

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ ТА СУСПІЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН**

Я. БАЛАНОВСЬКИЙ

**Соціологія:
організація емпіричного дослідження
*Навчальний посібник***

**УМАНЬ
ВПЦ «Візаві»
2019**

УДК 316(075.8)

С69

**Рекомендовано до друку Вченою радою історичного факультету
Уманського державного педагогічного університету
імені Павла Тичини
(протокол № 2 від 25 вересня 2018 року)**

РЕЦЕНЗЕНТИ:

д-р соц. н., проф. Шатохін А. М., Уманський національний університет садівництва;

к-т філос. н., проф. Карасевич А. О., Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Соціологія: організація емпіричного дослідження. Навч. посібн. / уклад. Балановський Я. М. – Умань: Візаві, 2019. – 471 с.

Навчальний посібник має на меті дати студентам, магістрантам Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, усім читачам об'єктивну, наукову інформацію у сфері соціологічного знання і містить теоретичний матеріал з дванадцяти тем курсу «Соціологія: організація емпіричного дослідження».

Посібник розрахований на студентів, магістрантів, викладачів усіх кого цікавить соціологічний аспект суспільного життя.

© Я. Балановський, 2019

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
РОЗДІЛ 1. ПІДГОТОВКА І ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	6
ТЕМА 1. НАУКА СОЦІОЛОГІЯ.....	6
ТЕМА 2. ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	40
ТЕМА 3. ПІДГОТОВКА ІНСТРУМЕНТАРІЮ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	97
ТЕМА 4. ВИБІРКОВЕ Й СУЦІЛЬНЕ ОПИТУВАННЯ. ТИПИ І ПРОЦЕДУРИ ВІДБОРУ.....	133
РОЗДІЛ 2. ПОЛЬОВИЙ ЕТАП ДОСЛІДЖЕННЯ.....	198
ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ ВИМІРЮВАННЯ ПЕРВИННОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	198
ТЕМА 6. АНАЛІЗ ДОКУМЕНТІВ.....	223
ТЕМА 7. СПОСТЕРЕЖЕННЯ ЯК МЕТОД ЗБИРАННЯ ЕМПІРИЧНОГО МАТЕРІАЛУ.....	265
ТЕМА 8. ЗБИРАННЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ МЕТОДОМ ОПИТУВАННЯ.....	310
РОЗДІЛ 3. УЗАГАЛЬНЕННЯ І СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО МАТЕРІАЛУ. НАПИСАННЯ ЗВІТУ.....	376
ТЕМА 9. ОБРОБКА ПЕРВИННОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	376
ТЕМА 10. АНАЛІЗ ОДНОВИМІРНИХ РОЗПОДІЛІВ.....	403
ТЕМА 11. КРОС-ТАБУЛЯЦІЯ: АНАЛІЗ ДВОВИМІРНИХ ТАБЛИЦЬ.....	424
ТЕМА 12. ПІДГОТОВКА ПІДСУМКОВИХ ДОКУМЕНТІВ.....	451

ПЕРЕДМОВА

В Україні за роки її державного суверенітету було видано уже чимало підручників, навчальних посібників, довідкової та монографічної літератури зі сфери соціологічного знання. Ця констатація однак не стосується посібників із організації та проведення емпіричних соціологічних досліджень. По суті, єдиним вітчизняним джерелом наукових рекомендацій із цієї проблеми є навчальний посібник **Н. В. Паніної** «Технологія соціологічного дослідження». Його друге видання було здійснено 2007 р., коли Наталія Вікторівна уже відійшла у засвіти.

Звісно, допомогу в організації емпіричного дослідження подають і перекладні (західноєвропейські та американські), а також московські навчальні посібники. Однак наклад їх є занадто мізерним для того, щоб задовольнити потреби усіх, хто прагне здобути знання із організації та проведення емпіричного соціологічного дослідження. Названа обставина і мотивувала автора цього посібника до створення на підґрунті усіх доступних йому джерел єдиного навчального посібника, який, по-перше, увібрав би у себе кращі риси кожного із них, та, по-друге, забезпечив би глибокими достовірними знаннями тих, кому вони необхідні.

Текст лекцій із організації та проведення емпіричного соціологічного дослідження скомпонований таким чином, що він відображає собою три найважливіші ланки процесу емпіричного соціологічного дослідження. Першою із них є підготовка і організація дослідження, розробка програми. Другою ланкою у цьому процесі є польовий етап дослідження, власне збирання емпіричного соціологічного матеріалу. Нарешті, третім постає процедура аналізу і узагальнення зібраного матеріалу, розробка звітів щодо проведеної роботи.

Отже посібник покликаний розв'язувати проблему, на яку вказувала і **Н. Паніна**, – готувати необхідну кількість фахівців, спроможних задовольнити сучасний попит на актуальну оперативну соціологічну

інформацію. Розв'язання даної проблеми вона бачила у створенні відповідних навчальних центрів, підготовці необхідних викладацьких кадрів та написанні навчально-методичної літератури, призначеної для цієї мети.

Одним із таких навчальних центрів є Уманський державний педагогічний університет ім. П. Тичини, де на основі історичного факультету готують фахівців з організації і проведення емпіричних соціологічних досліджень. Для студентів цього факультету і підготовлено навчальний посібник.

РОЗДІЛ 1. ПІДГОТОВКА І ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИКЛАДНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

ТЕМА 1. НАУКА СОЦІОЛОГІЯ

План

1. Об'єкт і предмет соціології. Соціальне як специфічна якісна визначеність.
2. Структура соціологічної науки.
3. Загальні виміри емпіричного соціологічного дослідження.
4. Характеристики видів прикладного соціологічного дослідження.

Соціологічне дослідження спрямовується на виявлення, фіксацію, вимірювання, опис, осмислення, інтерпретацію властивостей, характеристик специфічної якісної визначеності, позначеної терміном «соціальне». Це означає, що соціологічне дослідження можливе тільки на підґрунті глибокого, сутнісного розуміння природи соціального. Адже саме вона визначає особливості інструментарію, технології, методології, методів вивчення соціального (соціальної реальності, соціальної матерії). Із цієї причини пояснення процесу організації соціологічного дослідження не можна вважати повним без попереднього тлумачення, по-перше, найзагальніших характеристик соціального, по-друге, розкриття його власної якісної специфіки, відмінності одних видів соціального від інших. Тому посібник, у якому пояснюється технологія соціологічного дослідження, попередньо має, по-перше, інтерпретувати найзагальніші характеристики соціального. По-друге, розкрити його особливості, тобто здійснити тлумачення безконечної множини видів, форм, рівнів упорядкування соціальної матерії.

Окреслена вище проблема визначила як зміст першої теми цього посібника, так і її структуру.

1. Соціальне як специфічна якісна визначеність. Об'єкт і предмет соціології.

Будь-яку науку характеризують об'єкт і предмет. Під об'єктом розуміється усе те, на що вона спрямовує свої пізнавальні зусилля. За критерієм об'єкту дослідження, з певною долею умовності, науки поділяються на дві групи. Перша спільним об'єктом має природне середовище. Вони так і називаються – природничі науки. До цієї групи відносяться, наприклад, фізика, хімія, географія, ботаніка, астрономія тощо. Кожна із названих наук (а також не названі, але такі, що вивчають природне середовище) у своєму об'єкті знаходить по-перше, певну множину характеристик, які об'єкт має насправді. (Наука не може вивчати того, що не має буття, не існує в дійсності). І, по-друге, цих характеристик не вивчають інші науки, які досліджують спільний для них об'єкт.

Сукупність вимірів об'єкта, які він має в дійсності і які не вивчаються іншими науками, із тих, що його досліджують, і є предметом або предметним полем певної конкретної науки. Отже, *науки можуть мати спільний об'єкт, але вони ніколи не можуть мати спільного предметного поля.*

Іншу групу складають суспільні науки. Цю назву вони дістали тому, що спільним для них об'єктом є суспільство. На приналежність соціології до суспільних наук указує аналіз етимології її назви. Термін «Соціологія» походить від двох слів іншомовного походження. Societas – у перекладі із латинської означає «суспільство». Logos – з поміж інших має також значення – «наука». Отже, у дослівному перекладі: соціологія – це наука про суспільство. Або, іншими словами, об'єктом вивчення соціології є суспільство.

Віднесення соціології до суспільних наук передбачає пояснення, які ж із дійсних характеристик суспільства вона вивчає. Тут слід відзначити, що ці виміри самою соціологією були визначені не одразу, а через певний

час. «Батько» соціології Огюст Конт вважав її такою собі сукупністю наук про суспільство, своєрідним суспільствознавством. Першим, хто «побачив» у спільноті людей, отже, і суспільстві, наявність деяких специфічних вимірів, став Еміль Дюркгейм. У монографічному дослідженні «Соціологія. Її предмет, метод, призначення», яке вважається класикою світової соціології, він стверджує: «Кожного разу, коли якісь елементи, комбінуючись, утворюють фактом своєї комбінації нові явища, слід вважати, що ці явища знаходяться уже не в елементах, а в цілому, яке утворюється їх поєднанням. ...Застосуємо цей принцип до соціології. Якщо названий синтез *sui generis*, що утворює всяке суспільство, породжує нові явища, які відрізняються від тих, що містяться в окремих свідомостях..., то потрібно припустити, що ці специфічні факти знаходяться у тому ж суспільстві, яке їх створює, а не в його складових, тобто в його членах». ¹ Іншими словами, спільнота людей є носієм таких характеристик, яких не має кожна окрема людина із тих, які до цієї спільноти входять.

Для підтвердження свого пояснення французький соціолог наводить приклад із водою. Вона, як відомо, твориться взаємодією двох газів – водню та кисню. Характеристик води не має ні водень, ні кисень. Вода, як емерджентна (в термінології О. Конта) якісна визначеність існує у межах і через взаємодію названих складових ланок цієї рідини. Аналогічно і соціальне, французький соціолог називає його "соціальними фактами", має буття не в окремих людях, а в особливій спільноті людей, яка існує у межах і через їх взаємодію.

Поглибив пояснення соціального (соціальної матерії, соціальної реальності) американський соціолог Пітірим Сорокін. Він стверджує: виміри соціального закорінені, по-перше, у характеристиках суб'єктів, які

¹ Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М. 1995.

взаємодіють особливим чином. По-друге, вони визначені специфікою самого процесу їх взаємодії.

Як певне явище, взаємодію характеризує сукупність найзагальніших вимірів, вони відмежовують її від інших форм буття. Водночас взаємодію характеризує і власна якісна специфіка. Тобто, за певними критеріями, наприклад, параметрами сторін, що взаємодіють, розрізняються особливі види взаємодії. У цьому ракурсі мова може йти про взаємодію фізичних тіл, хімічних елементів, біологічних організмів тощо.

Взаємодія особин виду *homo sapiens* за своїми характеристиками є унікальною, хоча кожна така особина є фізичним тілом, певною сукупністю хімічних речовин, біологічним організмом тощо. Специфіка взаємодії людей своїм підґрунтям має, по-перше, здатність людей творити суб'єктивні абстрактні ідеальні образи, тобто деякий смисл, інформацію, певні значення. Таке значення має безпосереднє буття тільки у свідомості людини, як суб'єктивний абстрактний ідеальний образ деякого об'єкта. За межами людської свідомості такі значення безпосереднього буття не мають. Для іншої людини зміст названих значень є латентним, закритим, недосяжним. Тобто, образи, що мають безпосереднє буття у свідомості однієї людини (умовно назовемо її Адресантом), жодним чином не впливають на психологічний стан і поведінку іншої (вона буде названа Адресатом). У зв'язку із тим, що образи є суб'єктивними абстрактними ідеальними значеннями, до свідомості іншої людини безпосередньо вони потрапити не можуть. Безпосереднє комунікування змісту цих образів, отже, певної інформації, неможливе. Жоден із нас не може читати думок іншого.

Отже, для того, щоб Адресант міг впливати на психологічний стан і поведінку Адресата, необхідна ще одна передумова, ще один чинник. Або, іншими словами, людям потрібна друга унікальна характеристика. І Адресат, і Адресант мають володіти здатністю доносити один до одного,

тобто комунікувати один одному зміст своїх абстрактних ідеальних образів. У зв'язку із тим, що безпосередньо цього вони зробити не можуть, то, очевидно, мова може йти тільки про здатність робити це опосередковано. І, дійсно, люди виробили у собі таку здатність. Вони навчилися суб'єктивні абстрактні ідеальні образи (отже, смисли, значення, інформацію), які безпосереднє буття мають тільки у свідомості однієї людини – Адресанта, доносити до свідомості іншої людини – Адресата, якій ця інформація комунікується, надсилається, транслюється.

Елементами структури цієї взаємодії є:

- свідомість Адресанта, як вмістилище суб'єктивних ідеальних абстрактних образів;
- зміст суб'єктивних абстрактних ідеальних образів (певна інформація, смисли, значення);
- органи чуття Адресанта, які переносять зміст суб'єктивних абстрактних ідеальних образів із його свідомості у форми об'єктивації цього змісту;
- форми об'єктивації змісту суб'єктивних абстрактних ідеальних образів Адресанта;
- органи чуття Адресата, які фіксують форми об'єктивації змісту суб'єктивних абстрактних ідеальних образів, комунікованих йому Адресантом;
- свідомість Адресата, яка зчитує із зафіксованих його органами чуття форм об'єктивації абстрактних ідеальних значень, комунікованих йому Адресантом, абстрактний ідеальний зміст, який у цих формах об'єктивується.

Механізм цієї взаємодії діє таким чином. Адресант за допомогою органів чуття виводить із свідомості зміст певних абстрактних ідеальних образів та вміщує його у тих або тих формах об'єктивації. Тут слід відзначити: *формами об'єктивації змісту суб'єктивних абстрактних*

ідеальних значень, що їх комунікують Адресат і Адресант, є: мова, жести, міміка, дії, вчинки, речі, поведінка, предмети тощо.

Ці форми Адресант транслює, доносить, передає Адресату через свою тілесність, жести, міміку, дії, поведінку, речі тощо. Адресат своїми органами чуття фіксує такі, що існують за межами його свідомості і незалежно від неї, форми об'єктивації суб'єктивних абстрактних ідеальних значень, наприклад, тілесність Адресанта, артикульовані ним звуки (слова) тощо. Свідомість Адресата зчитує з тіла Адресанта чи вимовлених ним слів певний абстрактний ідеальний зміст. Наприклад, з тіла однієї і тієї ж людини священик зчитує значення – «мирянин», водій громадського транспорту – «пасажир», продавець на ринку – «покупець», кровний родич – «брат» тощо. Цей зміст впливає на його психологічний стан і поведінку, тобто, певним чином діє на нього. Зазнавши такого впливу, дії Адресат (уже як Адресант) транслює своєму *vis a vis* зміст своїх власних суб'єктивних абстрактних ідеальних образів. Той аналогічним чином фіксує форми об'єктивації змісту та зчитує із них трансльований йому зміст. Адресант і Адресат діють один на одного, тобто взаємодіють. Природа цієї взаємодії є однаковою, незмінною, непорушною. Вона є загальною для усіх без винятку людей. Це їх спільна, загальна, універсальна риса, характеристика. Таким чином вони взаємодіють із часу їх становлення як людей розумних на усіх континентах, безвідносно до їх віку, статі, релігійних, політичних, етнічних тощо характеристик.

Такий особливий вид взаємодії позначається терміном «соціальна взаємодія». Процеси цієї взаємодії є соціальними процесами. У зв'язку із тим, що соціальна взаємодія є спільною для усіх без винятку людей, вона й об'єднує їх в унікальні, *соціальні спільності*. Зважаючи на те, що соціальні спільності творяться взаємодією соціальних суб'єктів, які таким чином стають елементами структури таких спільнот, то їх у певному аспекті потрібно тлумачити як системи соціальної взаємодії. Соціальні спільноти

відрізняються від усіх тих спільнот, елементи структури яких, по-перше, не мають здатності творити абстрактні ідеальні образи, а тому, по-друге, взаємодіють якісно іншим чином. Тобто, соціальні спільноти (системи соціальної взаємодії) – це щось якісно інше, ніж системи взаємодії фізичних тіл, хімічних елементів чи біологічних організмів.

Описані вище виміри соціального мають універсальний характер, вони відмежовують соціальне від несоціального. Однак соціальному властива і власна якісна специфіка. Тобто, атрибутом цієї якісної визначеності є такі характеристики, які поділяють соціальне на нескінченну множину рівнів, форм, явищ, процесів, вони одне соціальне відмежовують від іншого, розкривають його одиничність, унікальність, неповторність тощо.

Якщо універсальні риси соціального закорінені у загальній природі взаємодії людей, вона відбувається шляхом комунікування форм об'єктивації абстрактних ідеальних значень, то його якісна специфіка своїм підґрунтям має зміст значень, що їх суб'єкти соціальної взаємодії комунікують один одному. І дійсно, комунікування суб'єктами соціальної взаємодії суб'єктивних абстрактних ідеальних значень у формах, у яких ці значення об'єктивуються, об'єднує учасників такої взаємодії в загальну систему соціальної взаємодії. А залежно від того, яким конкретним змістом наповнюються комуніковані форми об'єктивації абстрактного ідеального смислу, може йтися, наприклад, про взаємодію пастиря і мирян, водія і пасажирів, керівника і підлеглих, дідуся і онуків, друзів чи ворогів, закоханих або конкурентів тощо. Дійсно, і взаємодія друзів, і взаємодія конкурентів є системами соціальної взаємодії, однак конкретні абстрактні ідеальні значення що їх учасники взаємодії комунікують у формах об'єктивації, розрізняють ці соціальні системи. Природа згуртованості, цілісності, єдності елементів структури таких систем якісно різна. Єдність друзів якісно відрізняється від єдності конкурентів, хоча і перша, і друга є

соціальними спільнотами, системами соціальної взаємодії. Іншими словами, соціальність у таких системах набуває особливих «барв», специфічної «тональності» тощо.

Отже, констатуємо, соціологія вивчає суспільство, однак не як більшу чи меншу кількість людей, розташованих у тому чи тому місті, молодших чи старших, тієї або тієї статі тощо. *Предметним полем соціології є та особлива спільність, єдність, згуртованість, інтегрованість, яка має місце тільки серед людей.* За критерієм природи взаємодії ця спільність має універсальний характер, вона відмежовує тих, хто взаємодіє таким чином від тих, хто взаємодіє в інший спосіб. За критерієм абстрактного ідеального змісту, комунікованого учасниками цієї взаємодії, у формах його об'єктивації системи соціальної взаємодії розрізняються на їх нескінченну множину. На відкриття, фіксацію, описування, вимірювання, аналіз, узагальнення і систематизацію вимірів якісної визначеності, позначеної терміном «соціальне», і спрямовується соціологічне дослідження.

Здійснена вище попередня інтерпретація соціального цілком виправдано ставить питання про характеристики науки, яка цю специфічну якісну визначеність досліджує. Відповідь на нього дає аналіз структури соціології.

2. Структура соціології.

Кожна наука знаходиться у нерозривному взаємозв'язку, взаємодії, взаємозалежності як із об'єктом, так і з предметним полем досліджуваного нею об'єкта. Цей взаємозв'язок можна зобразити графічно. Див. схему №1.

Об'єкт науки постає перед нею
безконечною множиною
властивостей.

Відносно вузька, атрибутивна частина
властивостей об'єкта - це предметне
поле науки, яка крізь вирізнені
властивості даний об'єкт вивчає і
продукує його своєрідне одномірне
зображення.

Предметне поле - це система понять
певної науки, зміст яких відображає
відносно вузьку частину властивостей
об'єкта дослідження.

Структура науки в найзагальнішому
тлумаченні складається із двох
розділів.

Перший - теоретичний, в ньому
містяться уже "схоплені" змістом
понять проаналізовані, узагальнені,
систематизовані та концептуалізовані
виміри предметного поля.

Другий - практичний, у ньому
розробляються та реалізуються
технології відкриття, фіксації
вимірювання, описування нових
характеристик, які відносяться до
предметного поля певної науки.

Схема №1. Взаємозалежність науки з її об'єктом та предметним полем.

Описана вище схема переконує об'єкт певної науки через ті або ті його атрибутивні характеристики, визначає особливості інструментарію, методології, методик тієї науки, яка застосовує їх для дослідження названих параметрів. Тут важливо також наголосити: схема взаємодії, взаємозв'язку, взаємозалежності об'єкта та предметного поля, отже, певної множини специфічних властивостей об'єкта з наукою, яка крізь названі властивості цей об'єкт досліджує, має універсальний характер. Тобто, це означає, що її можна застосовувати і для аналізу взаємозв'язку соціології з

об'єктом та тією сукупністю властивостей об'єкта, крізь призму яких вона цей об'єкт вивчає.

У попередньому параграфі цієї теми було обґрунтовано наявність у сукупностях людей, які особливим чином взаємодіють, тобто системах соціальної взаємодії певної множини властивостей, якісних характеристик, що позначаються терміном «соціальне». Сутність цих якісних характеристик полягає у відображенні особливої єдності, згуртованості, інтегрованості, яка іманентна тільки людським спільнотам.

Фіксація універсальних, особливих і одиничних вимірів соціального у змісті понять, теоретичних концепцій означає, що ці соціальні властивості суспільства, але уже у перетвореному стані, як зміст понять концентруються у теоретичному розділі соціології. Водночас в іншому розділі соціології містяться науково обґрунтовані технології збирання первинної соціальної інформації, процедури її аналізу, узагальнення, систематизації тощо. Цей розділ логічно було б назвати практичним або прикладним. У певному розумінні він є своєрідною протилежністю теоретичному, подібно до того, як теорія і практика є різними, але водночас спільними аспектами процесу пізнання. Зібрана, зафіксована вимірами у процесі прикладного дослідження інформація аналізується, узагальнюється, систематизується, концептуалізується та переноситься до розділу теоретичної соціології. Теоретичні концепції, уже як соціологічні технології, стають своєрідним підґрунтям для нових пошуків емпірично фіксованих вимірів соціальної матерії. Таким чином діє механізм кругообігу інформації у соціології. Цей кругообіг інтегрує у певному розумінні полярні розділи соціології в системну цілісність, своєрідний континуум. Отже, універсальна природа соціального визначає найзагальнішу структуру соціології, вирізняє у ній два розділи – теоретичний та прикладний (практичний).

Характер зв'язків практичної (емпіричної, прикладної) структурної ланки внутрішньої будови соціологічної науки з іншими її структурними елементами визначається тим, що емпірична соціологія є своєрідним інструментом, яким із соціальної реальності черпається первинна інформація, видобуваються емпірично фіксовані виміри соціального. Їх аналіз, узагальнення, систематизація, осмислення забезпечують можливість розробляти теоретичні концепції, практичні рекомендації тощо. Відомий український соціолог **В. Піча** наголошує: «Теоретична соціологія відрізняється від прикладної не за об'єктом або методом дослідження, а за метою, яку ставить перед собою соціологія, які вирішує завдання: теоретичні чи практичні.

Прикладна соціологія – практична частина соціологічної науки про специфічні закони становлення, розвитку та функціонування конкретних соціальних систем, процесів, структур, організацій та їх елементів. На відміну від загальної соціології, яка вивчає закони розвитку соціальних спільностей та відносин, взаємодій у масштабах усього суспільства, прикладна соціологія вивчає процеси, які відбуваються в певних соціальних підсистемах, конкретних соціальних спільностях, організаціях. Вона ставить завдання знайти засоби для досягнення практичних цілей суспільства, шляхи і способи використання пізнаних теоретичною соціологією засобів і закономірностей.

Прикладна соціологія безпосередньо вивчає практичні галузі людської діяльності, збагачує такі спеціальні галузі соціологічного знання, як, наприклад, соціологія особи, соціологія релігії, соціологія сім'ї, що безпосередньо орієнтовані на вирішення соціальних проблем.

Специфіка прикладної соціології полягає не тільки в тому, що вона концентрує увагу на тих компонентах соціальної системи, які безпосередньо пов'язані з людиною, впливають на її практичну діяльність. Вона зосереджується на дослідженні людських спільностей та людської

особи в її різних соціальних аспектах. Прикладна соціологія, зокрема, вивчає закони:

- 1) що діють на рівні соціальних інститутів;
- 2) які відбивають розвиток компонентів соціальної структури суспільства;
- 3) що діють на рівні соціальних систем і підсистем.

Прикладна соціологія має свої категорії, які у загальному та концентрованому вигляді відбивають соціальну дійсність, а також методи дослідження (опитування, спостереження, аналіз документів та ін.).

Оскільки прикладна соціологія досліджує конкретні соціальні явища, вона розкриває джерела та причини їх розвитку або гальмування. Тому її висновки мають прикладне значення, служать науковим підґрунтям вдосконалення управління соціальним життям, його різними сферами. Прикладна соціологія являє собою єдність конкретних соціологічних досліджень і спеціальних соціологічних теорій. У цьому проявляється єдність емпіричного та теоретичного, що становить фундамент кожної науки. Спеціальні соціологічні теорії – це не тільки теоретична, а й методологічна основа прикладної соціології. Неможливо вести дослідження трудового колективу, культури, сім'ї, масових комунікацій тощо без знання їх спеціальних теорій, які розкривають закони розвитку цих соціальних інститутів, принципи та категорії їх аналізу.

Прикладна соціологія висвітлює можливість і сферу конкретного соціологічного дослідження, розробляє його основні категорії, понятійний апарат, розглядає питання, пов'язані з розробкою проектів дослідження, з формулюванням гіпотез та ін.

Важливою галуззю прикладного соціологічного дослідження є проблематика структури і окремих етапів емпіричного соціологічного дослідження. Чітке розуміння їх змісту, оптимальних зв'язків і послідовності – одна із основних передумов професійної роботи соціолога.

У центрі уваги прикладної соціології знаходяться також розробки питань надійності, репрезентативності, достовірності, усталеності й інших особливостей одержання та аналізу соціологічної інформації.

Прикладна соціологія охоплює також розробку процедур соціологічного дослідження, методів і техніки збирання інформації, які являють собою особливу галузь знання, що дозволяє тим, хто оволодів ними, науково визначити соціальну дійсність за допомогою існуючого соціологічного інструментарію. Прикладна соціологія найближче від інших суспільних наук стоїть до соціальної дійсності. Вона може і повинна зробити суттєвий внесок у розбудову української держави і суспільства, в оздоровлення всіх сфер його життя.

Єдність і взаємодія теоретичної та прикладної соціології знаходять конкретне втілення:

- 1) у розкритті науково-методичних основ соціологічних досліджень, у системі принципів, законів і категорій концепції соціального пізнання;
- 2) в обґрунтуванні переходу вихідних теоретичних положень до операціоналізації та емпіричного їх відбиття за допомогою ряду показників у дослідженні соціальної структури суспільства, способу життя, культури, громадської думки та ін.;
- 3) у методологічному та методичному забезпеченні соціологічних служб на підприємствах і в установах, у практиці соціологічних досліджень на усіх рівнях та етапах, в усіх видах і масштабах.

Поділ соціологічного знання за орієнтацією на фундаментальне та прикладне досить умовний, бо будь-яке з них безпосередньо або опосередковано робить певний внесок у вирішення як наукових, так і практичних завдань. У точному значенні слід говорити лише про переважну орієнтацію того чи іншого соціологічного знання: наукового, фундаментального або практичного, прикладного, що і дає підставу для

його віднесення до сфери теоретичної або практичної соціології. Те саме можна сказати і про емпіричні соціологічні дослідження: вони можуть бути орієнтовані на вирішення наукових проблем (наприклад, на формування спеціальної соціологічної теорії) або практичних, пов'язаних з удосконаленням соціальних інститутів (сім'ї, освіти, права тощо)».²

3. Загальні виміри емпіричного соціологічного дослідження.

У найзагальнішому розумінні під емпіричним соціологічним дослідженням розуміється система логічно послідовних методологічних, методичних та організаційно-технічних процедур, пов'язаних спільною метою: отримати достовірну, глибоку, сутнісну інформацію про досліджуване явище або процес для їх подальшого практичного використання.

Сказане вище означає – емпіричне соціологічне дослідження спрямовується на пізнання явищ, процесів, рівнів упорядкування соціальної матерії, яка розкривається дослідникові через трансляцію абстрактних ідеальних значень у тих формах, через які ці значення об'єктивуються і таким чином стають відкритими для фіксації та вимірювання.

Н. Паніна пояснення специфіки соціологічного дослідження розпочинає із констатації того факту, що аналіз соціальної проблеми нерідко породжує у науковця потребу в залученні тих або інших соціальних фактів, що дають змогу підтвердити (або ж спростувати) гіпотетично передбачувані ним закономірності, тенденції розвитку, механізми детермінації досліджуваного ним явища. Соціальні факти можуть бути зафіксовані в документах, у різних фактах соціального життя, у працях наукових попередників тощо. Однак, коли необхідних даних

² Див. Соціологія: Курс лекцій. К.: Заповіт. 1996 р.

недостатньо (вони мають прихований характер чи автор неспроможний їх одержати із доступних йому джерел інформації), виникає необхідність у проведенні соціологічного емпіричного дослідження з метою одержання інформації у потрібному вигляді. У такому випадку емпіричне дослідження є складовою частиною соціологічного аналізу.

Емпіричне дослідження має низку особливостей, специфіка яких визначена вимогою емпіричної верифікації досить складних, а найчастіше і досить абстрактних соціальних явищ. Розпочинаючи дослідження, соціолог, який до певного моменту лише теоретично аналізував соціальну дійсність, одразу ж наштовхується на численні проблеми. Умовно їх можна розрізнити на два типи: 1) проблеми, пов'язані із непередбаченою неготовністю автора до проведення емпіричного дослідження; 2) проблеми, що виникають через обмеженість емпіричної експлікованості, тобто емпіричної відкритості, доступності досліджуваних процесів і явищ.

Проблеми першого типу найчастіше породжені хибним уявленням, ніби емпіричне дослідження здатне допомогти розібратися у тих складних процесах і явищах, які до початку емпіричного дослідження становили собою лише соціальну, а не наукову проблему. Переважна частина труднощів, що виникають у процесі емпіричного дослідження, яке розпочинається без попереднього теоретичного аналізу, породжується тією обставиною, що *соціолог бажає отримати відповіді на непорушені питання*. Коли автор без попереднього теоретичного аналізу одразу ж розпочинає емпіричний збір інформації, у глибині душі він сподівається, що опитування респондентів допоможе йому розібратися в механізмах самого явища. У такий спосіб горе-дослідник (зазвичай навіть не розуміючи цього), по суті, прагне свою наукову проблему переадресувати населенню. Тому, отримавши зібраний у межах польового етапу дослідження первинний соціологічний матеріал, дилетант виявляється неспроможним проаналізувати та пояснити результати емпіричного

дослідження. Він здатен тільки репрезентувати отримані дані. *Відсутність попереднього теоретичного аналізу об'єкта дослідження стикає соціолога з багатьма конкретними проблемами, по суті, на усіх етапах емпіричного дослідження. Уникнути їх зовсім не складно – потрібно тільки запам'ятати, що емпіричне дослідження – це не більше, ніж збір «сирого» матеріалу.* Саме по собі, без цілеспрямованого структурування і осмислення таке збирання дуже рідко дає нове знання і змогу розібратися в суті явища. *Дослідникові важливо розуміти, що емпіричне дослідження спрямовується на підтвердження або спростування висунутих ним гіпотез.* Тому, перш ніж планувати проведення емпіричного соціологічного дослідження, соціолог повинен сформулювати гіпотези, які він бажає перевірити. Чим конкретніше вони будуть сформульовані, тим ефективнішим виявиться загальний результат емпіричного дослідження.

Щодо проблем другого типу, то вони полягають у тому, що досліджувані соціальні явища і процеси визначаються поняттями надто складними і абстрактними. Їх сутність не може бути безпосередньо зафіксована і вичерпана одним запитанням анкети. Наприклад, «політична культура», «міжнаціональні відносини», «соціальна напруга», «соціальна справедливість», «соціально-психологічна адаптація», «національна ідентифікація» тощо. Водночас у дослідника нерідко виникає необхідність у підтвердженні певних абстрактних конструкцій і висунутих гіпотез емпіричними фактами. Крім того соціально-політична практика також ставить свої запити стосовно емпіричної інформації про особливості соціальної ситуації, тенденцій та закономірностей динаміки політичних процесів тощо.

Вирішення цього завдання соціологія знаходить у пошуку конкретніших характеристик, що можуть розглядатися як індикатори абстрактного поняття. *Поняття «індикатори» у соціології – це такі поняття, які своїм змістом охоплюють безпосередні, емпірично*

фіксовані явища і процеси, що є формами виявлення деякої частини із сукупності вимірів абстрактніших сутностей. Тобто, поняття-індикатори описують деяку частину характеристик складнішого явища, експлікованих у соціальних фактах. Найвдаліше пояснення проблеми складності фіксацій характеристик соціальних явищ запропонував **П. Лазарсфельд**: «Явище, яке не можна безпосередньо спостерігати, все ж залишає сліди, які, коли їх правильно інтерпретувати, роблять можливими його ідентифікацію й аналіз». Відображення сутнісних вимірів досліджуваного явища через різнобічне його описування за допомогою конкретніших понять, що піддаються емпіричній фіксації, дає змогу відносно вірогідно і однозначно зафіксувати це явище в емпіричному дослідженні, спрямованому на збір інформації про соціальні факти.

Перед дослідником, який розпочинає емпіричну перевірку гіпотез, що торкаються особливостей досліджуваного явища, постає складна проблема. Полягає вона, по-перше, у тому, що чим більше характеристик, які експлікують сутність предмета дослідження, введено до емпіричного дослідження, тим менша ймовірність помилки виміру, визначеного як логікою дослідження, так і випадковими факторами. По-друге, під час підготовки інструментарію дослідник вимушений обмежувати набір характеристик, які емпірично презентують досліджуване явище, тому що обсяг інструментарію лімітується організаційними можливостями емпіричного дослідження та психологічними ресурсами респондентів.

Емпіричному соціологічному дослідженню має передувати чітке усвідомлення соціологом того, що, з одного боку це досить копітка праця, яка вимагає колосальної витрати організаційних, людських і матеріальних ресурсів, а з іншого – одержана інформація має надто обмежений характер.

Для того, щоб адекватно оцінити і порівняти потребу у бажаній інформації з витратами на емпіричне дослідження, **Н. Паніна** радить провести попередню роботу, яка б дала змогу здійснити таке порівняння.

Попередній етап роботи, на якому визначаються потреби в емпіричному дослідженні, можливості одержання бажаної інформації про ті або ті соціальні факти, а також витрати професійних, фінансових, матеріально-технічних та організаційних ресурсів, вона називає підготовкою проекту дослідження.

Н. Паніна наголошує, що підготовка проекту здійснюється для структурування і попередньої оцінки основних елементів та етапів роботи, які визначають стратегію і тактику емпіричного дослідження. Першим етапом у розробці проекту дослідження є робота над ескізом проекту.

Ескіз проекту дослідження – це перелік пунктів (питань), які необхідно уточнити до початку роботи. Саме на підґрунті роботи над ескізом готується проект і, врешті, визріває рішення про те, чи доцільно проводити те або те конкретне емпіричне дослідження.

Складаючи ескіз, дослідник:

- уточнює предмет дослідження;
- визначає реальну вартість витрат та ресурсів;
- узгоджує питання, які нерідко стають предметом суперечок чи конфліктів після дослідження.

До ескізу проекту дослідження **Н. Паніна** включає такі основні пункти:

1. Інформаційні потреби.
2. Програма дослідження.
3. Генеральна сукупність і вибірка.
4. Інструментарій (анкета, опитувальний аркуш тощо).
5. Збір інформації.
6. Обробка і аналіз даних.
7. Звіт (оформлення результатів дослідження).
8. Потреби та ресурси.
9. Графік і кошторис.

10. Загальна вартість дослідження.

Послідовність розташування пунктів ескізу умовна, тому що уточнення одних елементів стає причиною зміни інших.

Робота над ескізом дає змогу, по-перше, сформулювати досить конкретне уявлення про те, яка саме інформація може бути одержана у результаті роботи, а по-друге, порівняти свої професійні, організаційні та фінансові можливості з конкретним інформаційним запитом і досить ґрунтовно підготуватися до якісного виконання роботи.

У процесі роботи над ескізом не всі пункти розробляються однаково конкретно. На перший план тут виступають ті елементи проекту, уточнення яких дозволяє визначити трудомісткість і вартість емпіричного дослідження. Змістові ж елементи, спрямовані на уточнення суті соціальних фактів, що підлягають аналізу, розробляються на наступних етапах роботи, після прийняття остаточного рішення щодо доцільності проведення емпіричного соціологічного дослідження. У роботі над ескізом конкретизація змістових елементів доводиться тільки до рівня приблизного визначення витрат.

Уточнення інформаційних потреб – ключовий етап у проектуванні емпіричного дослідження. Це найскладніша і найкреативніша частина дослідження. Прикро, що вона недооцінюється на початку роботи, а тому стає джерелом багатьох непорозумінь на її завершальному етапі. Помилки, допущені на цій стадії, множаться на усіх наступних етапах.

В академічній соціології ця методична процедура має назву «визначення проблеми, предмета й мети дослідження». Її вирішення має відповісти на такі питання: 1) що, власне, вивчається? 2) для чого проводиться емпіричне дослідження?

Досить часто навіть професійні соціологи ставляться до цього елемента без належного розуміння його важливості. Врешті-решт це призводить до того, що тільки на етапі аналізу даних їм доводиться

починати розмірковувати над тим, яку ж, по суті, інформацію можна «витягнути» із зібраного матеріалу. Такі випадки трапляються тому, що актуальні проблеми, які з'являються у суспільному житті, так чи інакше розуміють практично усі громадяни. Однак таке розуміння існує радше на побутовому, але не науковому рівні без цільової конкретно наукової постановки проблеми. **Н. Паніна** стверджує, що така проблема сприймається приблизно таким чином: «Перехід до ринкової економіки – це проблема», «Злочинність серед молоді – це проблема», «Загострення міжнаціональних відносин – це проблема».

Однак формулювання, яке визначало б, у чому, власне, полягає проблема, – є складним інтелектуальним завданням, вирішення якого становить половину загального обсягу інтелектуальної роботи дослідника. Слід зазначити, що далеко не всім до снаги вирішувати такі завдання. Однак у проведенні багатьох емпіричних досліджень цілком припустиме спрощення проблеми.

Спрощення такого елемента соціологічного дослідження, як постановка проблеми, зводиться до формулювання конкретних запитань, відповіді на які мають дати результати емпіричного дослідження. Таким чином, *інформаційний запит становить собою запитання, написані у довільній формі, на які необхідно отримати відповідь через здійснення емпіричного соціологічного дослідження.*

У процесі формулювання запитань особливу увагу слід звертати на їх конкретизацію. Наприклад, на перший погляд досить конкретним виглядає інформаційний запит у такому формулюванні: «Одержати в результаті дослідження конкретні рекомендації, як повинен діяти керівник у випадку конфлікту із підлеглим». Та для соціолога подібний інформаційний запит не є конкретним. Тут важливо уточнити, які саме конфлікти цікавлять замовника (ділові, міжособистісні, етичні тощо), уточнити сфери, предмет чи причини конфліктів. Чи усі сфери конфліктів

має охоплювати певне дослідження, чи достатньо обмежитися деякими із них. Слід також уточнити, який результат розв'язання конфліктів бажаний для замовника у першу чергу. Тому інформаційний запит переформулюється таким чином: «Як повинен діяти керівник у випадку конфліктів із підлеглими, щоб досягти: а) поваги з боку підлеглих; б) покращення виробничих показників; в) скорочення плінності кадрів; г) поліпшення соціально-психологічного клімату у колективі тощо».

Звичайно, на прохання соціолога уточнити, які з питань цікавлять замовника у першу чергу, найчастіше виникає реакція – цікавить усе! Однак розширення кола запитань робить дослідження дорожчим (за рахунок розширення обсягу анкети, часу обробки й аналізу матеріалу) і знижує загальну якість інформації, тому що занадто великий опитувальний аркуш потребує тривалого заповнення, послаблює увагу респондента. Тому бажано встановити пріоритетність різноманітних аспектів проблеми.

Для соціолога, який планує авторське дослідження, такий перелік питань (навіть за сформульованої теми і визначеної проблеми дослідження) є контрольним реєстром на усіх етапах роботи: контроль за конкретністю і усвідомленістю проблеми, визначення генеральної сукупності, адекватність підготовленого інструментарію поставленим завданням (чи на усі поставлені запитання спроможна відповісти складена анкета), вибір методів статистичного аналізу зібраного матеріалу, зміст звіту. Цей перелік запитань (інформаційний запит) є принциповим стосовно уточнення решти пунктів ескізу дослідження.

На етапі підготовки ескізу проекту недостатньо визначити, кого із фахівців буде залучено до розробки програми. Потрібно також установити терміни, у межах яких така робота має бути виконаною.

Щоб визначити вартість та організаційні витрати дослідження, необхідно встановити приблизний обсяг генеральної сукупності – уточнити, чиї конкретно думки, настрої, ставлення, установки та соціальна

орієнтація вивчатимуться. Уточнення раціонально проводити за такою схемою: регіон – соціально-демографічна характеристика – галузева специфіка.

Наприклад, потрібно дослідити ставлення молоді до проблеми злочинності. Для визначення генеральної сукупності спочатку уточнюється регіональна локалізація населення, на яке поширюватимуться висновки, отримані у результаті дослідження: чи йдеться про молодь країни загалом, чи якогось певного регіону. Потім уточнюється, чи входить до цієї сукупності лише міська чи й сільська молодь, а якщо міська, то чи тільки молодь великого міста, чи міська молодь загалом. Потім (у межах соціально-демографічного уточнення) визначаються верхня і нижня межі молодіжного віку (наприклад, від 18 до 30 років, від 14 до 25 років – конкретні межі залежать від цілей та інформаційних потреб), а насамкінець уточнюється галузевий контингент: враховуватиметься думка всієї молоді, яка мешкає у цьому регіоні, чи тільки учні або лише молодь що працює (якщо тих, що працюють, то у всіх галузях чи в якихось певних) тощо. Підсумком цього обговорення повинно стати чітке визначення генеральної сукупності, наприклад, «учнівська молодь у віці 18-30 років західного регіону України (Львівська, Івано-Франківська і Тернопільська області)». На підґрунті визначення генеральної сукупності (контингенту населення, на який можна з певною вірогідністю поширювати висновки за отриманими у результаті дослідження даними) дослідник може попередньо визначити обсяг вибірки – кількість людей, яких потрібно опитати.

На етапі попереднього розрахунку обсягу вибіркової сукупності необхідно також врахувати аналітичні потреби досліджень: чи обмежуватиметься наступний аналіз уявленням про думку населення загалом, чи ж передбачається порівняння думок (настроїв, установок тощо) різноманітних соціально-демографічних груп. Якщо планується подання

одержаних даних про різноманітні групи населення, обсяг вибірки має бути відповідним чином розширений. Отже, на цьому етапі дослідникові необхідно уточнити, які саме соціально-демографічні групи становлять для замовника особливий інтерес. Попереднє визначення обсягу вибірки потрібне для уточнення вартості дослідження.

Своєчасне обговорення генеральної сукупності потрібне також для того, щоб заздалегідь обміркувати джерела, що містять основні характеристики генеральної сукупності (загальна чисельність, розподіл за основними характеристиками), та способи збирання цих характеристик. Для орієнтованого визначення обсягу вибіркової сукупності дослідник уточнює величину можливої припустимої помилки, пояснюючи замовникові, що чим точніший результат йому потрібний, тим більшу кількість людей потрібно опитати. На цьому етапі обсяг вибіркової сукупності встановлюється орієнтовно.

У роботі над ескізом проекту визначаються приблизний обсяг опитувальника (на підґрунті уточнення інформаційних потреб), виконавці й термін роботи, уточнюються технічні можливості й бази тиражування, а також матеріальні витрати на розробку, підготовку і тиражування інструментарію та методичних документів до нього.

На етапі роботи над ескізом проекту вирішується питання про те, яка організація здійснюватиме збір даних. Якщо планується збирати дані власними силами, то на підґрунті визначення вибіркової сукупності намічаються «точки опитування», склад і структура групи збору інформації, термін роботи. Підраховується приблизна вартість роботи на збір первинної соціологічної інформації. Визначається база обробки первинної соціологічної інформації, технічні і програмні засоби, на підґрунті яких устанавлюються терміни і вартість цього етапу роботи.

Слід заздалегідь обміркувати і обговорити з потенційними співвиконавцями (чи замовником) форму подання результатів роботи

(наукові статті, монографія, аналітичний звіт, аналітичні таблиці, графіки тощо). Якщо дослідження виконується на замовлення, то бажано обговорити обсяг (якщо це звіт, то кількість таблиць і обсяг тексту коментарів до таблиць).

Оцінка ресурсів і можливостей проведення дослідження охоплює: визначення загального кількісного та якісного складу групи, яка виконуватиме дослідження, матеріально-технічні потреби і можливості, організаційні особливості виконання кожного з етапів роботи (необхідність і шляхи доступу до відомчої документації, організації, які бажано було б використати для допомоги в організації збору інформації, надання техніки тощо). Організаційні потреби і можливості варто обміркувати завчасно, щоб передбачити витрати, а також заощадити час, тому що організаційну підготовку у такому випадку можна здійснювати паралельно із розробкою програми та інструментарію.

Загальна вартість дослідження – це першочергова проблема під час визначення можливості проведення емпіричного соціологічного дослідження. Однак складність її першочергового розв'язання полягає у тому, що, не уточнивши інформаційних потреб і, відповідно, обсягів роботи, важко визначити реальну вартість дослідження. Вийти з цієї колізії зазвичай допомагають попередній досвід та інтуїція. Чітко визначена сума встановлюється у результаті роботи з ескізом дослідження. Часто ліміт коштів, який встановлює замовник (чи соціолог), призводить не до відмови від дослідження загалом, а до коригування програми (виключення низки інформаційних запитів) чи до обмеження вибірки, чи до звуження генеральної сукупності.

Завершується робота над ескізом складанням таблиці, у якій усі елементи ескізу розписані за термінами виконання (графік) і вартістю (кошторис). Робочий документ, що становить собою перелік основних

документів соціологічного дослідження із зазначенням вартості та терміну виконання, називається проектом соціологічного дослідження.

На підґрунті аналізу проекту робиться остаточне рішення щодо проведення чи не проведення того або того конкретного емпіричного соціологічного дослідження. Після прийняття рішення щодо проведення емпіричного соціологічного дослідження розпочинається другий етап роботи над його проектом – паралельна підготовка до проведення збору інформації, розробка програми та інструментарію, підготовка вибірки.

Основними елементами проекту дослідження, які визначають його наукову значущість та фінансову вартість, є програма і вибірка. Їх співвідносна важливість для різних типів досліджень неоднакова.

Великомасштабні соціологічні дослідження можна поділити на два типи: опитування громадської думки і власне соціологічне дослідження. Така класифікація має принциповий характер для визначення пріоритетності і глибини розробки основних елементів проекту дослідження – програми і вибірки.

Якщо абстрактним ідеалом одержання соціальних фактів емпіричним шляхом є суцільне опитування усіх представників досліджуваної групи населення за усіма можливими характеристиками проблеми, яка вивчається, то реально через цілком зрозумілу обмеженість коштів, часу і організаційних можливостей у конкретному дослідженні необхідно обмежуватися певним обсягом вибірки і окремими аспектами досліджуваної проблеми. Для того, щоб ці обмеження мали достатньо усвідомлений характер і давали змогу оцінити значущість та якість одержаної інформації, розпочинаючи роботу, слід установити пріоритетність елементів дослідження.

Першим кроком до оцінки пріоритетності елементів слід вважати визначення виду дослідження.

4. Характеристики видів емпіричного соціологічного дослідження.

У попередньому параграфі уже було сформульовано найзагальніші характеристики емпіричного соціологічного дослідження. Однак важливо зазначити: прикладним (емпіричним) соціологічним дослідженням властива також певна якісна специфіка. Це означає, що прикладні дослідження за певними критеріями поділяються на деяку множину видів. Вибір виду дослідження визначається характером поставленої мети та конкретних дослідницьких завдань. Тобто, глибиною потрібного аналізу соціальної проблеми, масштабом досліджуваних подій тощо.

Залежно від того, який критерій обрано підґрунтям для класифікації, вирізняються кілька видів емпіричного дослідження:

- за глибиною аналізу досліджуваної соціальної проблеми і масштабу охоплення подій розрізняють розвідувальне (пілотажне, зондажне), описове та аналітичне дослідження;
- за методом збирання даних, який застосовується у дослідженні, розрізняються опитування, спостереження, аналіз документів, експеримент;
- за критерієм мети дослідження – вивчаються статика або динаміка явища. Цей же критерій забезпечує можливість вирізнити одноразове (крапкове) та багаторазове (моніторинг) дослідження;
- за критерієм екстенсивності вирізняються: глобальні, регіональні, локальні види емпіричних соціологічних досліджень;
- за критерієм повноти охоплення досліджуваної сукупності виокремлюються суцільні та вибіркові види;
- за місцем проведення розрізняються польові та лабораторні види тощо.

Найчастіше у соціології застосовується підхід, за якого види дослідження визначаються за глибиною проникнення у структуру досліджуваного об'єкта. За цим критерієм маємо: розвідувальне (зондажне, пілотажне), описове та аналітичне дослідження.

Розвідувальне – найпростіший тип емпіричного соціологічного дослідження. Його визначальними рисами є спрощена програма та короткий за обсягом інструментарій. *Інструментарій* у соціології – це методичні документи, за допомогою яких здійснюється збирання первинного соціологічного матеріалу. Зазвичай розвідувальне дослідження застосовується як попередній етап складних і широкомасштабних досліджень, за його допомогою виявляють складнощі, що можуть з'явитися у такому дослідженні. Потреба у цьому виді дослідження має місце і тоді, коли потрібно апробувати ступінь готовності попередньо розробленого інструментарію. У випадку, коли методичні документи, що застосовуються для збирання емпіричних даних, виявляються «сирими», їх доопрацьовують із урахуванням виявлених вад.

У «чисто» гносеологічному ракурсі розвідувальне дослідження покликане приносити «знання про незнання». Іншими словами, це дослідження має виявити раніше не відоме соціальне явище чи процес. За своєю природою цей вид емпіричного соціологічного дослідження не приносить науковцеві інформації щодо структури чи інших вимірів досліджуваного об'єкта. Таке дослідження виконує інше завдання – зафіксувати щось незнане. Хоча розвідувальне – найпростіший вид, його цінність є непересічною. Адже тільки завдяки йому фіксуються усі попередньо не відкриті соціальні об'єкти. Природа інших видів соціологічного дослідження є такою, що вони можуть приносити інформацію тільки про уже зафіксовані об'єкти, але виявляються нездатними фіксувати нове, ще не відкрите.

Описове – складніший, порівняно із розвідувальним вид емпіричного соціологічного дослідження. Визначальною рисою цього виду соціологічного аналізу є, по-перше, здатність фіксувати, вимірювати елементи структури досліджуваного соціального об'єкта. А, по-друге, описове дослідження виявляє наявність (або відсутність) зв'язків між ланками внутрішньої будови досліджуваного об'єкта.

Аналітичне – найскладніший вид прикладного соціологічного дослідження із тих, що визначаються за критерієм глибини проникнення у досліджуваний об'єкт. Дослідження цього виду забезпечує можливість не тільки проникати у структуру досліджуваного об'єкта, відкривати ланки його структури, фіксувати наявність чи відсутність зв'язків елементів структури, але й розкривати природу цих зв'язків, як, наприклад, структурних чи функціональних, тимчасових чи постійних, атрибутивних чи акцидентних тощо. Такі характеристики аналітичного дослідження роблять його особливо цінним для глибоких, фундаментальних розвідок.

За критерієм ступеня теоретичної рефлексії зібраного первинного соціологічного матеріалу дослідження, за словами **Н. Паніної**, розрізняються на опитування громадської думки та власне соціологічне дослідження.

Опитування громадської думки є збиранням інформації про сукупну оцінку (розподіл оцінок) певного контингенту населення з певного актуального питання. Найважливішим, найвідповідальнішим моментом у такого типу дослідженні є репрезентативність вибірки. В організаційному відношенні це означає особливу важливість установлення обсягу і способу відбору одиниць спостереження. Особлива значущість цієї процедури пояснюється тим, що результати опитування обмеженої кількості людей поширюються на генеральну сукупність. Наприклад, опитавши 1 тисячу жителів Умані, дослідник робить висновки про настрої, оцінки певних політичних подій тощо усіх жителів цього міста; опитавши 2 тисячі

жителів України, поширює висновки на населення України в цілому тощо. Тому, визначаючи обсяг вибірки, дослідник повинен досить чітко уявляти чисельність і якісні характеристики, наприклад, стать, вік, освіта, соціальний стан тощо, за якими опитані ним люди порівнюються із тими людьми, на яких поширюються висновки, одержані в результаті опитування.

В опитуванні громадської думки значення програми соціологічного дослідження зводиться до мінімуму, а досить часто потреба у ній взагалі відпадає. Наприклад, програма не потрібна під час опитування в електоральних ситуаціях («За кого будете голосувати?», «Чи братимете участь у референдумі?» тощо) та під час оперативних досліджень гострої соціальної ситуації. Моделлю такої ситуації може бути реакція населення на ті або ті події у країні або ж на рішення органів влади тощо. ***В опитуваннях громадської думки необхідно лише редагування інформаційного запиту відповідно до основних технічних вимог і правил складання анкети.***

Одержані в результаті опитування громадської думки дані подаються переважно у вигляді одномірних розподілів відповідей на поставлені запитання чи у вигляді розподілу думок різних соціальних контингентів населення.

Обов'язковими вимогами під час подання результатів опитування громадської думки є: повне формулювання запитання у тому вигляді, в якому воно було поставлене в анкеті; визначення генеральної сукупності та визначення обсягу вибіркової сукупності; зазначення помилки репрезентативності.

Соціологічне дослідження – це вивчення суті предмета дослідження та його взаємозв'язків з іншими елементами соціального світу. Із визначення зрозуміло, що для переходу від постановки проблеми дослідження у найзагальнішому вигляді («Соціально-психологічні

проблеми Чорнобильської катастрофи», «Загострення міжнаціональних відносин», «Ставлення населення до ринкової економіки», «Соціально-політична ситуація в Україні у зв'язку із вторгненням російських військ» тощо) до розробки інструментарію потрібна певна схема конкретизації предмета дослідження.

Цю функцію (конкретизація предмета дослідження) виконує програма дослідження. У проведенні власне емпіричного соціологічного дослідження підготовка його програми є найважливішим етапом. Підготовка до збору інформації не залежить від виду дослідження. Цей етап визначається організаційними здібностями керівника, вмінням координувати роботу тимчасового колективу таким чином, щоб на етапі підготовки уникнути викривлення інформації через недобросовісну роботу виконавців різного рівня.

Використана і рекомендована література

1. Соціологія: короткий енциклопедичний словник. Уклад.: В.І. Волович, В.І. Тарасенко, М.В. Захарченко та ін.; Під заг. ред.. В.І.Воловича. – К.:Укр. Центр духовн. культури, 1988. – 736 с.
2. Адамов С.Ю. Система анализа нечисловой информации «САНИ» // Социология. М. – 1991. – №2. – С. 86 – 104.
3. Аптон Г. Анализ таблиц сопряженности. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 140 с.
4. Бешелев С.Д., Гурвич В.Г. Экспертные оценки. – М.: Наука, 1973. – 159 с.
5. Білосвіт К.Д., Паніотто В.І. Вимірювання у конкретно-соціологічному дослідженні // Філосо. Думка. – 1976. – №5 – С. 83 – 93.
6. Благущ П. Факторный анализ с обобщениями. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 248 с.

7. Большев Л.Н., Смирнов Н.В. Таблицы математической статистики. М.: Наука, 1983. – 416 с.
8. Гласс Дж., Стенли Дж. Статистические методы в педагогике и психологии. – М.: Прогресс, 1976. – 494 с.
9. Гурьев В.И. Основы социальной статистики: методы, система показателей, анализ. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 177 с.
10. Гуттман Л. Основные компоненты шкального анализа // Математические методы в современной буржуазной социологии – М.: Прогресс, 1996. – С. 288 – 343.
11. Дегтярев Г.П. Факторный анализ в социологическом исследовании: вопросы интерпретации // Комплексный подход к анализу данных в социологии. – М.: ИС АН СССР, 1989. – С. 168 – 184.
12. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 1979. – 127 с.
13. Дрейпер Н., Смит Г. Прикладной регрессионный анализ. – М.: Статистика, 1973. – 392 с.
14. Дюран Б., Оделл П. Кластерный анализ. – М.: Статистика, 1977. – 128 с.
15. Дэвид Д. Метод парных сравнений. М.: Статистика, 1978. – 142 с.
16. Елисеев И.И. Статистические методы измерения связей. – Л.: Изд-во Ленингр. Ун-та, 1982. – 134 с.
17. Иберла К. Факторный анализ. – М.: Статистика, 1980. – 398 с.
18. Кендэлл МИ. Ранговые корреляции. – М.: Статистика, 1975. – 212 с.
19. Кендэлл М., Стюарт А. Статистические выводы и связи. – М.: Наука, 1973. – 899 с.
20. Киселева И.П. Информативно-целевой анализ текста свободного интервью // Социологический журнал. – 1994. – №3. – С. 110 – 116.
21. Клигер С.А., Косолапов М.С., Толстова Ю.Н. Шкалирование при сборе и анализе социологической информации. – М.: Наука, 1978. – 112 с.

22. Лазарсфельд П. Логические и математические основания латентно-структурного анализа // Математические методы в современной буржуазной социологии. – М.: Прогресс, 1966. – С. 344 – 401.
23. Лазарсфельд П. Измерение в социологии // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – М.: Прогресс, 1972. – С. 134 – 149.
24. Лакутин О.В., Толстова Ю.К. Качественная и количественная информация в социологии // Социс. – 1992. – №8. – С. 72 – 77.
25. Малахов В.А. Специальные методы группировки // Социолог. Исслед. – 1980. – №3. – С. 190 – 200.
26. Математические методы анализа и интерпретации социологических данных. – М.: Наука, 1989. – 171 с.
27. Математические методы в социальных науках. – М.: Прогресс, 1973. – 351 с.
28. Математические методы в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1981. – 334 с.
29. Моин В.Б. Две стратегии измерения // Социолог. Исслед. – 1989. – №6. – С. 112 – 119.
30. Мюллер П., Нойман П., Шторм Р. Таблицы по математической статистике. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 278 с.
31. Осипов Г.В., Андреев Э.П. Методы измерения в социологии. – М.: Наука, 1977. – 182 с.
32. Панина Н.В. Методика измерения жизненной удовлетворенности // «Lifeline» и другие методы психолого-биографического исследования. – М.: Прогресс, 1993. – С. 97 – 105.
33. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. – К. – Наук. Думка, 1982. – 272 с.
34. Паниотто В.І., Максименко В.С., Харченко Н.М. Статистичний аналіз соціологічних даних. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2004. – 270 с.

35. Рассел Д. Измерение одиночества // Лабиринты одиночества. – М.: Прогресс, 1989. – С. 192 – 226.

36. Ростегаева Н.И. О некоторых методических аспектах построения социологических индексов // Комплексный подход к анализу данных в социологии. – М.: ИС АН СССР, 1989. – С. 43 – 52.

37. Статистические методы анализа информации в социологических исследованиях. – М.: Наука, – 1979. – 319 с.

38. Толстова Ю.Н. Логика математического анализа социологических данных. – М.: Наука, 1991. – 111 с.

39. Толстова Ю.Н. Существует ли проблема социологического измерения? // Социология. – №4-5. – С. 103 – 117.

40. Фелингер А.Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. – Новосибирск: Наука, 1985. – 208 с.

41. Харман Г. Современный факторный анализ: Пер. с англ. – М.: Статистика, 1972. – 486 с.

Глосарій (словник термінів)

Гіпотеза – обґрунтоване передбачення про причини і фактори, що визначають характер досліджуваного явища, які потребують емпіричного підтвердження або спростування.

Ескіз проекту дослідження – це перелік пунктів (питань), які необхідно уточнити до початку роботи. Такими пунктами є: 1) інформаційні потреби; 2) програма дослідження; 3) генеральна сукупність і вибірка; 4) інструментарій дослідження; 5) збір інформації; 6) обробка і аналіз даних; 7) звіт (оформлення результатів дослідження); 8) потреби та ресурси; 9) графік і кошторис; 10) загальна вартість дослідження.

Інформаційний запит – запитання, написані у довільній формі, на які необхідно одержати відповідь у результаті проведення емпіричного соціологічного дослідження.

Опитування громадської думки – це збір інформації про сукупну думку (розподіл думок) певного контингенту населення з певного актуального питання. Дуже важливим елементом проекту опитування громадської думки є проблема репрезентативності вибірки, а отже, правильне встановлення обсягу і способу відбору одиниць спостереження.

Програма соціологічного дослідження – це науковий документ, який відбиває логічно обґрунтовану схему переходу від теоретичного (концептуального) осмислення проблеми, що вивчається, до інструментарію конкретного емпіричного дослідження.

Проект соціологічного дослідження – робочий документ, що становить собою перелік основних документів соціологічного дослідження.

Соціологічне дослідження – це вивчення суті предмета дослідження та його взаємозв'язків з іншими елементами соціального світу.

? Контрольні запитання

1. Поясніть специфіку основних типів емпіричних соціологічних досліджень?
2. Які методологічні та методичні функції виконують ескіз та програма соціологічного дослідження?
3. Які основні структурні елементи повинна містити програма соціологічного дослідження?
4. Що таке соціальний показник?

✍ Теми ІНДЗ

1. Перехід від концепту до вимірювання в соціальних дослідженнях
2. Програма – основний документ соціологічного дослідження.
3. Ескіз проекту дослідження: значення та основні структурні елементи.

ТЕМА 2. ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

План

1. Місце і роль програми у соціологічному дослідженні.
2. Визначення об'єкта і предмета дослідження.
3. Інтерпретація і операціоналізація понять.
4. Формулювання і перевірка гіпотез.
5. Організаційно-методичний план дослідження.
6. Робочий план дослідження і підготовка виконавців.

1. Місце і роль програми у соціологічному дослідженні.

«Соціологічне дослідження розпочинається розробкою програми», – цими словами російський соціолог **Г. Осипов** започаткував пояснення значущості програми у забезпеченні успіху проведення соціологічного дослідження. І це, дійсно, так. Без попередньо розробленої програми пізнавальні зусилля соціолога перетворюються на деяку сукупність хаотичних, нічим не впорядкованих, не системних, а отже, таких, що, за визначенням, не можуть привести до визначеної мети, дій.

На визначальній ролі програми у забезпеченні успіху емпіричного соціологічного дослідження наголошує і **Н. Паніна**. За її словами, *програма соціологічного дослідження – це науковий документ, який відбиває логічно обґрунтовану схему переходу від теоретичного (концептуального) осмислення проблеми, що вивчається науковцем, до інструментарію конкретного емпіричного дослідження*. Суть програми визначається двома основними взаємопов'язаними методологічними функціями. Першу із них програма виконує на етапі підготовки анкети – тут вона забезпечує методологічне обґрунтування інструментарію дослідження; другу – на етапі аналізу одержаних даних. Друга методологічна функція виконується програмою після завершення

польового етапу. Полягає вона в обґрунтуванні логіки аналізу та інтерпретації зібраної первинної соціологічної інформації за розробленим на попередньому етапі інструментарієм.

Рівень наукової обґрунтованості цього документа визначає ступінь результативності здійснюваного емпіричного дослідження. За своєю суттю програма представляє собою теоретико-методологічне підґрунтя послідовно здійснюваних соціологом-практиком процедур – збирання, обробки і аналізу інформації, необхідної для підтвердження теоретичних гіпотез чи розробки практичних рекомендацій.

Розробка програми емпіричного соціологічного дослідження є процесом обґрунтування логіки і методів пізнання об'єкта відповідно до поставленої у дослідженні мети. Програма – це науковий документ, що відповідає певній множині обов'язкових вимог. Усі розділи програми, методологічні процедури передбачені цими розділами, знаходяться у тісному логічному і змістовому зв'язку, вони є ланками єдиної системи. Створення програми відбувається шляхом здійснення таких процедур:

- постановки проблеми;
- визначення об'єкта і предмета дослідження;
- описування мети і конкретних дослідницьких завдань;
- інтерпретації (структурна і факторна операціоналізація) основних понять;
- формулювання робочих гіпотез;
- формування вибірки;
- розробки стратегічного плану дослідження;
- описування методів збирання даних;
- описування схеми аналізу даних.

Ефективність емпіричного соціологічного дослідження, значущість його теоретичних і практичних результатів значним чином залежить від його теоретико-методологічного обґрунтування, рівня науковості

розробленої програми, наукового вибору системи емпіричних показників і робочих гіпотез. Недостатньо обґрунтоване з теоретико-методологічної точки зору емпіричне соціологічне дослідження призводить до непереконливих теоретичних висновків, до неефективних практичних рекомендацій і зовсім не відшкодовує значних коштів, витрачених на його проведення.

Своєчасно та методично правильно підготовлена програма, крім двох названих вище, на різних етапах дослідження виконує й інші функції.

Н. Паніна до методологічних функцій програми відносить такі:

- систематизація аналізу предмета дослідження;
- визначення поняттєвого апарату дослідження;
- формування критеріїв складання й оцінки запитань інструментарію;
- вибір статистичних методів аналізу і оцінки матеріальних витрат на обробку;
- формування структури і змісту звіту.

Безвідповідальне ставлення як до самого створення програми емпіричного соціологічного дослідження, так і до правил її розробки, тягне за собою гарантовану невдачу наукового пошуку. Як уже попередньо відзначалося, розплатою за формальне ставлення до програми, за словами **Н. Паніної**, є відчуття розгубленості й невизначеності на тому етапі роботи, коли необхідно розпочинати аналіз одержаного емпіричного матеріалу. У цьому випадку дослідник (часто не усвідомлюючи цього) змушений повертатися до складання програми, щоб таким чином побудувати хоча б мінімально прийнятну схему аналізу первинного соціологічного матеріалу.

Однак спроби підміни розробки програми дослідження описаною схемою її умовно можна назвати «ерзац-програмою», виявляються малопродуктивними. Робота за «ерзац-програмою» виявляє, по-перше,

очевидно недостатню кількість вимірів досліджуваного об'єкта. По-друге, інші ж виміри хоча, на перший погляд, і можуть здаватися досить цікавими, але вони не знаходять свого місця у загальному аналізі проблеми. Образно кажучи, дослідник потрапляє у ситуацію «На городі бузина, а у Києві дядько».

Дослідження без попередньої програми (чи за програмою підготовленою формально) **Н. Паніна** описує так: керівник дослідження збирає групу виконавців і оголошує, що досліджуватиметься, наприклад, проблема «Міжнаціональні відносини на Закарпатті». Одразу ж за цим розпочинається підготовка анкети. Можна скласти сотні запитань, що певним чином відображають характеристики названої проблеми, і додати до анкети ще сотні запитань, що визначають гіпотетичні фактори, які справляють вплив на ці виміри. Процес складання запитань анкети є досить цікавою частиною роботи, особливо якщо така робота не регламентується попередньо розробленою програмою. Значущість тих або тих запитань у таких ситуаціях визначається швидше темпераментом та наполегливістю автора питання, ніж цільовим та інформаційним запитом. Якщо запитань «занадто багато», частина із них відсіюється зусиллями «колективного розуму» відповідно до тих самих критеріїв – авторитету і темпераменту окремих виконавців.

Результатом такого «мозкового штурму» стає анкета з кількома десятками чи сотнями запитань. Цілком виправдано тут буде запитати: вона є доброю чи поганою? Важливо зазначити, що кваліфікований соціолог ніколи не береться оцінювати анкету (йдеться про її змістовий, а не технічний аспект), не порівнявши її з програмою дослідження, адже *якість анкети визначається її адекватністю конкретному інформаційному запиту і відповідністю індикаторів (запитань анкети) виокремленим показникам досліджуваного явища. Потрібне чи непотрібне це запитання, вимірює чи не вимірює воно яку-небудь*

характеристику, - можна оцінити, лише маючи критерії оцінки. Ці критерії і повинна містити програма дослідження.

Н. Паніна зауважує, ефективність прикладного дослідження у багатьох аспектах визначається структурою його програми. Опис програми соціологічного дослідження, отже, розповідь про його внутрішню будову є практично у кожному посібнику з методики і техніки соціологічного дослідження. Тому у своєму навчальному посібнику «Технологія соціологічного дослідження» 2007р. вона пропонує зупинитися на тих елементах програми, без визначення яких нераціонально розпочинати соціологічне дослідження взагалі і підготовку інструментарію зокрема. Структура такої «програми-мінімум» містить чотири взаємопов'язані елементи: 1) предмет дослідження; 2) показники (структурна та факторна операціоналізація понять); 3) мету дослідження; 4) гіпотези.

1. Предмет дослідження визначається конкретним формулюванням відповіді на запитання: «Що?» (тобто, «Що вивчатиметься?»), наприклад, «соціальна напруженість», «політична культура» тощо.

Крім найменування предмета дослідження, має бути його визначення у тому формулюванні, яке автор приймає за основне. Без визначення предмета дослідження, тобто формування певної сукупності вимірів, що їх науковець має намір дослідити, навіть після проведення емпіричного етапу не можна стверджувати, що проблему (наприклад, політичну культуру) було вивчено. Адже у такому разі незрозуміло, що автор мав на увазі під «політичною культурою», оскільки у програмі це поняття не було визначене.

2. Показники визначаються відповіддю на запитання: «Чим?» (тобто, «Чим вимірюватиметься предмет дослідження?»). Визначення змінних, які дають змогу вимірювати складні явища, що можуть підлягати емпіричній інтерпретації, є процедурою визначення показників досліджуваного явища.

Ця процедура ще називається структурною і факторною операціоналізацією понять.

3. Мета емпіричного дослідження визначається відповіддю на запитання: «Для чого?» («Для чого проводиться емпіричне дослідження»). Якщо відповідь на це запитання у дослідника розпочинається зі слів: «Щоб дізнатися...», то це означає, що мета ще недостатньо конкретизована. Подальша конкретизація може бути продовжена відповіддю на запитання: «Для чого дізнатися?»

Конкретизація мети дослідження необхідна не лише (і навіть не стільки) для прагматичного обґрунтування витрат на проведення емпіричного дослідження, скільки для методологічного обґрунтування критеріїв «цілеспрямованого» відбору чи відсіву показників та індикаторів, а також гіпотетичних факторів. Можна запропонувати досить велику кількість показників досліджуваного явища, що будуть переконливо обґрунтовані з точки зору розкриття сутності предмета. Саме чітко сформульована мета дослідження дасть змогу звузити коло обґрунтованих показників.

4. Гіпотези – це науково обґрунтовані передбачення про причини і фактори, що визначають характер досліджуваного явища, які потребують емпіричного підтвердження чи спростування.

Робочий варіант програми зручно оформляти у вигляді схеми, яка містить показники досліджуваного явища (із позначенням їх структурного взаємозв'язку) і показники їх гіпотетичних факторів.

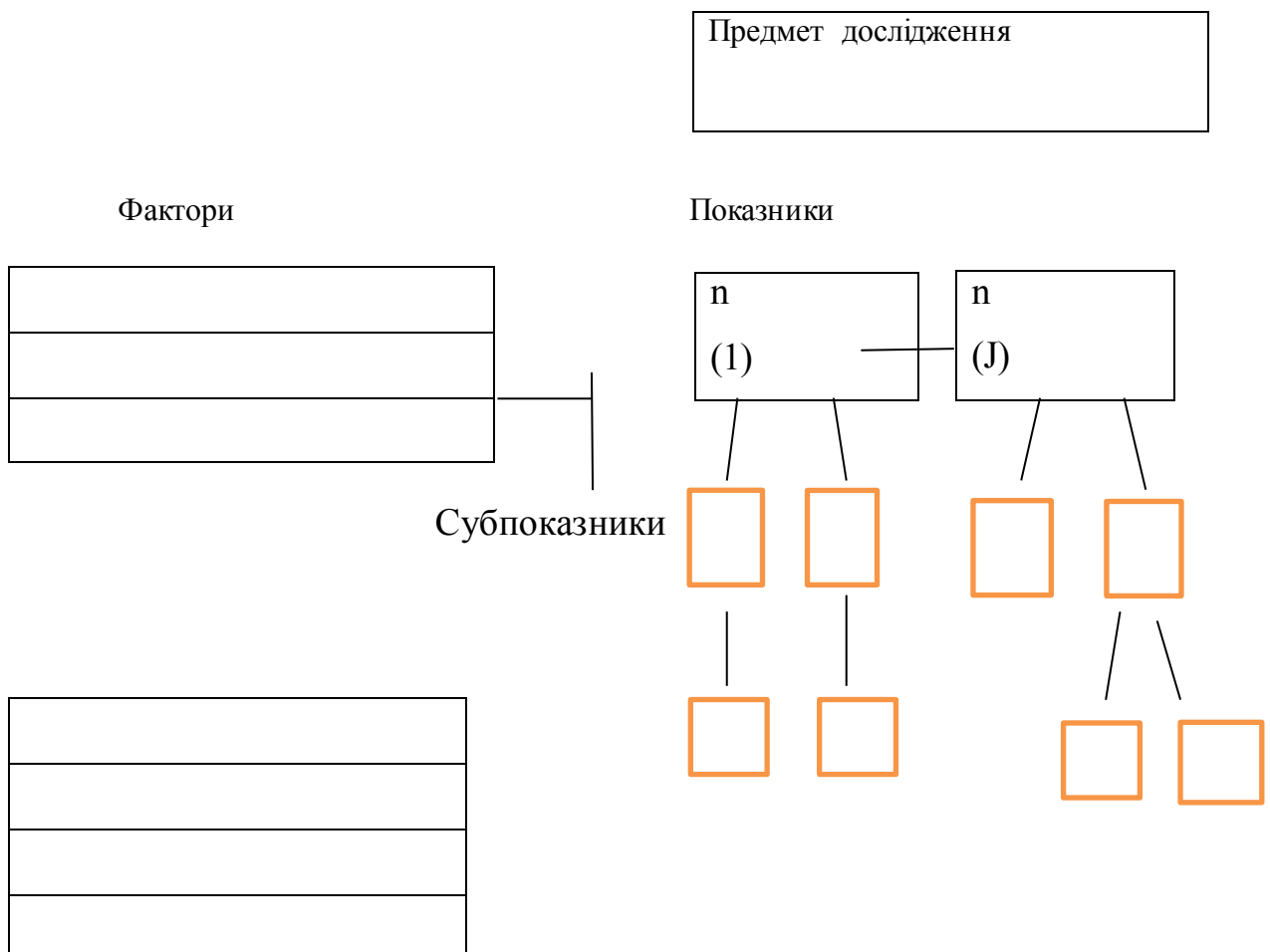
У загальному вигляді схема програми подана на рис. 1.

Емпірична інтерпретація теоретичного показника може мати кілька щаблів (субпоказників), останній з яких повинен бути доведений до такого ступеня конкретності, щоб кожний із субпоказників останнього щабля можна було виміряти шкалою відповідей на конкретне питання (індикатор показника).

Фактично підготовка анкети повинна зводитися до того, щоб перевести показники в адекватні їм запитання.

Навіть у тих випадках, коли запитання формулюється спонтанно (на практиці це трапляється досить часто), слід, виходячи із цього формулювання, визначити показник, що відповідає запитанню, відшукати його місце у загальній схемі програми, що у подальшому значно полегшить аналіз одержаної інформації. І замість того, щоб кожного разу говорити, наприклад, про респондентів, що дали ствердну відповідь на запитання: «Чи вважаєте Ви, що соціально-економічне становище країни у наступному році поліпшиться?», у тексті аналізу достатньо буде нагадати про думку «соціальних оптимістів», оскільки у програмі було обґрунтовано зв'язок цього запитання із показником «соціального оптимізму».

Технологія підготовки програми



Взаємозв'язок показника і запитання може бути явним (прямим), коли формулювання логічно випливає з визначення показника. Так, упевненість у поліпшенні соціально-економічної ситуації безпосередньо пов'язана із показником соціального оптимізму і не потребує додаткового обґрунтування. Але зв'язок може бути і не настільки явним, коли, наприклад, відповіді на згадуване вище запитання пропонується розглядати як показник «підтримки економічної політики уряду». І хоча логічно цілком припустимою є інтерпретація впевненості у поліпшенні економічного становища як показника підтримки економічної політики уряду, бажано емпірично обґрунтувати цю відповідність.

Стрілки між показниками вказують на гіпотези дослідника. Гіпотези можуть бути висловлені текстуально (наприклад, «люди, які мають дітей, частіше бажають переселитися із зони радіоактивного ураження») або стрілками на схемі програми (наприклад, між показниками такого соціально-демографічного фактора, як «структура сім'ї», і таким соціально-психологічним показником, як «ставлення до переселення»).

Якщо внесення гіпотетичних зв'язків занадто перевантажує схему, гіпотези можна оформити і у вигляді замовлення на обробку даних (наприклад, 100 x 28, 35...45, де числа позначають кодовий номер пункту анкети).

Прикладом підготовки програми можуть стати деякі фрагменти роботи над проблемою «Соціальна політика в умовах великомасштабної аварії на АЕС».

Початкове замовлення надійшло у традиційно невизначеному формулюванні: «Соціально-психологічні наслідки аварії на ЧАЕС».

1. Спільно із замовником конкретизується мета дослідження – визначення пріоритетних заходів соціальної політики у випадках аварій на атомних електростанціях, подібних до аварії на ЧАЕС. Йдеться про те, щоб визначити і обґрунтувати, які з можливих заходів соціальної політики

(відселення людей, медична допомога на місці, психопрофілактика, пропаганда тощо) необхідно здійснювати у першу чергу в подібних ситуаціях. (Декларація про те, що подібне не повинно повторюватися, має радше морально-етичну, ніж практичну цінність, тому що досконале вивчення гіркого досвіду стане більшою гарантією, ніж абстрактні декларації).

2. Конкретизація та класифікація (спільно із замовником) можливих заходів (заходи, спрямовані на збереження здоров'я; заходи щодо оптимізації психологічного стану; заходи спрямовані на зниження соціальної напруженості) дали змогу визначити три основні показники соціально-психологічного стану населення: 1) фізичне самопочуття; 2) психологічне самопочуття; 3) соціальне самопочуття.

3. Далі дослідник вирішує, чи є кожний із показників простим (вимірюється одним запитанням анкети або текстом) чи складним (у свою чергу, складається із кількох субпоказників). Наприклад, «фізичне самопочуття» містить у собі, на думку дослідника: 1) об'єктивні показники здоров'я; 2) самооцінку здоров'я. У свою чергу, «об'єктивний стан здоров'я» у межах соціологічного опитування може бути виміряний такими показниками, як: 1) наявність хронічних захворювань; 2) частота і тривалість захворювань; 3) частота головного болю; 4) втомлюваність (добова динаміка фізичного стану) і т. ін..

Нижче (як приклад) ілюструється схематична конкретизація показників «фізичного самопочуття» (див. рис. 2).

Заштриховані субпоказники розглядаються у програмі як індикатори, що безпосередньо трансформуються у запитання анкети:

1. «Як Ви оцінюєте стан свого здоров'я у цілому?»
2. «Чи є у Вас хронічні захворювання?»
3. «Скільки днів за останні 12 місяців Ви хворіли так, що доводилося брати бюлетень чи дотримуватися постільного режиму?»

4. «Чи часто у Вас буває головний біль?»

5. «Який фізичний стан у Вас буває найчастіше...5а...вранці. 5б ...ввечері?»

Припустимо, загальна схема передбачуваного аналізу проблеми «Соціальна політика в умовах великомасштабної аварії на АЕС» визначатиметься такими чотирма гіпотезами, емпірична перевірка яких дозволить визначити пріоритетність соціальних заходів.

1. Опромінювання викликає погіршення фізичного самопочуття, що призводить до погіршення психологічного стану і соціального самопочуття.

2. Погіршення здоров'я населення (незалежно від ступеня радіаційного враження) пов'язується у свідомості людей із погіршенням ситуації радіоактивного забруднення, а тому призводить до погіршення психологічного самопочуття.

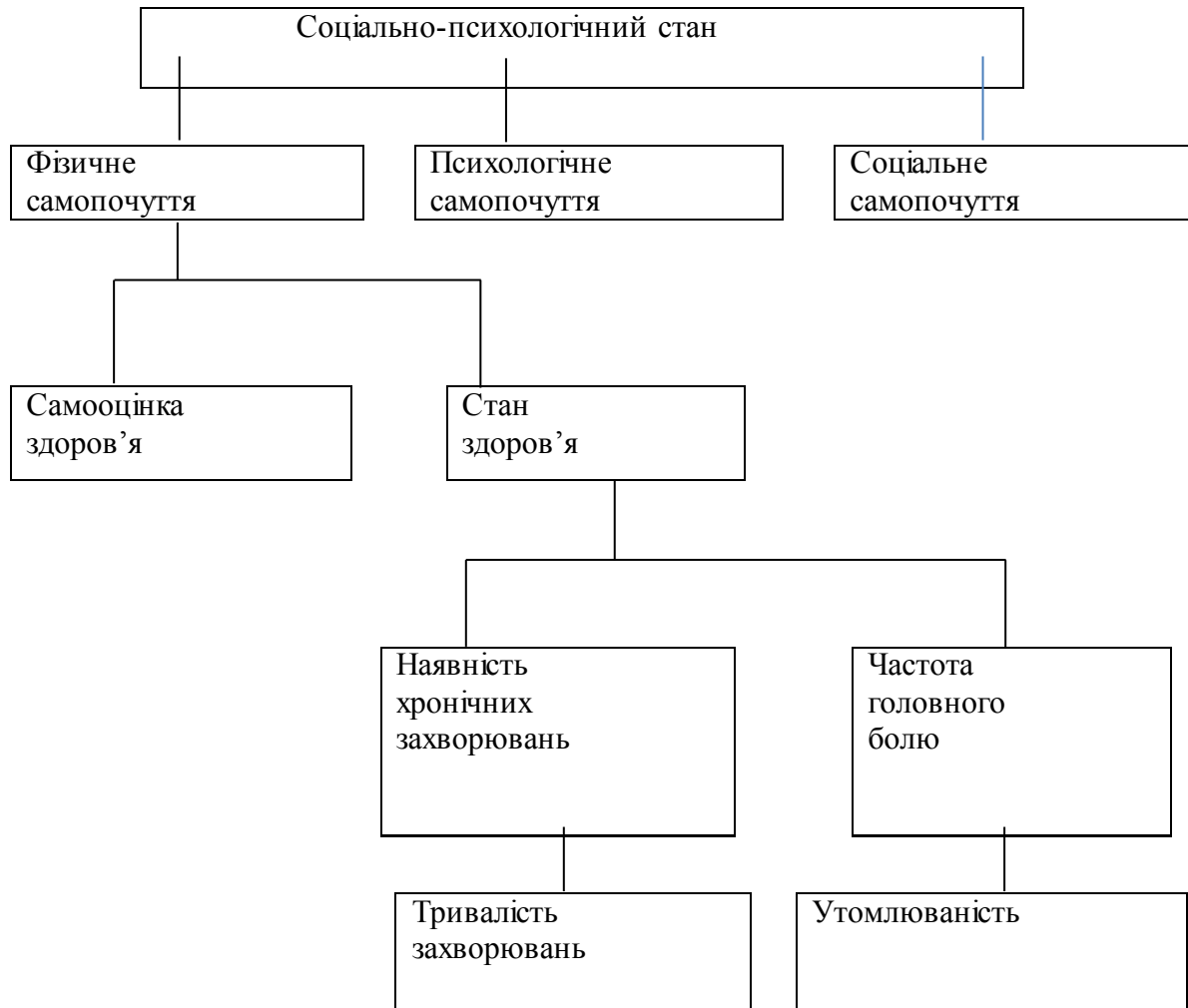
3. Упереджене ставлення до ситуації посилює песимізм, що призводить до психосоматичних розладів і реально погіршує фізичне самопочуття та стан здоров'я.

4. Погіршення соціальної ситуації (економічного стану, політичної ситуації, загальної екологічної обстановки) спричиняє посилення психологічного напруження і погане самопочуття людей, яке вони у своїй свідомості пов'язують із фактором радіаційного забруднення.

Збір емпіричного матеріалу та його статистична обробка дозволяє визначити кількісну оцінку підтвердження (або спростування) кожної висунутої гіпотези. Наступний логічний аналіз дозволяє запропонувати пріоритетність тих або тих соціальних заходів.

Так, наприклад, за підтвердження першої гіпотези пріоритетом соціальної політики має стати розв'язання проблеми відселення людей із забруднених територій.

Рис 2. Схематична конкретизація показників «фізичного самопочуття»



У разі підтвердження другої гіпотези, основу соціальної політики мають становити питання покращення якості медичного обслуговування, інформування населення про причини погіршення стану здоров'я.

Якщо найзначущим є підтвердження третьої гіпотези, то соціальна політика повинна зосереджуватися насамперед на питаннях психопрофілактики і психотерапевтичної допомоги населенню.

І нарешті, за підтвердження четвертої гіпотези мова повинна йти насамперед про зміну найзагальніших умов життя людей у регіонах, які потерпіли внаслідок аварії, зокрема, допомога мусить мати адресний

характер – поліпшення економічних умов життя через диференційовану систему пільг для населення регіонів, що постраждали від аварії.

Певна річ, розглядаючи наведений приклад, читач може не погодитися ні з запропонованими показниками, ні з висунутими гіпотезами, обґрунтовано їх спростувати чи доповнити. До цього, власне, і має зводитися обговорення програми дослідження авторським колективом.

Тут же ми тільки пробуємо переконати соціолога-початківця у необхідності ґрунтовної підготовки до початку дослідження.

Таким чином, своєчасно підготовлена програма конкретного емпіричного дослідження, поряд із загальними методологічними функціями (аналіз предмета дослідження при підготовці інструментарію і синтезом розрізнених індикаторів – пунктів анкети – в систему показників явища, що вивчається на етапі аналізу й узагальнення отриманих даних), виконує певні методичні функції на різних етапах дослідження.

Крім названих вище, на думку російського соціолога **Г. Осипова**, програма емпіричного соціологічного дослідження виконує ще й низку інших методичних функцій. Найважливішими із них він називає такі:

1. Систематизація плану аналізу предмета дослідження.
2. Визначення структури поняттєвого апарату.
3. Формування критеріїв складання і оцінки інструментарію.
4. Передбачення вибору статистичних методів аналізу.
5. Формування структури і змісту звіту.

Г. Осипов переконаний – розробка програми соціологічного дослідження є своєрідним процесом переведення характеристик проблемної соціальної ситуації у виміри наукової проблеми. Він стверджує, що безпосередньою причиною проведення емпіричного соціологічного дослідження є реальні суперечності розвитку соціального організму. Наприклад, мова може йти про суперечності між соціальною і професійною орієнтацією молодих людей, що закінчили середню школу, і

потребами суспільства, зокрема конкретними потребами певного населеного пункту, підприємства тощо.

Реальні життєві суперечності створюють соціальну, проблемну ситуацію, для розв'язання якої потрібен подальший розвиток соціологічного знання і відповідні управлінські рішення. *Проблемна ситуація відносно точно відображається у науковій проблемі, у якій фіксуються суперечності між знанням про потреби суспільства і його організацією у певних практичних діях та незнанням шляхів та засобів реалізації таких дій.* Визначення наукової проблеми означає вихід за межі вивченого у сферу того, що має бути вивчено. Не завжди соціальна проблема може бути розв'язана у межах наявного знання. У такій ситуації необхідно провести певні теоретичні і емпіричні дослідження, спрямовані на отримання нового знання у формі тих або тих теоретичних висновків (теоретична орієнтація дослідження) і практичних рекомендацій (прикладна орієнтація). Часто теоретична орієнтація дослідження не приносить даних для негайних практичних рекомендацій. А у практично орієнтованому соціологічному дослідженні для розробки практичних рекомендацій застосовуються уже набуті знання. Однак, зазвичай, попередньо набутих знань для розв'язування нових проблем виявляється недостатньо. Тому у більшості випадків емпіричне соціологічне дослідження є змішаним: у ньому розв'язуються як практичні, так і теоретичні проблеми. Наприклад, досліджуючи проблему плинності кадрів, соціологічне дослідження буде орієнтоване як на вивчення соціальних факторів, що породжують це явище, так і на розробку системи заходів для усунення або зміни спрямованості дії цих чинників. У першому аспекті увага концентрується на теоретичному аспекті проблеми, у другому – практичному.

У зв'язку із тим, що розв'язати соціальну проблему наявними засобами неможливо, необхідно залучити для цього науку соціологію.

Адже саме вона володіє засобами пошуку інструментів та технологій вирішення суперечностей, що виникають у соціальних системах. Факт такого звернення є формою соціального замовлення. Якщо не вдається виконати замовлення на підґрунті попередньо набутих знань, то з'являється необхідність наукового пошуку нових, ще не відкритих соціологією тенденцій, закономірностей для отримання додаткових знань, що їх можна було б застосувати для вирішення соціальної проблеми.

Проблемна ситуація, що з'являється у процесі практичної діяльності людей, не завжди постає науковою проблемою. Якщо проблемну ситуацію можна вирішити уже набутими засобами, то мова йде про практичну проблему, отже, про пошук способів застосування попередньо набутих знань, існуючих засобів. Особливістю вирішення наукових проблем є отримання нових знань, характерно, що тут має місце поєднання практичного аспекту із науковим. Єдність наукового і практичного аспектів дослідження знаходить свою реалізацію у формулюванні центральних питань проблеми. Наприклад, проблема плинності кадрів насправді зводиться до двох центральних питань: що примушує людей змінювати місце праці і як уникнути надмірної плинності кадрів.

Отже, вирішити наукову проблему – означає отримати нові знання для створення наукової моделі, що пояснює те або те соціальне явище, процес тощо. Проміжною ланкою між проблемою і теоретичною моделлю є гіпотеза. Нею соціолог керується у процесі дослідження. Формулювання гіпотези залежить від проблеми, отже, постановка наукової проблеми, яка на початку дослідження визначає напрямок і зміст майбутньої теоретичної моделі.

Важливо уникати небезпеки постановки удаваних проблем, тобто таких, що не відображають реальних соціальних ситуацій, або тих, що уже давно вирішені. Для цього соціолог має володіти широким науковим баченням, глибоким знанням життя, умінням порівнювати проблеми, що

перед ним постають, із наявним обсягом соціологічного знання і знаходити для них відповідне місце у системі цього знання.

Варто зазначити що на початку розробки програми дослідження не завжди вдається чітко і однозначно сформулювати наукову проблему. У такому разі проблема окреслюється тільки у найзагальніших рисах, а у процесі подальшої розробки програми її формулювання уточнюється.

Розв'язування соціальної проблеми є завжди нічим іншим як вирішенням тих або тих конкретних завдань. Такими завданнями можуть бути, наприклад, підвищення ефективності і продуктивності праці, покращення умов праці і побуту певного підприємства (установи, організації) тощо.

Мета соціологічного дослідження визначає його орієнтацію – теоретичну чи прикладну. Програма соціологічного дослідження має чітко відповідати на питання, яка проблема вирішується дослідженням та які результати від нього очікуються.

Нечітке формулювання мети дослідження може стати причиною колізії між колективом дослідників та замовником щодо його результатів. Уникнути такого конфлікту і водночас зберегти комплексний характер дослідження допомагає розробка чіткої системи основних і допоміжних завдань.

Логіка соціологічного дослідження визначається змістом проблеми, сформульованої у меті. У теоретично орієнтованому дослідженні вирішуються наукові (основні) завдання. У практично орієнтованому – основними є практичні завдання, а наукові – неосновними.

Основні завдання відповідають меті дослідження. Неосновні формулюються для підготовки майбутніх досліджень, вирішення методологічних питань, перевірки неосновних гіпотез, що не пов'язані безпосередньо із конкретною проблемою тощо. Безвідносно до спрямованості дослідження (теоретичної чи емпіричної), неосновні

завдання доцільно розв'язувати на підґрунті даних, отриманих для пошуку відповіді на центральне питання дослідження. Таку інформацію потрібно аналізувати у іншому ракурсі. У такому разі можливим є варіант, що неосновні завдання не знайдуть свого остаточного вирішення. Але навіть така інформація допоможе сформулювати нову наукову проблему, підготувати нове дослідження за новою програмою.

2. Визначення об'єкта і предмета дослідження.

Об'єкт дослідження і одиниця спостереження. *Об'єктом соціологічного дослідження є проблемна ситуація, зосереджена у конкретному соціальному явищі, процесі, відношенні, сфері суспільного життя, або реальні соціальні процеси чи явища, а також соціальні відносини, що містять суперечність і спричиняють виникнення проблемної ситуації.* Іншими словами, об'єктом соціологічного дослідження завжди є певна група людей (від діади до суспільства у цілому), через взаємодії, взаємозв'язки, взаємозалежності яких мають буття виміри тих соціальних явищ і процесів, які складають предмет соціологічного дослідження.

Описування об'єкта соціологічного дослідження має враховувати такі його характеристики, які є важливими для мети дослідження. Цими вимірами, зокрема, можуть бути: галузева приналежність, функціональна спрямованість, часові та просторові межі. Наявність галузевих меж дозволяє зосередитися на найважливіших визначальних рисах функціонування певної соціальної системи, просторові межі конкретизують об'єкт із позиції територіально-адміністративної локалізації.

Часові межі конкретизують терміни проведення дослідження, вони можуть бути пов'язані з особливостями виробництва, наприклад, його сезонним характером тощо. За таких обставин враховується період

проведення соціологічного дослідження, пов'язаний із циклами виробництва.

Якщо об'єктом соціологічного дослідження є взаємодія людей, то одиницями спостереження, зазвичай, є носії цієї діяльності – конкретні люди.

Одиницею спостереження у соціології називається той елемент досліджуваної соціальної системи, певної спільноти людей, про який безпосередньо ведеться збирання соціальної інформації. Тут важливо розрізняти одиниці спостереження, про які збирається інформація (одиниці аналізу) і одиниці спостереження, від яких надходить інформація (одиниці збору). Іншими словами, залежно від ракурсу, у якому розглядається одиниця спостереження, вона може кваліфікуватися або як одиниця аналізу, або як одиниця збору.

Соціологічні дослідження можуть включати різні за своїм характером одиниці спостереження. Так, наприклад, у дослідженні плинності кадрів на промисловому підприємстві можна вирізнити такі одиниці спостереження: «працівники що вибули», «новоприйняті працівники», «ті, що працюють у даний час» тощо.

Попередньо уже було окреслено найзагальніші характеристики предмета дослідження. Зупинимося тепер на їх аналізі детальніше. ***Предметом емпіричного соціологічного дослідження, зазвичай, вважаються ті аспекти, виміри об'єкта дослідження, які безпосередньо підлягають вивченню.*** Такі характеристики є значущими для мети дослідження. В одному і тому ж об'єкті, залежно від мети пошуку, може вирізнитися «енна» кількість предметів дослідження. Кожен із них у змістовному аспекті визначається тим, яку саме сторону об'єкта він відображає, з якою метою, а головне – для вирішення якої соціальної проблеми він виокремлений.

Об'єкт і предмет соціологічного дослідження збігаються у тому разі, коли перед дослідником стоїть завдання пізнання усієї сукупності вимірів функціонування і розвитку конкретного соціального об'єкта. Коли ж ідеться про вивчення якихось окремих характеристик об'єкта дослідження, то предметом стають ті аспекти, що містять ці виміри.

Предмет соціологічного дослідження на завершальному етапі дослідження постає певною системою, що стає своєрідним підґрунтям для вирішення процедурних завдань, розробки методів фіксування виокремлених вимірів та їх зв'язків. Елементами самої системи у дослідженні є різні фактори: причини, наслідки, умови, залежності тощо. Вони розрізняються на прямі та побічні, внутрішні і зовнішні, об'єктивні і суб'єктивні, головні і другорядні, латентні та відкриті тощо. Опис предмета дослідження у формі завершеного набору взаємозв'язаних факторів, безумовно, є певним спрощенням.

Елементи і зв'язки утворюють певну впорядкованість або структуру предмета дослідження. Структура означає організованість елементів як на горизонтальному (одному), так і на ієрархічному (що відображає їх нерівність) рівнях. Рівні впорядкованості системи відображають її ієрархічну впорядкованість, тобто впорядкованість нерівностей. У зв'язку з тим, що соціальна система функціонує і розвивається, структуру можна розглядати у статичі та динаміці, виокремлюючи механізми як функціонування, так і розвитку.

Один і той же об'єкт можна описувати у різних ракурсах. Які саме характеристики об'єкта підлягають вивченню, визначається соціальною проблемою, метою емпіричного соціологічного дослідження, його конкретними дослідницькими завданнями. А уже залежно від того, які елементи і зв'язки будуть виокремлені, у свою чергу, залежить вибір засобів їх фіксації (методики збирання і аналізу даних).

Одне із найважливіших завдань початкового етапу соціологічного дослідження полягає у тому, щоб сформулювати гіпотетично розгорнутий опис соціального об'єкта як цілісної системи. Це, у свою чергу, вимагає попередньої – такої, що відбувається на початковому етапі дослідження – фіксації певних елементів і зв'язків, характерних для досліджуваного об'єкта.

Соціальний об'єкт розглядається у двох аспектах – як частина цілого і як ціле, що складається із частин. У першому випадку він є елементом складнішої системи і характеризується зовнішніми зв'язками. У другому – характеризуються його внутрішні взаємозв'язки.

Специфіка соціологічного дослідження полягає у побудові гіпотетичної моделі об'єкта як сукупності складових його елементів і зв'язків. Ця модель немовби підмінює собою досліджуваний об'єкт. На підґрунті системного аналізу, соціолог подумки розчленовує об'єкт дослідження, виокремлює його елементи, його зовнішні і внутрішні зв'язки, його структуру та формулює передбачення механізму його функціонування і розвитку.

Результатом попереднього системного аналізу досліджуваного соціального об'єкта є предмет дослідження, що має форму певної гіпотетичної моделі, що може бути представлена схемою з описом елементів і зв'язків досліджуваного об'єкта. Наприклад, схематичне уявлення про механізм індивідуального акту добровільної міграції із села у місто розкриває складну взаємодію факторів, що впливають на прийняття індивідом рішення відносно міграції із села у місто: зовнішні стимули міграції, зовнішні стимули стабілізації, об'єктивні можливості, зовнішній ідеологічний вплив на індивіда, його інформованість, міграційна поведінка інших представників сільського населення, структури особистості індивідів, внутрішніх переконань (або мотивів) міграції або стабілізації, ставлення до міграції і, нарешті, життєва ситуація індивіда.

Із урахуванням того, що для побудови такої моделі застосовуються соціологічні поняття, а також те, що сама вона має певну категоріально-логічну структуру, таку модель називають також концептуальною.

Шлях соціологічного дослідження від гіпотетичної моделі досліджуваного об'єкта до результатів дослідження, а від них знову до гіпотетичної моделі, але уже емпірично обґрунтованої, «переконструйованої», за результатами спостереження і вимірювання, є реальним утіленням у практику емпіричного дослідження загального методу побудови наукового знання – методу сходження від абстрактного до конкретного.

Опис цього методу, стосовно до емпіричних досліджень у соціології, допоможе пояснити їх загальну логічну структуру.

Дефініції «абстрактне» і «конкретне» наповнюються у даному разі специфічним змістом. *Абстрактне* – це аспект, частина цілого, щось однобічне, дискретне, нерозгорнуте. *Конкретне* – це ціле, що складається із «енної» кількості багатьох частин, аспектів, щось багатогранне, розвинуте, розгорнуте. І абстрактне, і конкретне може мати буття у формі як ідеального, так і чуттєво даного образу. Чуттєво конкретне – це світ чуттєво даного. У нашому випадку – це досліджуваний соціальний об'єкт, початкова ланка соціологічного дослідження. Він даний у спостереженні, в образі «живої цілості». Саме з «образу цілого» і розпочинає свій творчий пошук дослідник. Це початок руху від конкретного до абстрактного, – руху, який є необхідною умовою подальшого переходу від абстрактного до конкретного. Тут здійснюється перехід від чуттєво конкретного, даного у спостереженні, у образі цілого, до ідеальних абстракцій.

Мислений (ідеальний) образ досліджуваного об'єкта через застосування логічних засобів розчленовується на певну кількість складових ланок, елементів і зв'язків. У такий спосіб соціолог отримує

певні мислені абстракції, які надалі піддаються емпіричній інтерпретації або, інакше кажучи, переводяться в емпіричні показники. Із гносеологічної точки зору емпіричні показники є своєрідним континуумом мисленої абстракції і чуттєвих даних. Саме через них здійснюється перехід від теоретичних концепцій до емпіричного дослідження і у зворотному напрямку. Система емпіричних показників окреслює ту емпіричну сферу, обшир чуттєво конкретного, що є об'єктом дослідження. Емпіричні показники є своєрідними представниками соціальної реальності, закритої для безпосереднього спостереження і вимірювання, схованої за чуттєвими даними.

Емпіричні дані, отримані в результаті дослідження, містять у собі нові знання про реальність. Ці знання є результатом здійснюваної у процесі дослідження взаємодії чуттєвого і мисленого. Емпіричні дані осмислюються, піддаються теоретичній інтерпретації через їх включення у спеціальну, а потім і загальну соціологічну теорію. Таким чином здійснюється перехід від емпіричного знання до теоретичного.

Мисленні операції соціолог здійснює, орієнтуючись на той образ цілого, який він сформував на початку дослідження. Завдяки такому образу і здійснюється зв'язок мислених абстракцій, які своїм змістом відображають окремі сторони досліджуваного об'єкта, в єдине багатогранне ціле, мислено конкретне у всьому багатстві його визначень. Мислено конкретне, на відміну від чуттєво конкретного, є не початковим пунктом дослідження, а його результатом. Процес пізнання, отже, здійснюється двома взаємозв'язаними шляхами. На першому шляху повне уявлення зводиться до ступеня абстрактного визначення, на другому шляху абстрактне визначення веде до відтворення конкретного засобом мислення.

Таким чином, створюється можливість розкрити внутрішню структуру та механізм функціонування і розвитку соціального об'єкта, а

отже, перевірити адекватність початкової гіпотетичної моделі досліджуваному об'єкту.

3. Інтерпретація і операціоналізація понять.

Однією із найважливіших і найскладніших у соціологічному дослідженні є процедура порівняння теоретичних положень з емпіричними даними, її ще називають теоретичною й емпіричною інтерпретацією понять. Здійснюється вона для подальшого емпіричного обґрунтування гіпотези (гіпотез). Вирішується ця проблема за допомогою спеціальних логічних операцій.

Розкриття змісту поняття може бути повним тільки у тому випадку, якщо його інтерпретація здійснюється у двох напрямках: 1) порівняння змісту даного поняття зі змістом інших понять (теоретична інтерпретація понять) і 2) порівняння його із даними спостереження і експерименту, тобто з емпіричними даними (емпірична інтерпретація понять). У першому аспекті розкривається теоретичний зміст поняття, в другому – емпіричний.

Емпірична інтерпретація понять є спеціальною процедурою пошуку емпіричних значень теоретичних термінів. Безпосередній емпіричній інтерпретації, через «правила позначення», піддаються не усі елементи теоретичної системи, а тільки окремі терміни і речення, що є «представниками» системи у цілому. Решта термінів і речень системи отримують побічну емпіричну інтерпретацію. Побічна інтерпретація здійснюється за допомогою логічних зв'язків (через «правила висновку») термінів і речень системи з безпосередньо інтерпретованими термінами і реченнями.

Одним із «правил експлікації» є операціональне визначення. *Процедура операціонального визначення є процесом розкриття значення теоретичного поняття через вказівку на ту*

експериментальну операцію, результат якої, відкритий емпіричному спостереженню або вимірюванню, засвідчує наявність явища, відображеного у змісті поняття. У найпростішому випадку – це вказівка на емпіричний показник, що засвідчує наявність чи відсутність явища, відображеного змістом теоретичного поняття. Досить часто операціональні визначення формулюються як певні кількісні залежності.

Із онтологічної позиції емпіричний показник є спостережуваним і вимірюваним явищем, яке використовується для того, щоб вказати на наявність іншого, недосяжного для безпосереднього спостереження і вимірювання. Спостереження і вимірювання, таким чином, здійснюється через систему спеціально розроблених емпіричних показників, що дозволяють порівняти теоретичні конструкції з емпіричними даними. Така система розробляється у межах кожного окремого емпіричного соціологічного дослідження і безпосередньо пов'язується з його метою та конкретними дослідницькими завданнями. Наприклад, соціологічне поняття «ставлення до праці» неможливо піддати безпосередній емпіричній інтерпретації. Його можна інтерпретувати тільки опосередковано. Це поняття розчленовується на три складові, що є проміжними поняттями на шляху до безпосередньої інтерпретації: ставлення до праці як до цінності, ставлення до своєї професії, ставлення до конкретної праці на конкретному підприємстві. Останнє із цих понять – «ставлення до праці» - також можна розчленувати на певну множину характеристик. Це об'єктивні характеристики ставлення до праці (продуктивність праці, трудова ініціатива, трудова дисципліна) і суб'єктивні характеристики ставлення до праці (ціннісні орієнтації особистості, структура та ієрархія мотивів діяльності, стан задоволеності роботою). Ці поняття уже можна піддавати безпосередній емпіричній інтерпретації через операціональні визначення.

Для кожного поняття можна вказати емпіричні показники і систему дослідницьких засобів для їх фіксації. Наприклад, емпіричний показник ціннісних орієнтацій – думка – фіксується за допомогою опитування (інтерв'ю, анкети), а показник ініціативності – кількість раціоналізаторських пропозицій – фіксується шляхом звичайного підрахунку. Таким чином, вибір емпіричного показника залежить як від інтерпретованого поняття, так і від тих дослідницьких засобів, які є у користуванні у соціолога.

Операціональні визначення не відображають усієї множини значень теоретичного терміну соціологічної теорії. Навіть більше, не усі поняття піддаються операціональному визначенню навіть частково. Одне і те ж операціональне поняття може отримати кілька емпіричних інтерпретацій. Це значить, що воно має різні операціональні критерії застосування, що працюють у різних дослідницьких ситуаціях. Саме по собі теоретичне поняття має певне, незалежне від операціональних визначень і не відображуване у них, значення.

Початкові поняття, з якими, зазвичай, має справу соціолог, уже якось визначені через неопераціональні визначення. Останні їх тільки доповнюють, надаючи можливість почати дослідження. Особливості операціональних визначень полягають у тому, що вони обмежені сферою чуттєвих даних спостереження і експерименту. У цьому їх переваги і вади. Переваги полягають у тому, що вони дають можливість дослідникові опиратися на спостереження і експеримент як особливі види наукової практики. А вади у тому, що вони не розкривають усього змісту наукових понять, а тому повинні доповнюватися іншими визначеннями.

Операціоналізація понять – це специфічна наукова процедура уточнення зв'язку між концептуальним апаратом дослідження і його методичним інструментарієм. Це не тільки перехід від одного типу знання до іншого, теоретичного до емпіричного, але і перехід від одного

засобу отримання знання до іншого, від концептуального апарату дослідження до його методичного інструментарію.

Безвідносно до предмета дослідження, будь-яка програма пов'язана із застосуванням методів вимірювання і експерименту, а тому нею обов'язково передбачається проведення процедури операціоналізації. Більше того, ця процедура є обов'язковою умовою побудови системи соціальних показників – винятково важливого для соціологів завдання, пов'язаного із вирішенням практичних проблем планування і прогнозування соціальних явищ і процесів.

Операціоналізація понять не тотожна операціональним визначенням. Операціональне визначення – це, перш за все, логічна процедура, вказування емпіричних значень теоретичних смислів, обов'язкова передумова емпіричного дослідження, пов'язаного з перевіркою гіпотези, її підтвердженням або запереченням. Операціоналізація понять включає у себе експериментальну ситуацію і не є тільки логічною процедурою. Це розробка нових засобів фіксації даних – індексів і шкал, того, що можна назвати «методичним експериментом». Це пошук емпіричних показників, а не їх використання.

Пояснювана процедура складається із тих же операцій, що і побудова інструментарію дослідження. Так, у випадку розробки індексу здійснюються такі операції: переведення поняття у показники (що використовуються як операціональні, так і неопераціональні визначення, наприклад, описові); переведення показників у перемінні (обираються типи шкал і, якщо можливо, одиниці вимірювання); переведення перемінних в індекс (обирається техніка конструювання індексу); оцінка індексу (виконується розрахунок індексів на надійність та обґрунтованість). Найпростішим прикладом оцінки індексу може бути індекс групової згуртованості, що представляє собою відношення кількості взаємних позитивних виборів до числа усіх можливих виборів, зроблених у

групі. Поняття групової згуртованості визначається через емпірично фіксований показник – взаємні відбори – і засіб реєстрації – звичайний підрахунок.

Багато соціологів-практиків уявляють собі переведення понять у показники як перерахунок повного набору ознак, що характеризують досліджуваний об'єкт. Іноді вважають, що результатом такого переведення має бути сукупність істотних ознак. Однак утворити систему емпіричних показників – це зовсім не означає знайти сукупність ознак, хоча й істотних.

Подане вище тлумачення процедури переведення понять у показники, по-перше, залишає за полем зору проблему засобів фіксації ознак досліджуваного об'єкта і тим самим не забезпечує можливості збирання емпіричних даних, а по-друге, значно спрощує структуру часто досить складних соціологічних понять, зводячи її (структуру) до відносно вузького набору ознак. Проте сформувати систему показників – це значить вказати не тільки на емпіричні показники (у ролі яких у соціологічному дослідженні можуть бути істотні або другорядні ознаки), але і на засоби їх фіксації – індекси і шкали. Крім того, для побудови системи показників складних соціологічних понять вимагається розробка проміжної концептуальної моделі, у якій кожна абстракція постає не у вигляді сукупності визначальних ознак, а у вигляді сукупності істотних відношень.

У розробці концептуальної моделі соціолог не завжди використовує концепцію досліджуваного об'єкта, старанно розроблену на підґрунті уже наявної теорії. Можливою є і така ситуація, коли теорія ще не створена і питання про її розробку ще тільки ставиться. У такій ситуації соціолог може користуватися спеціально побудованою ним робочою концепцією, яка у процесі подальшого дослідження може кілька разів перебудовуватися, перш ніж набути завершеного стану і виконувати функцію теорії. Крім того, він може посилатися на свої суто інтуїтивні

уявлення, що з'являються саме у процесі побудови концептуальної моделі і у подальшому можуть бути оформлені у робочу концепцію.

Концептуальна модель складається із проміжних абстракцій, що утворюють певну ієрархію і опосередковують зв'язок початкового поняття із системою показників. Переведення початкового поняття у систему показників здійснюється шляхом перетворення концептуальної моделі у операційну, що складається із емпіричних показників. Показниками тут є ідеальні об'єкти оперування, що підміняють собою реальні об'єкти оперування – фрагменти дійсності, наділені експериментальними функціями засобів вимірювання, що представляють досліджуваний об'єкт у дослідницькій ситуації. Операціональна модель може бути трансформована у математичну, що складається із класифікаційних, порівняльних або кількісних перемінних. Маніпулюючи у процесі дослідження операціональною і математичною моделями, соціолог отримує дані, що дозволяють розширити концептуальне уявлення про досліджуваний об'єкт і тим самим здійснити зворотний зв'язок із початковим поняттям.

Концептуальна модель предмета дослідження є показником його наукової розробленості і обґрунтованості. Там, де дослідник починає свою роботу зі змістовної концептуальної моделі, досягаються і найбільш соціологічно значущі результати.

Однією із найскладніших і найвідповідальніших процедур, передбачених першим розділом програми соціологічного дослідження, російський соціолог **М. Горшков** вважає логічний аналіз основних понять (її ще називають структурною і факторною операціоналізацією понять).

Надання особливої уваги технологічному аспекту роботи з основними поняттями не є випадковим. Після визначення об'єкта і предмета соціологічного аналізу перед науковцем закономірно постає необхідність відповіді на два важливі запитання. Перше: якими будуть

метод і логічні прийоми цього аналізу? Друге: застосування якого інструментарію забезпечить його здійснення?

Прикро, однак більшість соціологів-початківців не надають належної уваги вирішенню цих проблем, а одразу розпочинають розробку інструментарію, наприклад, анкети чи бланку-інтерв'ю. Чи виправданим є такий поспіх? Безсумнівно, його слід віднести до тих форм поведінки, про яку українці кажуть: «Поспішиш, людей насмішиш»! Проблема полягає у тому, що простота розробки соціологічного інструментарію насправді є позірною. В дійсності це надзвичайно складна, трудомістка і дуже відповідальна робота. Вона вимагає достатньо високого рівня знань та умінь. Хоча алгоритм застосування різноманітного інструментарію практично однаковий (за допомогою запитань отримати відповіді, зміст яких відображає як якісні так і кількісні характеристики складових елементів предмета дослідження), вони однак не є механічним набором довільно сформульованих запитань. Кожен соціологічний інструментарій – це комплекс логічно поєднаних запитань, своєрідна, відносно цілісна логіко-семантична модель соціального явища. А, це означає – побудова такої моделі підпорядковується певним правилам. Розробка соціологічного інструментарію несумісна із будь-якою поверховістю, свавіллям, ігноруванням принципів наукової логіки.

М. Горшков створення соціологічного інструментарію влучно порівнює із грою на фортеп'яно. Здається, нічого складного. Ударяєш пальцями рук спочатку одну клавішу, потім – другу, третю... Аналогічно і в емпіричній соціології. Спочатку формулюєш одне запитання, потім друге, третє... Так і буде створено анкету чи бланк-інтерв'ю. Насправді ж, тільки певна гамма впорядкованих звуків може стати мелодією й тільки за чіткими правилами сформульовані та логічно пов'язані між собою запитання можуть створити інструментарій для отримання цілісної, достовірної, глибокої, повної інформації про досліджуване явище.

Позірна простота розробки анкети стає причиною дилетантської соціології, появи териконів анкет із безсистемно підібраними запитаннями «на усі смаки і пори року». Наукова цінність таких анкет не піднімається вище нульової позначки. Вони не приносять інформації придатної для вирішення будь-яких практичних потреб. Водночас, затрати засобів та ресурсів на такі безсистемні дослідження є не меншими, а часто і більшими ніж на науково обґрунтовані.

Саме з цієї причини перед початком розробки інструментарію соціологічного дослідження, потрібно дати попередню відповідь на певну низку запитань. Про що запитувати? Чому саме про це, а не про інше? В якій формі? Як поєднати в інструментарії різні аспекти досліджуваної проблеми? Тільки маючи відповіді на ці запитання можна власне розпочинати створення соціологічного інструментарію, наприклад, анкети, листка опитування, картки спостереження тощо.

Правильні відповіді на ці запитання забезпечує здійснення процедури логічного аналізу предмета дослідження. Від методологічної та методичної грамотності її виконання вирішальним чином залежить адекватність дослідницької моделі явища, тобто ідеального образу того предмета який має об'єктивне буття, його реальному змісту й структурі.

У чому полягає сутність логічного аналізу соціального явища? Чим він відрізняється від тих методів наукового пізнання які застосовуються у природничих науках? На перший погляд – мало чим. І тут і там – логіка аналізу об'єкта дослідження ідентична: спочатку об'єкт розчленовується на складові елементи. Потім, за допомогою певних інструментів вивчається кожний окремий елемент, потім через здійснення процедури синтезу отриманих даних відтворюється цілісна картина об'єкта (предмета) наукового дослідження.

Тут важливо відзначити таке. Відмінність досліджень у природничих і суспільних науках закорінена не тільки у інструментах аналізу. Коли

йдеться про дослідження у природничих науках то там об'єкт розчленовується на складові ланки у прямому розумінні, тобто фізично. Згадайте приклад із лущинням цибулини чи великим адронним колайдером. Більше того, тут можна здійснювати автономні маніпуляції і з елементами структури об'єкта. Наприклад, для того щоб дізнатися різницю питомої ваги води в різних агрегатних станах її спочатку охолоджують до замерзання, а потім підігрівають до випаровування тощо. Зрозуміло, подібні процедури неможливі із соціальними явищами.

Якою ж є логіка і прийоми структурування соціального явища? Яким чином виокремлюються його найістотніші складові ланки? Відповіді на ці запитання повністю визначаються характером проблеми відображеної у предметі дослідження. А сам предмет дослідження відображається змістом певного абстрактного поняття. Це робить можливим ланки його внутрішньої будови також відобразити у формі понять різного рівня абстрактності. Саме з цієї причини соціологи і застосовують опосередкований метод розчленування предмету аналізу. Складові ланки виокремлюються не у самому досліджуваному явищі, а у його відображенні – понятті, яке символізує це явище. Таким чином з'являється можливість «вдавати розчленування» соціального явища на елементи його внутрішньої будови.

Таке розчленування здійснюється поетапно, через деяку кількість рівнів. Пояснюється це тим, що соціальні явища позначаються зазвичай такими абстрактними поняттями, які у свою чергу також можна розчленувати на складові ланки. Тобто, на поняття нижчого рівня абстрактності. Послідовне здійснення процедур розчленування абстрактних понять виводить дослідника на такий рівень поняттєвого відображення, коли у його розпорядженні з'являються поняття зміст яких відображає не абстракції, а емпірично фіксовані характеристики предмета дослідження.

Логічне розчленування абстрактних понять має реальне підґрунтя. Адже утворення усіх понять – це природний результат синтезу знань об'єктивної дійсності, який здійснюється людською свідомістю у процесі історичного розвитку. Один із аспектів цього розвитку, еволюція мови як «конструювання» семантичних моделей здатних у формі слова включати в себе статику і динаміку багатогранних явищ і процесів об'єктивного світу.

Логічний аналіз понять складається із двох досить складних процедур. В емпіричній соціології їх ще називають інтерпретацією та операціоналізацією основних понять, що застосовуються для визначення предмета дослідження. Усвідомлення сутності цих двох органічно взаємопов'язаних етапів аналізу досліджуваного явища приводить до розуміння того, що розробка інструментарію дослідження не є довільним підбором навгад сформульованих запитань. Це – процес повністю підпорядкований логіці, поєднаний із структурою понять і категорій, що відображають зміст досліджуваної проблеми.

Перейдемо тепер до детальнішого розгляду етапів логічного аналізу понять в емпіричному соціологічному дослідженні.

Інтерпретація основних понять. Прагнучи відобразити сутність предмету соціологічного аналізу, дослідник застосовує певну множину понять і категорій, які виконують функцію своєрідного ключа у теоретичному осмисленні досліджуваних явищ і процесів. Їх застосування забезпечує можливість зробити опис основних аспектів предмета дослідження, уточнити напрямки його подальшого аналізу. Для успішного розв'язування цього завдання, потрібно чітко визначити самі ці поняття, або, іншими словами їх потрібно трактувати. Допомогу у розв'язанні цієї проблеми надають або прийняті у науковому співтоваристві визначення понять, їх можна знайти у довідниках, підручниках, спеціальній літературі, або у разі відсутності таких визначень – логіка, наукова позиція, а досить часто і життєвий досвід самого дослідника. Безвідносно до підґрунтя

трактування основних понять, воно має логіко-пізнавальний характер і називається інтерпретацією.

Основні поняття, що відображають сутність досліджуваної проблеми, потребують особливої уваги дослідника. Адже вони своєрідним чином спрямовують його діяльність, диктують логіку вивчення проблеми, напрям пошуку шляхів її вивчення а тому вимагають вичерпної інтерпретації. Однак здійснити її не завжди досить легко. Однією із причин неповної наукової інтерпретації того або того поняття є його буденне тлумачення у масовій свідомості. Тлумачення понять буденною свідомістю зазвичай не збігається із його науковим поясненням. У тому разі, коли дослідник зупиняється на тлумаченні понять буденною свідомістю він закономірно стикається із методологічними вадами цього вибору.

І, дійсно, чи можливо тільки на підґрунті буденних уявлень, здійснити чітку наукову інтерпретацію таких, наприклад, понять як «соціальна активність», «стиль життя», «соціально-економічна напруженість», «політична інформованість»? Звісно, ні.

Є й інша причина, яка ускладнює процес інтерпретації, - різний рівень абстрактності понять. Якщо, наприклад, поняття «політична інформованість» можна визначити відносно просто («рівень інформованості з питань суспільно-політичного життя в країні і за її кордонами»), то набагато складніше трактувати такі об'ємніше поняття, як «соціальна активність» або «стиль життя». У цьому разі доводиться застосовувати досить загальне термінологічне описування, яке зазвичай вимагає, додаткового вивчення наукової літератури із відповідної сфери суспільного життя.

Вирішення цієї проблеми є надзвичайно важливою, якщо врахувати те, що інтерпретація основних понять є опосередкованим виявленням аспектів і властивостей предмету дослідження який цікавить науковця. З цієї причини, хибна інтерпретація основних понять руйнує логіку

дослідження, збиває його на манівці від дійсної мети дослідження. Більше того, зроблені тут помилки можуть у подальшому перейти в інструментарій збирання первинної соціологічної інформації. У результаті цих помилок науковець отримує дані про ті аспекти явища власне досліджувати які він не мав наміру, або які мають у його науковому пошуку третьорядне значення.

Найчастіше основні поняття містять у собі інші, конкретніші поняття. Наприклад, основне поняття «соціальна активність» включає в себе такі конкретніші поняття: «суспільно-політична активність», «трудова активність», «активність у сфері культури» тощо.

У зв'язку із цим інтерпретація основного поняття передбачає виокремлення його складових ланок, тобто тих понять, які воно в себе вбирає.

Операціональне визначення понять. Усі виявлені у межах інтерпретації конкретизуючи поняття також потребують свого пояснення, «своїї інтерпретації». Здійснюється вона у формі пошуку тих окремих понять, які характеризують уже складові основного поняття. На цьому етапі логічного аналізу інтерпретація поступається місцем іншій методологічній процедурі уточнення якісної структури предмета дослідження.

Ця процедура в соціології називається операціоналізацією (від терміну оперувати), продовжує і деталізує інтерпретацію основного поняття. Така деталізація полягає у розчленуванні попередньо виокремлених складових основного поняття а їх елементи (семантично – на терміни, які розуміються однозначно). Отримані таким чином простіші поняття традиційно називають операціональними поняттями.

Таким чином увесь процес логічного аналізу основного поняття у соціологічному дослідженні складається із двох етапів:

1. Виявлення головних сторін предмета дослідження шляхом інтерпретації такого поняття, яке точно, глибоко, повно відображає його сутність.

2. Виявлення сукупності операційних понять, на які розбивається основне поняття.

Розглянемо тепер процедуру логічного аналізу (інтерпретації та операціоналізації) на прикладі поняття «стан виробничої дисципліни». Тут важливо зазначити, здійснюватиметься вона за вимогами трьох основних видів дослідження: розвідувального, описового та аналітичного. Ця стратегія не є випадковою, тому що глибина і обсяг логічного аналізу основного поняття, залученого до визначення предмету дослідження, безпосередньо залежить від виду соціологічного дослідження.

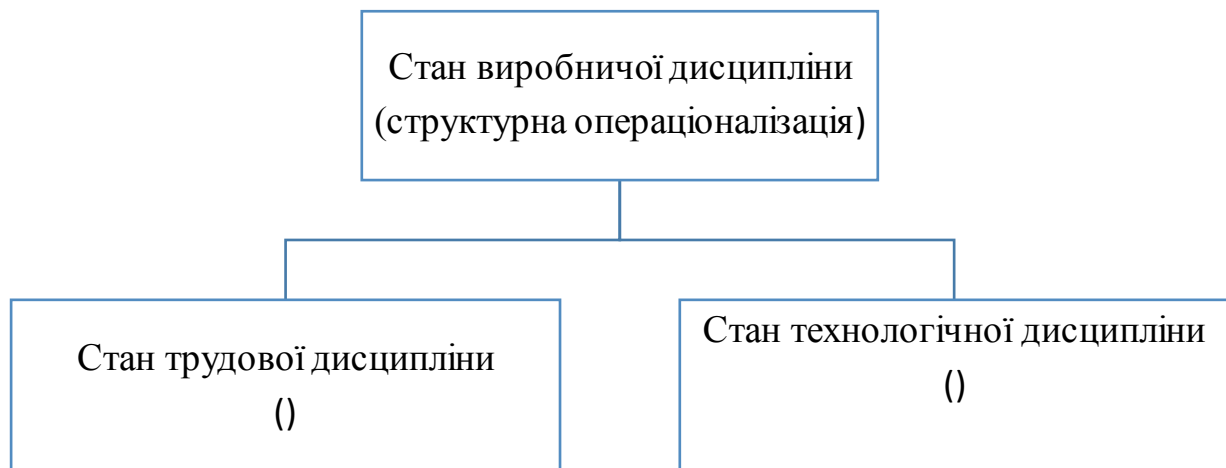
Інтерпретація обраного для зразка поняття у процесі організації названих вище видів дослідження буде однаковою: «Стан виробничої дисципліни є ступенем свідомого дотримання правил і норм трудового процесу й технології праці, визначеної низкою об'єктивних та суб'єктивних факторів». Що стосується процедури операціоналізації, то у різного виду соціологічних дослідженнях вона матиме неповторну своєрідність.

Наприклад, для розвідувального дослідження глибокої і різнопланової операціоналізації непотрібно. Це пояснюється певною обмеженістю завдань які ним вирішуються. Відповідно до них, а також з врахуванням змісту інтерпретації досліджуваного явища і визначаються операціональні поняття. Наприклад, ставиться завдання оперативно визначити рівень інформованості членів колективу про роботу із зміцнення виробничої дисципліни, яка проводиться у ньому. Тут функцію операційних понять можуть виконувати основні напрямки і форми діяльності адміністрації, громадських організацій, колективу щодо

забезпечення порядку на виробництві, вдосконалення організації і технології праці, посилення боротьби із прогулами, запізненнями тощо.

В описовому й аналітичному дослідженнях вимоги до глибини й обсягу операціоналізації значно посилюються. Це пояснюється складністю мети і завдань, які в них ставляться. Так, у процесі розробки програми описового дослідження здійснюється структурна операціоналізація. Це означає що логічний аналіз основного поняття здійснюється шляхом його «розчленування» на складові ланки – провідні характеристики предмету дослідження. Таке «розчленування» зображено на схемі 1.

Схема 1

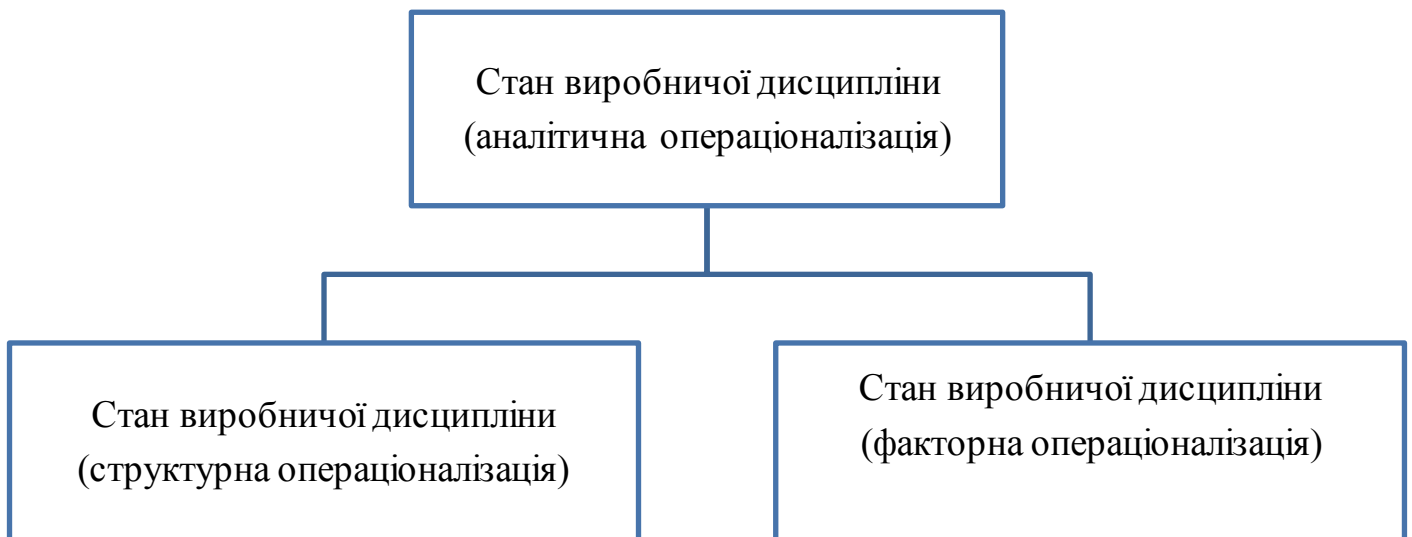


- виконання норм виробітку і планові продукції; завдання; нормативів
- дотримання правил внутрішнього виробництва; трудового розпорядку; режиму;
- режим використання робочого часу безпеки;
- виробничої санітарії;
- догляд за робочим місцем, тощо обладнанням;
- виконання розпоряджень керівників тощо

- якість виготовлення
- дотримання стандартів, і технічних умов
- дотримання технологічного
- дотримання правил техніки і
- втрати енергії, матеріалів

В аналітичному дослідженні операціоналізація покликана передбачити не тільки структурування досліджуваного явища шляхом «розчленування» поняття яке його відображає на складові ланки, але і виявити прогнозовані причини. Які визначають характер цього явища. Іншими словами, йдеться про необхідність виявити ті фактори, які впливають на зміст та зміни явища в цілому. Це означає, що схема операціоналізації основного поняття в аналітичному дослідженні міститиме і структурну, і факторну операціоналізацію. Факторна операціоналізація включає чинники, які можуть безпосередньо чи опосередковано впливати на досліджуване явище (у нашому разі – на стан виробничої дисципліни). Отже попередня схема операціоналізації поняття «стан трудової дисципліни» в аналітичному дослідженні буде такою (див. схема 2).

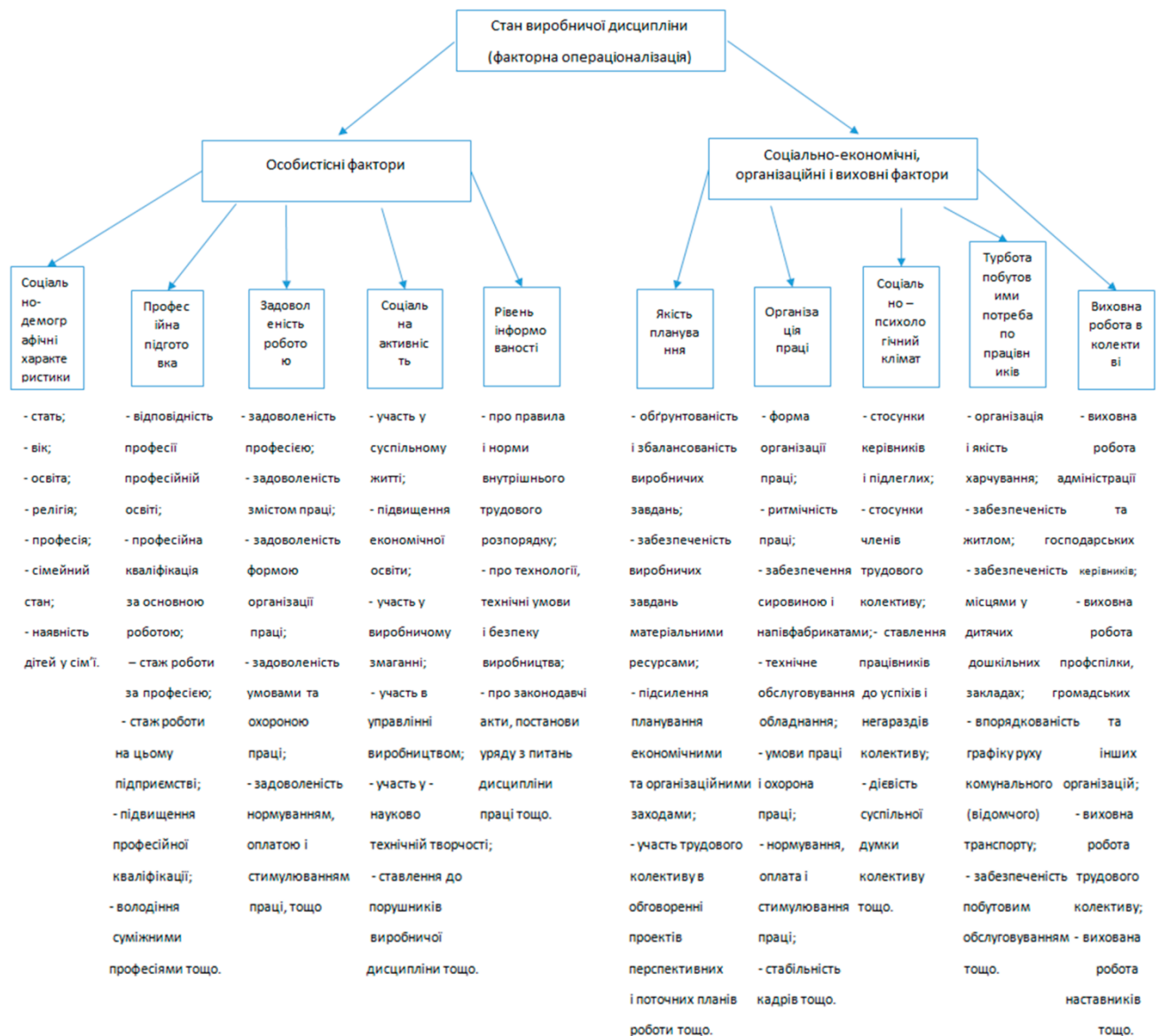
Схема 2



У зв'язку із тим що розгорнутий вигляд однієї частини цієї схеми (структурна операціоналізація див. схема 1) уже зображено, нижче буде показано вигляд іншої її частини (див. схема 3). Розглядаючи її, слід мати на увазі, що основною в аналітичному дослідженні є факторна операціоналізація, а структурна відіграє допоміжну роль (функцію контрольного показника).

Таким чином (як видно із наведених схем), у процесі інтерпретації й операціоналізації виявлення елементів основного поняття здійснюється за чітко визначеними сферами аналізу, а також за операціональними поняттями, які відображають якісні сторони предмета дослідження.

Схема 3



4. Формулювання і перевірка гіпотез.

Базою наукових узагальнень є факти (первинна соціологічна інформація), які соціолог збирає здійснюючи емпіричне соціологічне дослідження. Розвиток наукових знань свідчить про те, що на певній стадії формування уявлень щодо певного об'єкту стає неможливим опис цього об'єкту тільки шляхом встановлення безпосередніх залежностей між емпіричними даними. І справа тут полягає не тільки в адекватності зібраних даних, але й у способах узгодження суперечливих фактів і необхідності пошуку гіпотези, що дозволить розкрити природу закономірностей відкритих для спостереження.

Гіпотеза у соціологічному дослідженні – це науково обґрунтоване передбачення структури соціальних об'єктів, характеру елементів і зв'язків, що утворюють ці об'єкти, механізм їх функціонування і розвитку. Наукова гіпотеза може бути сформульована тільки як результат попереднього аналізу досліджуваного об'єкта.

Процес доведення істинності або хибності соціологічної гіпотези є процесом її емпіричного обґрунтування, встановлення відповідності положень цієї гіпотези об'єктивним вимірам соціальної реальності, перевірки того наскільки достовірно теоретичні положення гіпотези відображають характеристики елементів структури соціальної реальності, природу їх зв'язків і залежностей. За результатами емпіричних досліджень гіпотези або відкидаються як хибні, або підтверджуються і стають частиною наукової теорії, істинність якої уже доведена. За соціологічною традицією, для віднесення до категорії науково обґрунтованих, гіпотеза має відповідати таким основним характеристикам:

По-перше, своїм змістом вона має збігатися із засадничими положеннями наукового пізнання соціальних процесів.

По-друге, гіпотеза, що пояснює соціальні факти у певній сфері суспільного життя може заперечувати уже існуючі у цій сфері гіпотези тільки у тому разі, коли вона вибудовується на ширшому емпіричному підґрунті.

По-третє, необхідно щоб гіпотеза не заперечувала відомі, перевірені факти. Якщо серед відомих фактів є хоча б один, з яким зміст гіпотези не узгоджується вона має бути або відхилена, або сформульована таким чином, щоб охоплювати всю сукупність фактів, для пояснення яких вона запропонована. Тут важливо відзначити що не завжди суперечність відомим фактам є ознакою неспроможності гіпотези. Самі факти можуть бути помилковими і потребувати перегляду. Тому гіпотеза має узгоджуватися із точно встановленими фактами. Наукова (у тому числі соціологічна) гіпотеза не тільки пояснює всю сукупність відомих фактів, але і передбачає нові, ще не відомі.

По-четверте, гіпотеза має бути відкритою для перевірки емпіричним соціологічним дослідженням. Перевіряється вона за допомогою спеціально розробленої дослідником методики. Соціолог повинен могти розробити процедури емпіричної фіксації саме тих елементів і зв'язків досліджуваного соціального об'єкта, передбачення яких містить зміст гіпотези.

За своїм змістом гіпотеза є сукупністю загальних положень які відображають досліджуваний об'єкт у цілому, його структуру і механізми його функціонування, тобто те, що закрито для безпосереднього спостереження і вимірювання, безпосередньої перевірки. Таку гіпотезу зазвичай отримують у результаті попереднього аналізу досліджуваного соціального об'єкта. Проте у конкретному соціологічному дослідженні соціологи стикаються з окремими сторонами досліджуваного об'єкта, з окремим його елементами і зв'язками. Тому у конкретних емпіричних дослідженнях перевіряються не самі гіпотези, а їх наслідки, тобто, окремі положення, що логічно витікають із гіпотези і описують окремі елементи і зв'язки досліджуваного соціального об'єкта.

Таким чином забезпечується порівняння гіпотетичної моделі об'єкта із самим об'єктом. Логічні операції що передують емпіричній перевірці і обґрунтуванню гіпотези, мають, отже, гіпотетично-дедуктивний характер. Водночас формулювання гіпотези не усуває й інших логічних прийомів наукової рефлексії.

По-п'яте, гіпотеза має піддаватися логічному аналізу, що доводить її внутрішню несуперечливість, тобто відсутність у її змісті положень, тверджень що заперечували б одне одного. До процедур, які засвідчують внутрішню несуперечливість гіпотези відносяться не тільки логічні правила (тобто «правила висновку»), але і операційні визначення («правила позначення»). Вони допомагають соціологу уникнути самовільного тлумачення емпіричних значень термінів його гіпотези.

Досить часто трапляється так що одна і та ж наукова гіпотеза підтверджується одними фактами та водночас заперечується іншими. Тому важливим є правильне тлумачення фактів адже тільки у цьому разі вони можуть виконувати функцію перевірки гіпотези. Саме використання фактів, емпіричних даних як засобів перевірки гіпотези означає активну інтелектуальну діяльність дослідника і не зводиться до пасивного спостереження, буденного сприйняття чуттєвих даних.

Якщо виявляється, що майже усі положення гіпотези вірні, то це вказує на певний ступінь істинності усієї гіпотези і може стати підґрунтям для її прийняття. Малоімовірним тут буде те що достовірність більшості тверджень гіпотези є випадковою. Таке підтвердження засвідчує з великою ймовірністю істинність гіпотези за умови, що не порушувалися «правила висновку», тобто була забезпечена їх формальна правильність.

Якщо ж емпіричним дослідженням було доведено що твердження гіпотези хибні, тобто вони не збігаються з емпіричними даними то така гіпотеза відкидається як неадекватна дійсним вимірам соціальної матерії. Така гіпотеза потребує або перегляду змісту формулювання, або повного заперечення. Відсутність емпіричних підтверджень положень гіпотези автоматично не означає її хибності. Про хибність гіпотези можна говорити тільки у тому разі коли під сумнівом знаходиться її формальна несуперечливість.

Підвищення ступеня підтверджуваності гіпотези забезпечує дотримання такого важливого правила – потрібно прагнути до збільшення кількості взаємопов'язаних гіпотез і намагатися вказати для кожної гіпотези якомога

більшу кількість емпіричних показників що входять до її перемінних. Звісно що таким шляхом не вирішується проблема забезпечення істинності гіпотези, але підвищується ймовірність її обґрунтування емпіричними фактами.

За змістом пропозицій орієнтованих на досліджуваний об'єкт розрізняються описова і пояснююча гіпотези. Описові гіпотези це прогнози щодо структурних і функціональних зв'язків досліджуваного об'єкта. Пояснювальні гіпотези є по суті передбаченнями причинно-наслідкових зв'язків у досліджуваному об'єкті, яке вимагає експериментальної перевірки.

У процесі емпіричної перевірки гіпотези важливо бачити різницю між основними гіпотезами і їх наслідками (підсумковими гіпотезами). Відмінність між цими гіпотезами російський соціолог **Г. Осипов** ілюструє дослідженнями соціологами ставлення до праці робітниками і службовцями на промислових підприємствах уявного міста.

Перша основна гіпотеза (про вплив змісту праці на ставлення до праці у цілому) полягає у передбаченні того що зміст праці буде провідним фактором, що визначає ставлення людини до праці, який фіксується в об'єктивних і суб'єктивних показниках за даних загальних соціальних умов трудової діяльності.

Із цієї гіпотези були зроблені такі висновки:

1. Чим вищий творчий потенціал роботи (зміст праці), тим вищі об'єктивні показники ставлення до праці.

2. Чим вищі творчі можливості праці, тим вищі суб'єктивні показники ставлення до праці (задоволеність працею).

3. Величина кореляції (щільність зв'язку) між змістом праці у процесі переходу від менш творчих до більш творчих професій, в одній площині, і ставлення до праці за об'єктивними і суб'єктивними даними – у іншому ракурсі буде вищим, ніж величина кореляції між підвищенням розміру заробітної плати і тими ж показниками ставлення до праці.

4. Структура мотивів праці залежно від її змісту буде коливатися більше, ніж у залежності від розмірів заробітку.

Друга основна гіпотеза стосується структури мотивації праці в сучасних умовах. Якщо підтверджується положення гіпотези згідно із яким зміст праці є основним мотиваційним фактором, що визначає ставлення до праці у цілому, то залежно від змісту праці буде присутня відносна різниця у структурі мотивів. Вона виявлятиметься у тому, що у групах де творчий зміст праці є відносно вищим на провідні позиції висуватимуться мотиви пов'язані із змістом праці, а у групах із відносно менш творчим змістом праці – мотиви, з нею не пов'язані. Як очевидно, друга гіпотеза є розвинутішою порівняно із першою.

Кожна із цих гіпотез є не пояснюючими, а описовими, тому що причина тут не аналізується і жодного припущення щодо неї не висловлюється. У змісті гіпотези є тільки припущення щодо структури мотивів та щільність зв'язку між залежністю ставлення до праці від змісту праці і залежністю її від заробітної плати. Тому описова гіпотеза, сформульована у цьому дослідженні, є структурно-функціональною.

Перевірка підсумкових гіпотез можлива тільки у тому разі, якщо усі дефініції, у яких вона формулюється, будуть піддані емпіричній інтерпретації. Наприклад, у першій гіпотезі є терміни: «творчі можливості праці (зміст праці)», «об'єктивні показники ставлення до праці», і дефініція-зв'язка «вище». В емпіричній інтерпретації цих понять вказуються їх емпіричні показники через набір ознак що спостерігаються. Так, зміст праці фіксувався у таких трьох показниках: рівень механізації праці, рівень необхідної кваліфікації та порівняння витрат фізичної і розумової праці за даними хронометражу на операції фізичні і мислення. Залежно від поєднання цих трьох показників усі професії були розмежовані на шість впорядкованих класів залежно від змісту праці – від некваліфікованої ручної праці із постійним фізичним навантаженням до висококваліфікованої праці оператора. Об'єктивних показників ставлення до праці було п'ять: виробіток, якість продукції, рівень відповідальності під час виконання термінових завдань, рівень ініціативності в роботі, підвищення виробничої кваліфікації. Ці показники відображаються кількісно, та зводяться у єдині числові індекси. Зв'язка «вище» означає, що усі

класи за змістом праці впорядковані за вказаними показниками від нижчих до вищих і що те ж саме зроблено з індексами об'єктивних показників ставлення до праці.

Зразком соціологічного дослідження є таке, у якому чітко сформульована проблема, чітко інтерпретовані поняття і є одна або кілька загальних гіпотез, що допускають вироблення на її підґрунті окремих гіпотез та їх емпіричну перевірку.

5. Організаційно-методичний план дослідження.

Залежно від мети і конкретних дослідницьких завдань, стану знання про досліджуваний об'єкт, а також деяких інших факторів у кожному конкретному випадку розробляється своя власна стратегія дослідницького пошуку, яка визначає послідовність операцій, що здійснюються соціологом.

Стан знання про досліджуваний об'єкт визначає характер плану: пошуковий, описовий, експериментальний.

Пошуковий план емпіричного соціологічного дослідження застосовується у тих випадках, коли немає чіткого уявлення про проблему або об'єкт дослідження. Метою плану тут є формулювання проблеми. У тій сфері пояснення соціальної реальності де ще мало наукової літератури, або ж вона зовсім відсутня, дослідження розпочинаються із загального пошуку. У процесі пошукового дослідження формулюється проблема, визначається основний набір дослідницьких засобів – методик дослідження, послідовність їх застосування, черговість завдань, що потребують вирішення, з точки зору їх важливості. Варто зазначити що тут досить часто виявляється, що поставленні завдання є занадто широкими, а наявних знань і технічних засобів для їх вирішення недостатньо.

Пошуковий план передбачає три основних етапи роботи: вивчення документів, експертне опитування, здійснення спостережень.

У роботі за таким планом спершу потрібно проглянути всю наявну літературу за обраною темою, звісно що не ігноруючи інформації із суміжних сфер дослідження. Сутність такої роботи полягає у створенні якомога повнішої бібліографії.

Опитування експертів – учених із певної сфери соціального знання і фахівців-практиків – дає можливість отримати додаткові знання про досліджуваний соціальний об'єкт і сформулювати кілька початкових гіпотез. Рекомендується заздалегідь скласти список осіб та установ, до яких необхідно буде звернутися за консультаціями.

Спостереження – завершальний етап пошуку. На цей час соціолог уже володіє певною інформацією про досліджуваний об'єкт. Пошукове спостереження не формалізоване, у ньому є тільки перелік питань для вивчення, але поки що відсутнє детальне тлумачення питань по кожному із пунктів.

Робота за пошуковим планом завершується чітким і однозначним формулюванням проблеми та висуненням гіпотези.

Пошуковий план потрібно відрізнити від такої дослідницької процедури, як пілотажне дослідження. Метою пошукового плану, як уже було відзначено, є формулювання проблеми і висунення гіпотези. Метою пілотажного (зондажного, розвідувального) дослідження є перевірка методик, яку можна здійснити за будь-якого стратегічного плану.

Описовий план соціологічного дослідження застосовується у тих випадках, коли наявні знання про проблему дозволяють вирізнити об'єкт та сформулювати описову гіпотезу, тобто гіпотезу про структурно-функціональні зв'язки і класифіковані характеристики досліджуваного об'єкта. Мета плану полягає у тому, щоб перевірити цю гіпотезу і у випадку її підтвердження отримати точні якісно-кількісні характеристики досліджуваного об'єкта. Тут необхідно особливо доскіпливо здійснити емпіричну інтерпретацію понять та точну фіксацію даних.

В описовому плані недостатньо тільки передбачити вивчення літератури, неформалізованого спостереження та інтерв'ю. Тут слід застосувати інший набір дослідницьких засобів: вибіркоче або монографічне дослідження, опитування, статистичний аналіз отриманих даних тощо.

Зазвичай до досліджень що здійснюються за описовим планом висуваються претензії у зв'язку із тим, що вони не розкривають причинно-наслідкових зв'язків або дають буденні результати. Однак те, що відомо нарівні здорового глузду ще не є науковим доказом. Дослідження за описовим планом допомагає впорядкувати зазвичай відомі факти, встановити зв'язки між ними – іноді у кількісній формі.

Описовий план дослідження має цілком обґрунтовану наукову цінність, якщо він забезпечує чіткий і однозначний опис досліджуваного соціального об'єкта безвідносно до того що результати дослідження не відповідають на питання про причинно-наслідкові зв'язки досліджуваного об'єкта. Таке дослідження завершується класифікацією емпіричних даних, що стосуються структури об'єкта.

Експериментальний план соціологічного дослідження застосовується у тих випадках, коли наявні знання про об'єкт дозволяють сформулювати пояснювальну гіпотезу. Метою плану є встановлення причинно-наслідкових зв'язків в об'єкті, розкриття не тільки його структури, але і причин, що визначають його функціонування або розвиток. Елементи експериментального плану фактично присутні в описовому плані. Відкрито чи приховано соціолог прагне розробити класифікаційні і структурно-функціональні гіпотези, на підґрунті хоча б тільки інтуїтивних уявлень про деякі причинно-наслідкові зв'язки досліджуваних соціальних об'єктів. Після завершення роботи за описовим планом формуються чіткіші і зрозуміліші пояснювальні гіпотези. Тут відкривається можливість здійснити експеримент, тобто не тільки фіксувати наявність зв'язків, але і визначити їх спрямованість.

Практика соціологічних досліджень доводить що досить рідко трапляються дослідження у яких один із трьох описаних типів стратегічного

плану існував би у «чистому» вигляді. Іноді у тому чи тому дослідженні поєднуються усі три типи плану: починається воно із пошуку, потім відбувається формулювання описових гіпотез, а після цього пояснення причинно-наслідкових зв'язків шляхом реалізації експериментального плану дослідження.

Окрім названих вище стратегічних планів, соціологи застосовують певну множину специфічних дослідницьких стратегій.

Монографічне дослідження спрямовується на вивчення певного соціального явища або процесу на одному об'єкті, що є уособленням цілого класу таких об'єктів. Іншими словами, монографічне дослідження здійснюється на типовому об'єкті.

Порівняльне дослідження. Порівняння явищ і процесів – один із найважливіших моментів по суті будь-якого соціологічного дослідження. Однак у деяких випадках порівняння є спеціальним завданням, у такому разі виокремлюють два основні види порівняльних досліджень – територіальні і часові.

Стратегія *часових досліджень* орієнтована на вивчення розвитку явищ і процесів у часі. Тут потрібно розрізнити три основні стратегії. *Панельні дослідження.* У цьому випадку вивчається зміна у часі одних і тих самих об'єктів, що складають певну множину (індивідів, сімей тощо). Наприклад, якщо у певний момент базове опитування включало вибіркове опитування школярів десятих класів, то за повторення його через десять років ми мусимо знайти цих, тепер уже колишніх школярів та опитати їх знову. Таким чином ми маємо можливість зафіксувати як індивідуальні зміни, так і зміни в усіх соціальних групах у цілому.

Трендові (або повторні) дослідження орієнтовані на вивчення змін даної соціальної групи як певної цілісності. На відміну від панельного дослідження за повторного опитування немає потреби зберігати у вибірці тих самих індивідів із досліджуваної сукупності. Необхідно тільки забезпечити їх приналежність до певної соціальної групи.

Когортні дослідження вивчають специфічніші сукупності (когорти) протягом певного часу. Типовою когортою є група людей, що народилася у один і той самий рік. Тоді завданням опитування може бути періодичне опитування цієї когорти за досягнення її членами 18, 20, 30 тощо років. У такому дослідженні у вибірку кожного разу можуть потрапляти різні індивіди, однак усі вони мають належати до однієї і тієї ж когорти.

Методичний план дослідження організує методичний інструментарій дослідження – методи збирання, обробки і аналізу соціальної інформації.

Вибір методів збирання інформації. Кожне конкретне соціологічне дослідження – це унікальне поєднання об'єкта і предмета дослідження, мети і завдань, стратегічного плану і, відповідно, методів дослідження. Найчастіше соціологу не вдається відшукати готового набору дослідницьких засобів та схеми їх застосування. У такому випадку підгрунтям для нього стає власний досвід що допомагає йому знайти оригінальне рішення. Від його уміння знаходити такі засоби, що дозволяли б вивчити цю соціальну проблему, багато у чому залежить успіх соціологічного дослідження.

Частина програми, надана характеристиці методик збирання інформації, не може бути звичайним переліком прийомів дослідження. Саме у цій частині програми слід забезпечити нерозривну єдність робочих понять і робочих гіпотез не тільки із способами збирання інформації, але і зі способами її подальшої обробки. Для цього потрібно обґрунтувати відповідність методів і методик із гіпотезами і заздалегідь продумати можливі способи обробки і аналізу зібраного матеріалу так, щоб вони давали інформацію, необхідну для перевірки саме цієї гіпотези, щоб вони у цьому значенні були «прив'язані» до гіпотези.

У кожному окремому дослідженні розробляється одна або кілька специфічних процедур збирання інформації: описуються методи і методики збирання, способи і порядок їх застосування.

Опис процедур у програмі дослідження здійснюється не як звичайне перерахування використовуваних методик, а відповідно до кожного окремого

теоретичного розділу роботи. *У процесі викладення обов'язкових методичних і технічних прийомів соціолог перепроверяє загальну теоретичну концепцію дослідження з позицій того, чи можливо за допомогою даних засобів отримати саме цю інформацію, яка необхідна для підтвердження або заперечення запропонованих гіпотез.*

Описування методів аналізу. Методологічно грамотне дослідження завжди передбачає у програмі перспективу подальшої обробки і аналізу отриманої інформації. Соціологічне дослідження не зводиться тільки до збирання емпіричного матеріалу. Метою його є надання науково обґрунтованої інтерпретації фактів, а це, у свою чергу, передбачає необхідність обробки зібраних даних на підґрунті попередньо розробленої схеми. *Методологічна частина програми зв'язується із процедурою не тільки через засоби збирання інформації. Формулюючи гіпотезу, соціолог мусить одночасно передбачати, як зібрати матеріал, як його обробити і проаналізувати, на підґрунті гіпотези.*

Первинний матеріал – це масив даних, отриманих за допомогою методів збирання, передбачених програмою соціологічного дослідження. Сам по собі масив даних важко досягнути і без певної первинної підготовки він непридатний для теоретичного аналізу. Первинна обробка впорядковує, класифікує емпіричний матеріал, робить його придатним для подальшого аналізу.

У цій частині програми має бути намічена схема застосування засобів обробки відповідно до завдань дослідження. Важливо щоб обробка даних і їх теоретична інтерпретація були пристосовані до висунутих гіпотез, щоб усі ці кроки були не розрізненими операціями, а елементами єдиного дослідницького процесу.

6. Робочий план дослідження і підготовка виконавців.

Робочий план дослідження. Сучасне соціологічне дослідження своїм підґрунтям має детальний розподіл праці. Пояснюється це тим що кількість наукових операцій що вирізняються у дослідженні, окремих видів робіт є

великою. Чітке виокремлення видів робіт є важливим не тільки для планування, але і для наукової організації праці соціолога, зокрема для встановлення різних нормативів діяльності. Для цього поряд із програмою розробляється робочий план дослідження. Він складається після розробки програми емпіричного соціологічного дослідження і затверджується одночасно із програмою. Закінчення розробки програми є початковою точкою складання робочого плану.

Призначення робочого плану зводиться до впорядкування основних етапів дослідження відповідно до його програми, календарними термінами, матеріальними та людськими витратами, необхідними для досягнення мети дослідження. Основними ланками цього плану є проведення пілотажного дослідження, або іншими словами проба методик збирання первинних даних, польового дослідження, тобто масового збирання даних на об'єкті, підготовка первинних даних для обробки, обробка первинних даних, їх аналіз та інтерпретація, підведення підсумків.

Пілотажне дослідження забезпечує можливість дати оцінку якості опитувальників, протоколів спостережень, процедур аналізу документів, моделі вибірки, а також внести необхідні корективи та зміни. Результати такого дослідження фіксуються у робочих документах, складаються остаточні варіанти методик, інструкції з вибірки та організації збирання початкових даних.

Польовий етап забезпечує збирання основного матеріалу на об'єкті. Планом передбачається забезпечення дотримання інструкцій, розроблених на етапі пілотажного дослідження, контроль якості первинних даних у процесі їх надходження, організація системи зберігання первинних даних.

Підготовка даних для обробки полягає у редагуванні, кодуванні, контролі якості даних після введення інформації у комп'ютер.

Обробка даних планується з врахуванням наявних засобів: або вручну, із застосуванням некомп'ютерної обчислювальної техніки, або комп'ютера.

Аналіз даних відбувається відповідно до конкретних дослідницьких завдань та гіпотез дослідження. Підсумки дослідження оформляються як звіт.

Звіт – це певна форма підведення підсумків емпіричного соціологічного дослідження, виконується він згідно певного плану. Звіт складається із описування усіх розділів програми дослідження, використовуваних теорій і методологічного апарату, а також описування і пояснення отриманих даних. Звіт представляє собою цілком самостійний результат наукової діяльності і досить часто публікується у пресі повністю або частково.

Робочий план включає у себе часовий (сітьовий) графік здійснення різних видів робіт, підбір і підготовку виконавців, розрахунки необхідних матеріальних затрат на дослідження, роз'яснювальну роботу, розробку форм контролю за проведенням дослідження.

Для введення фактору часу в організаційно-методичний план дослідження і таким чином забезпечення чіткого і своєчасного виконання окремих видів робіт зазвичай використовується схема сітьового графіка. Кожний із названих видів робіт складається з певної множини елементарних операцій, що вирізняються у організаційно-методичному плані дослідження і подаються у формі сітьового графіка. Укрупнені види робіт, передбачені організаційно-методичним планом, зовсім не повинні реалізовуватися у тій послідовності, у якій вони представлені. Багато із цих операцій повинні виконуватися паралельно.

Сітьовий графік безперервно перескладається на протязі реалізації програми дослідження і з врахуванням зібраного досвіду та динаміки обсягу ресурсів. За допомогою сітьового графіку можна виявити так званий критичний шлях, який передбачає виконання робіт, які є «вузьким» місцем. Знаючи «критичний шлях», можна розумно маневрувати ресурсами і, зокрема, піти на продовження терміну виконання тих видів робіт, що не знаходяться на критичному шляху, за рахунок скорочення часу виконання робіт, що з'явилися на цьому шляхові.

Досвід реалізації програм соціологічного дослідження підказує що «вузькими» місцями часто стають процедури тиражування методичних документів, кодування, контент-аналіз, аналітична робота тощо. Застосування сітьового графіка чи спрощеніших методів контролю за виконанням видів соціологічних робіт передбачає створення певної організаційної структури для проведення як дослідження у цілому так і окремих видів робіт.

У часі проведення польового етапу дослідження і підготовки інформації до обробки чи не найважливішим стає питання підбору та навчання виконавців. У зв'язку із цим доводиться вирішувати питання вибору типів виконавців для проведення саме цього дослідження, забезпечення їх підготовки, встановлення часу використання і численності виконавців. Наприклад, для проведення опитування необхідні анкетери або інтерв'юери. Їх підготовкою, згідно з вимогами програми і на підґрунті робочих документів, займається відповідна особа, призначена із основного складу учасників дослідження.

Необхідна для проведення емпіричного соціологічного дослідження кількість виконавців попередньо встановлюється під час визначення обсягу вибірки, але остаточно конкретизується після її точного розрахунку. Безпосередній підбір виконавців також визначається типом вибірки. Якщо вона локально зосереджена на постійному об'єкті (таке може трапитися у роботі соціологічної служби у межах одного підприємства), набір робиться на місці. Якщо ж вибірка географічно розкидана, підбір виконавців зазвичай відбувається в пунктах проведення польового дослідження.

Термін, на який потрібні виконавці, визначається календарним планом проведення процедури. Виконавці можуть бути запрошені на почасову чи тимчасову роботу. Проблема забезпечення дослідження виконавцями загострюється на етапі надходження первинних даних та їх підготовки до обробки. Тут мова йде основним чином про кодувальників.

Підготовка виконавців відбувається безпосередньо перед початком польового етапу дослідження. Вона полягає в ознайомленні досить часто зовсім непідготовлених осіб із загальними завданнями тієї частини дослідження, що

має відношення до проведення певної процедури, з відповідними методичними матеріалами і практичними вказівками до роботи.

Найтипівіша процедура підготовки інтерв'юерів полягає у такому:

- майбутнім інтерв'юерам пояснюються соціально-психологічні особливості інтерв'ю як форми спілкування;
- розглядається опитувальний листок та інструкції інтерв'юеру;
- проводяться контрольні інтерв'ю між виконавцями;
- пояснюються та аналізуються найтипівіші помилки тощо. Після відсіювання осіб, нездатних до проведення інтерв'ю, пропонуються одне або два контрольні завдання на проведення інтерв'ю. Якість заповнення опитувального листка є критерієм для подальшого відсіювання непридатних для цієї роботи. Зазвичай, якщо до виконання робіт залучаються сторонні особи, здійснюються вибіркові перевірки.

Нормування праці виконавців. Питання норм і навантаження для виконавців у процесі польового етапу дослідження вирішуються безпосередньо із самими виконавцями. Організатор дослідження може скористатися наявними у публікаціях даними про організацію і розподіл робіт між виконавцями.

Плановане навантаження на анкетера або інтерв'юера має враховувати складність та тривалість заповнення анкети, процедуру пошуку респондента, тип анкетера (добровольці чи планові) та інші конкретні фактори, що впливають на якість виконуваної роботи. Досвід показує що під час опитування населення за допомогою анкет із середньою тривалістю заповнення анкети 50-70 хвилин оптимальним навантаженням на одного анкетера є 4-6 інтерв'ю.

Бюджет витрат на проведення соціологічного дослідження. Проведення соціологічного дослідження вимагає значних затрат. Тому поряд з робочим планом дослідження слід складати і кошторис витрат, необхідних для його проведення.

Основні завдання роз'яснювальної роботи. Проведення емпіричного соціологічного дослідження передбачає великий обсяг роз'яснювальної роботи до якої входить інструктаж усіх учасників дослідження, видання відповідних

наказів та розпоряджень, застосування засобів масової агітації та пропаганди, проведення бесід з учасниками дослідження на робочих місцях, організацію лекцій.

До проведення великого емпіричного соціологічного дослідження залучаються фахівці різних наукових і практичних напрямків: соціологи, економісти, психологи, математики, інженери тощо. Кожен із них має знати і розуміти загальну мету і конкретні дослідницькі завдання, бути здатним виконувати свою частку роботи на високому якісному рівні.

Інструктаж проводять фахівці, що брали участь у розробці або усього дослідження, або його певної частини. Щоб зобов'язати штат помічників з досліджуваного об'єкта включитися у дослідження, необхідні відповідні накази і розпорядження. Пояснення досліджуваним необхідності їх участі у збиранні інформації має фіксуватися у цих самих документах, але не як наказ чи розпорядження, а у формі клопотання із вказівкою значення роботи що проводиться для усього колективу, у тому числі і для кожного його члена. Накази і розпорядження із цих питань не вичерпують усіх можливостей роз'яснювальної роботи. Вони є тільки початковими документами для її розгортання.

Використана і рекомендована література

1. Адамов С.Ю. Система анализа нечисловой информации «САНИ» // Социология. М. – 1991. – №2. – С. 86 – 104.
2. Аптон Г. Анализ таблиц сопряженности. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 140 с.
3. Бешелев С.Д., Гурвич В.Г. Экспертные оценки. – М.: Наука, 1973. – 159 с.
4. Білосвіт К.Д., Паніотто В.І. Вимірювання у конкретно-соціологічному дослідженні // Філософ. думка. – 1976. – №5 – С. 83 – 93.
5. Благуш П. Факторный анализ с обобщениями. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 248 с.

6. Большев Л.Н., Смирнов Н.В. Таблицы математической статистики. М.: Наука, 1983. – 416 с.
7. Гласс Дж., Стенли Дж. Статистические методы в педагогике и психологии. – М.: Прогресс, 1976. – 494 с.
8. Гурьев В.И. Основы социальной статистики: методы, система показателей, анализ. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 177 с.
9. Гуттман Л. Основные компоненты шкального анализа // Математические методы в современной буржуазной социологии – М.: Прогресс, 1996. – С. 288 – 343.
10. Дегтярев Г.П. Факторный анализ в социологическом исследовании: вопросы интерпретации // Комплексный подход к анализу данных в социологии. – М.: ИС АН СССР, 1989. – С. 168 – 184.
11. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 1979. – 127 с.
12. Дрейпер Н., Смит Г. Прикладной регрессионный анализ. – М.: Статистика, 1973. – 392 с.
13. Дюран Б., Оделл П. Кластерный анализ. – М.: Статистика, 1977. – 128 с.
14. Дэвид Д. Метод парных сравнений. М.: Статистика, 1978. – 142 с.
15. Елисеев И.И. Статистические методы измерения связей. – Л.: Изд-во Ленингр. Ун-та, 1982. – 134 с.
16. Иберла К. Факторный анализ. – М.: Статистика, 1980. – 398 с.
17. Кендэлл М.И. Ранговые корреляции. – М.: Статистика, 1975. – 212 с.
18. Кендэлл М., Стюарт А. Статистические выводы и связи. – М.: Наука, 1973. – 899 с.
19. Киселева И.П. Информативно-целевой анализ текста свободного интервью // Социологический журнал. – 1994. – №3. – С. 110 – 116.
20. Клигер С.А., Косолапов М.С., Толстова Ю.Н. Шкалирование при сборе и анализе социологической информации. – М.: Наука, 1978. – 112 с.

21. Лазарсфельд П. Логические и математические основания латентно-структурного анализа // Математические методы в современной буржуазной социологии. – М.: Прогресс, 1966. – С. 344 – 401.
22. Лазарсфельд П. Измерение в социологии // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – М.: Прогресс, 1972. – С. 134 – 149.
23. Лакутин О.В., Толстова Ю.К. Качественная и количественная информация в социологии // Социс. – 1992. – №8. – С.72 – 77.
24. Малахов В.А. Специальные методы группировки // Социолог. Исслед. – 1980. – №3. – С.190 – 200.
25. Математические методы анализа и интерпретации социологических данных. – М.: Наука, 1989. – 171 с.
26. Математические методы в социальных науках. – М.: Прогресс, 1973. – 351 с.
27. Математические методы в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1981. – 334 с.
28. Моин В.Б. Две стратегии измерения // Социолог. Исслед. – 1989. – №6. – С. 112 – 119.
29. Мюллер П., Нойман П., Шторм Р. Таблицы по математической статистике. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 278 с.
30. Осипов Г.В., Андреев Э.П. Методы измерения в социологии. – М.: Наука, 1977. – 182 с.
31. Панина Н.В. Методика измерения жизненной удовлетворенности // «Lifeline» и другие методы психолого-биографического исследования. – М.: Прогресс, 1993. – С. 97 – 105.
32. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. – К.: Наук. думка, 1982. – 272 с.
33. Паниотто В.И., Максименко В.С., Харченко Н.М. Статистичний аналіз соціологічних даних. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2004. – 270 с.
34. Рассел Д. Измерение одиночества // Лабиринты одиночества. – М.: Прогресс, 1989. – С. 192 – 226.

35. Ростегаева Н.И. О некоторых методических аспектах построения социологических индексов // Комплексный подход к анализу данных в социологии. – М.: ИС АН СССР, 1989. – С. 43 – 52.
36. Статистические методы анализа информации в социологических исследованиях. – М.: Наука, – 1979. – 319 с.
37. Толстова Ю.Н. Логика математического анализа социологических данных. – М.: Наука, 1991. – 111 с.
38. Толстова Ю.Н. Существует ли проблема социологического измерения? // Социология. М. – №4-5. – С. 103 – 117.
39. Фелингер А.Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. – Новосибирск: Наука, 1985. – 208 с.
40. Харман Г. Современный факторный анализ: Пер. с англ. – М.: Статистика, 1972. – 486 с.

Глосарій (словник термінів)

Гіпотеза – обґрунтоване передбачення про причини і фактори, що визначають характер досліджуваного явища, які потребують емпіричного підтвердження або спростування.

Ескіз проекту дослідження – це перелік пунктів (питань), які необхідно уточнити до початку роботи. Такими пунктами є: 1) інформаційні потреби; 2) програма дослідження; 3) генеральна сукупність і вибірка; 4) інструментарій дослідження; 5) збір інформації; 6) обробка і аналіз даних; 7) звіт (оформлення результатів дослідження); 8) потреби та ресурси; 9) графік і кошторис; 10) загальна вартість дослідження.

Інформаційний запит – запитання, написані у довільній формі, на які необхідно одержати відповідь у результаті проведення емпіричного соціологічного дослідження.

Опитування громадської думки – це збір інформації про сукупну думку (розподіл думок) певного контингенту населення з певного актуального питання. Дуже важливим елементом проекту опитування громадської думки є

проблема репрезентативності вибірки, а отже, правильне встановлення обсягу і способу відбору одиниць спостереження.

Програма соціологічного дослідження – це науковий документ, який відбиває логічно обґрунтовану схему переходу від теоретичного (концептуального) осмислення проблеми, що вивчається, до інструментарію конкретного емпіричного дослідження.

Проект соціологічного дослідження – робочий документ, що становить собою перелік основних документів соціологічного дослідження.

Соціологічне дослідження – це вивчення суті предмета дослідження та його взаємозв'язків з іншими елементами соціального світу.

? Контрольні запитання

1. Поясніть специфіку основних типів емпіричних соціологічних досліджень?
2. Які методологічні та методичні функції виконують ескіз та програма соціологічного дослідження?
3. Які основні структурні елементи повинна містити програма соціологічного дослідження?
4. Що таке соціальний показник?

✍️ Теми ІНДЗ

1. Перехід від концепту до вимірювання в соціальних дослідженнях
2. Програма – основний документ соціологічного дослідження.
3. Ескіз проекту дослідження: значення та основні структурні елементи.

ТЕМА 3. ПІДГОТОВКА ІНСТРУМЕНТАРІЮ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

План

1. Основні вимоги до інструментарію.
2. Помилка формулювань.
3. Помилки формулювання віяла відповідей.
4. Процес оформлення і підготовки анкети.

1. Основні вимоги до інструментарію.

Н. Паніна основним інструментарієм збору первинного матеріалу у масових широкомасштабних соціологічних опитуваннях називає стандартизовану анкету (опитувальник, опитувальний аркуш). Стандартизованою вважається анкета (опитувальний аркуш), що відповідає таким вимогам: 1) кожне із запитань (пунктів) анкети ставиться усім без винятку респондентам в одному і тому ж формулюванні; 2) визначено чіткий порядок постановки запитань, кожне із яких має свій зафіксований номер (відповідно до порядку надання); 3) до кожного зі змістових запитань додається перелік фіксованих відповідей. Зазвичай респондентові подаються варіанти відповідей на запитання; такі запитання називаються закритими. В окремих випадках дослідник не пропонує респондентові варіантів відповідей, спонукаючи його відповідати на запитання довільно; у таких випадках можливі варіанти відповідей заносяться до кодифікатора, відповідно до якого на етапі обробки даних відповіді респондентів кодуються перед уведенням їх до комп'ютера.

Існують два основні способи збирання інформації у масових опитуваннях населення: заповнення анкет респондентами та інтерв'ю. У випадку застосування першого зі способів опитування інтерв'юер залишає анкету респондентові, пояснює основні правила її заповнення і через певний час забирає заповнену анкету, перевіряючи якість заповнення. Якщо ж

організовується інтерв'ю (опитування віч на віч) запитання за анкетною респондентів ставить інтерв'юер, і він же заносить до бланка анкети вибраний респондентом варіант відповіді.

Під час перевірки інструментарію спосіб збирання інформації має значення тільки на завершальній стадії, коли оформляється анкета.

Основні ж правила і вимоги до конструювання стандартизованої анкети, розробленої для масового опитування населення, є загальними як для інтерв'ю, так і для опитування способом заповнення анкети респондентом.

У цьому розділі розглядатимуться основні загальні вимоги до анкети (опитувального аркуша), дотримання яких під час роботи над інструментарієм дає змогу уникати багатьох помилок, що призводять до викривлення отриманої врешті-решт інформації. **Н. Паніна** звертає увагу організаторів проведення емпіричного соціологічного дослідження, що саме на цьому етапі трапляється найбільше помилок.

Вона наголошує, що недосвідчених соціологів у роботі з підготовки анкети приваблює, по-перше, евристичний і творчий характер роботи; по-друге, створення у результаті роботи наукового документа як відчутного доказу своєї причетності до професійного співтовариства; по-третє, ілюзорна простота – запитання анкети за своєю формою максимально наближаються до звичного повсякденного спілкування, і, насамкінець, можливість після кожного сформульованого запитання поставити крапку в роботі і вважати її виконаною (не випадково в анкетах соціологів-початківців найменш опрацьованим є блок «демографічних» питань). Чим досвідченіший і кваліфікованіший соціолог, тим більше труднощів він зазнає на етапі підготовки анкети. Пояснюється це тим, що кваліфікований соціолог добре собі уявляє, які дослідницькі завдання доводиться розв'язувати у процесі формулювання запитань і розробки відповідей на кожне із них.

У процесі цієї роботи соціолог-практик має дотримуватися трьох найважливіших правил. 1. Формулюючи запитання соціолог не створює «дещо» із «нічого», а виконує копітку роботи «перекладача», перекладаючи

дослідницьке питання із мови категорій, які визначають показники (у них, власне, і аналізується досліджуване явище), на мову повсякденного спілкування, звичного для респондентів. 2. Кваліфікований соціолог бачить помилки і обмеженість того або того варіанта формулювання, а також набору варіантів відповідей і прагне їх уникнути. 3. Формулюючи запитання, кваліфікований соціолог водночас обмірковує і враховує можливості його статистичної обробки та коригує віяло відповідей із урахуванням вимог вибраного методу статистичного аналізу, бо кожне окреме питання не живе самотійним життям, – у майбутньому воно має знайти своє обґрунтоване місце у загальному контексті аналізу досліджуваної проблеми. Після закінчення опитування анкетне запитання зазнає «зворотного перекладу» – з мови анкети на мову показників досліджуваного явища.

У зв'язку із тим, що анкета не є незалежним науковим документом, з якого розпочинається і яким завершується творча робота, то й оцінювати її якість можна загалом, порівнюючи з різноманітними елементами програми (метою, запропонованими показниками, передбачуваними методами статистичного аналізу).

І хоча у цілому конкретне формулювання запитань, формулювання віяла відповідей і загальна композиція анкети завжди визначаються радше логікою, смаком, інтуїцією та досвідом дослідника, ніж певним стандартним набором правил, усе ж у процесі підготовки анкети необхідно враховувати основні вимоги, ігнорування яких знецінює отриману за допомогою цієї анкети соціальну інформацію.

За своїм функціональним призначенням запитання анкети розрізняються на змістові та допоміжні. Змістові запитання є емпіричними індикаторами вимірів соціального явища. Основними вимогами до змістових запитань є валідність (обґрунтованість), лаконічність та однозначність. Пояснимо кожен з цих вимог детальніше.

Під валідністю (обґрунтованістю) змістового запитання у емпіричному соціологічному дослідженні розуміють ступінь відповідності запитання анкети

показникові, що досліджується. Запитання можуть бути прямими та непрямими (опосередкованими). Валідність прямого запитання визначається точністю перекладу показника в питанні. Наприклад, показникові «ступінь довіри політичному лідеру N?» відповідає запитання «*Наскільки Ви довіряєте N?*». Однак те саме запитання може бути і опосередкованим, якщо у прогностичному аналізі електоральної поведінки воно «працює» на інший показник – «політичний вибір». Твердження, що ту або ту відповідь на запитання: «*Наскільки Ви довіряєте N?*» можна інтерпретувати як політичний вибір, потребує обґрунтованого доказу – доказу валідності.

Існують три основні способи доказу (чи спростування) валідності: логічний, емпіричний, статистичний.

Логічний доказ. У цьому прикладі доведення валідності запитання анкети показникові логічним обґрунтуванням ступеня довіри як переваги (вибору) політичного лідера може бути такий аргумент: чим вищий ступінь довіри людини політичному лідерові, тим вищою є ймовірність того, що вона віддасть на виборах свій голос саме за цього кандидата. Однак автор запитання може зіткнутися і з контраргументом: можлива ситуація, коли, незважаючи на більшу довіру одному кандидатові, на виборах індивід у своїх діях керується іншими мотивами – реальністю перемоги конкретного кандидата, особливостями політичної ситуації, тиском мікросоціального середовища тощо.

На практиці, якщо під час обговорення анкети обґрунтованість питання сумнівна для деяких співвиконавців, то, звичайно, на аргументи автора запитання з'являються контраргументи опонентів, і кожній зі сторін власна логіка видається найобґрунтованішою. У таких випадках до анкети краще занести обидва варіанти запитання, щоб у подальшому процесі аналізу статистично оцінити валідність кожного із запропонованих індикаторів.

Емпіричний доказ. Перевірка обґрунтованості через порівняння прогнозу, зробленого на підґрунті отриманої інформації, з реальними соціальними фактами (масовою поведінкою, статистичними даними тощо). У розглянутому

вище прикладі можна порівняти прогноз результатів виборів, зроблений на підґрунті аналізу ступеня довіри, з реальними підсумками виборів.

Статистичний аналіз. Визначення ступеня зв'язку між даними відповідями, отриманими на опосередковане запитання, з іншими категоріями, обґрунтованість яких учасникам дослідження здається вірогіднішою. У нашому прикладі можна обчислити коефіцієнт кореляції між даними, отриманими у відповідях на запитання про ступінь довіри і ступінь готовності голосувати за конкретного кандидата на виборах.

Якщо валідність запитання нічим не підкріплена, крім логіки автора, то у наукових документах (статтях, монографіях, аналітичних звітах, таблицях тощо) поряд із назвою показника (наприклад, «рейтинг політичних лідерів») необхідно наводити повне формулювання питання, яке фігурувало в анкеті. Це дає змогу не тільки авторові виявити методологічну делікатність, а й іншим дослідникам запропонувати альтернативну інтерпретацію запитання чи, порівнявши з іншими даними, оцінити обґрунтованість авторської інтерпретації.

Недоцільно цитувати значну кількість аргументів, наведених у найрізноманітніших наукових соціологічних посібниках щодо важливості принципу лаконізму у формулюванні запитань у соціологічних анкетах. Адже і без значної кількості додаткових аргументів зрозуміло, що чим довшим є запитання, тим складніше буде респондентові зрозуміти його основний зміст. Іманентні виміри індивіда (респондента) є такими, що, усвідомлюючи довге та складне запитання, він немов би забуває його початкову частину. У завершальній частині складного та великого за обсягом запитання респондент втрачає логіко-смісловий зв'язок із його початковою частиною. Читаючи (чи слухаючи) запитання вдруге, людина прагне вирізнити основні (ключові) слова, що визначають суть запитання. Якщо респондент і з другого разу (а тим більше з третього) не збагнув смислу інформації (запитання), що у той чи той спосіб йому доноситься, він або пропускає запитання, або позначає той чи той варіант

відповіді на нього навмання, що є неприпустимим для об'єктивності отримуваної інформації.

Експертами у сфері міжособистісного спілкування встановлено, що для більшості людей 11-13 слів є межею сприйняття фрази без істотного спотворення її основного змісту. Однак бажання дослідника конкретизувати запитання для того, щоб отримати однозначну і вичерпну інформацію, зазвичай, стає причиною невиправданого подовження запитання.

Вихід із такої колізії можливий. Для цього потрібно, по-перше, переконатися у тому, що запитання практично неможливо скоротити, викреслюючи із нього окремі слова (приклад 1). По-друге, якщо запитання є складним реченням (складносурядне чи складнопідрядне), можна розбити його на кілька речень і головне із них вирізнити шрифтом (приклад 2). По-третє, шляхом підкреслення ключових слів можна акцентувати увагу респондента на основному змісті питання(приклад 3).

Приклад 1 Варіант «А». «Зараз я зачитаю вам кілька суджень, що стосуються Росії, України і СНД. Потім, будь ласка, скажіть, наскільки Ви згодні з кожним із тверджень, використовуючи вирази: «так», «радше так», «радше ні», «ні». І таким чином Ви відповідатимете на кожне запитання».

Варіант «Б». «Зараз я зачитаю Вам кілька суджень. Скажіть, будь ласка, наскільки Ви згодні з кожним із них?»

Приклад 2 Варіант «А». «Як Ви діятимете, коли Вам необхідно купити певну річ і Ви спеціально за цією річчю поїхали до крамниці, що розташована далеко від Вашого будинку, а, зайшовши у приміщення, побачили там велику чергу?»

Варіант «Б». «Припустімо, що Вам потрібно купити певну річ. Ви навмисно поїхали за нею до крамниці, розташованої далеко від Вашого помешкання. У крамниці Ви побачили, що там велика черга. **ЯКИМИ БУДУТЬ ВАШІ ДІЇ?**»

Приклад 3 Варіант «А». «Скільки днів (приблизно) протягом останнього року Ви хворіли так, що доводилося брати лікарняний лист або ж дотримуватися постільного режиму?»

Варіант «Б». «Скільки днів (приблизно)

за останній рік Ви були хворі так, що доводилося брати бюлетень чи дотримуватися постільного режиму?»

Однозначність. Вимога однозначності передбачає однакове розуміння усіма респондентами саме того смислу запитання, що його передбачав дослідник. Порухення однозначності – найпоширеніша помилка соціологів-початківців.

Перша група помилок, що впливають із порушення принципу однозначності, – це помилки, породжені формулюванням запитань і відповідей. Друга група помилок впливає з порушення вимог до шкали вимірювання (віяла відповідей на запитання анкети).

2. Помилка формулювань.

Якщо на етапі підготовки програми досліджуване поняття не визначене і не доведене до емпіричного індикатора, то, зазвичай, соціолог намагається (часто навіть не усвідомлюючи того) примусити респондентів виконати цю роботу замість нього. Тут мається на увазі, що процедура структурної і факторної операціоналізації понять має бути завершена, тобто доведена до рівня понять-індикаторів. Так, наприклад, не визначивши у межах процедури аналізу понять змісту поняття «адаптація», він запитує у респондентів, як пройшов у них процес адаптації до нового колективу. Тут мається на увазі, що респондент не тільки повинен однаково із дослідником розуміти зміст цієї дефініції, але й дати оцінку успішності цього процесу. У випадку такої поведінки організатор дослідження не враховує, що, оцінюючи процес адаптування, різні респонденти мають на увазі різні аспекти свого стану та умов життєдіяльності.

В інших випадках введені категорії здаються соціологу очевидними і однозначними тільки тому, що він особисто до них звик і, складаючи анкету, не враховує, що ця категорія може і не бути зафіксованою громадською думкою саме у тому значенні, яке мав на увазі автор дослідження. Ілюстрацією

формулювання, що має неоднозначне тлумачення, може бути таке, наприклад, запитання: *«Як Ви оцінюєте рівень соціальної напруженості у Вашому регіоні?»*

У цьому питанні водночас присутні два невизначених терміни: «соціальна напруженість» і «регіон». Поняття «соціальна напруженість», вважає **Н. Паніна**, до сьогодні ще не знайшло однозначного визначення ні у соціальній науці, ні у повсякденному житті. Дослідник може на власний розсуд тлумачити цю категорію, як і кожний із респондентів. Досвід проведення емпіричних соціологічних досліджень переконує, що зустрічаючись із невизначеними чи неоднозначними термінами, респонденти просять пояснити їх зміст, а інтерв'юери пропонують своє суб'єктивне тлумачення цьому терміну. Включаючи такого типу категорію у запитання анкети, дослідник, по суті, пропонує респонденту виконати ту роботу, яку мав виконати сам розробник анкети (наприклад, пояснити зміст дефініції «оцінка рівня соціальної напруженості у різних регіонах»). У цій ситуації потрібно було б, щоб розробник у програмі дослідження сам визначив поняття соціальної напруженості, попередньо вирізвивши його складові ланки, наприклад, «страйки», «незадоволеність умовами життя». Крім того тут потрібно було б також сформулювати за кожним індикатором самостійне запитання і у процесі аналізу – інтегрувати отримані дані.

Термін «регіон» для автора дослідження, можливо є визначеним цілком однозначно, він тлумачить його згідно із типологією районів, передбачених програмою аналізу. Однак кожен із респондентів може розуміти його, по-перше, інакше, ніж автор дослідження і, по-друге, інакше, ніж інші респонденти. Тому в цьому випадку потрібна конкретизація на адміністративно-територіальному підґрунті (населений пункт, область, район тощо), адже респондент не знає, змісту поняття «регіон».

Серйозною вадою багатьох анкетних запитань є їх неконкретність. Вивчаючи факти для порівняння інформації, зазвичай, виникає потреба у конкретизації місця, часу і суб'єкта, стосовно яких збирається інформація.

Наприклад, у запитаннях типу: «Як часто Ви робите (відчуваєте)...?», слід уточнювати часові межі дій (станів), про які потрібно отримати інформацію.

У разі потреби оцінки відносин слід чітко визначити *критерій оцінювання*. Наприклад, у запитанні **«ЯК БИ ВИ ОЦІНИЛИ СУЧАСНУ ПОЛІТИЧНУ СИТУАЦІЮ В УКРАЇНІ?»**, слід уточнити, за яким критерієм здійснюється оцінка (стабільність, демократичність, перспективи розвитку чи якимось іншим критерієм, що цікавить авторів дослідження).

Конкретизація передбачає фокусування питання на одержанні певної однозначної інформації. Нерідко одне запитання містить одразу кілька неконкретних значень. Наприклад, досить природне у звичайній розмові запитання: **«ЯК ВИ РОЗПОДІЛЯЄТЕ ЗА СТУПЕНЕМ ВАЖЛИВОСТІ ТАКІ СТАТТІ ВИТРАТ СІМЕЙНОГО БЮДЖЕТУ (ЇЖА, ОДЯГ, ЛІКУВАННЯ ТОЩО)?»** є зовсім непридатним для стандартизованої анкети. У звичайній розмові, як і у нестандартизованому інтерв'ю або буденній бесіді, мається на увазі, що людина, яка відповідає на запитання, може уточнити, про що, власне, йдеться. Тоді як у межах стандартизованого опитування, що передбачає подальшу статистичну обробку за стандартною програмою, таке запитання є неякісним, тому що містить неконкретизовані поняття, і різні респонденти можуть тлумачити його неоднаково.

Якщо повернутися до прикладу, наведеного вище, то за уважного читання можна помітити, що одне запитання містить цілу низку неконкретизованих понять. По-перше, не конкретизовано критерій оцінки важливості (ступінь важливості – за часткою у бюджеті, чи за першочерговістю придбання, чи за якимось іншим значенням?). По-друге, не конкретизовано суб'єкт (для кого важливо: особисто для респондента чи для більшості членів сім'ї, для голови сім'ї, який розпоряджається бюджетом тощо). По-третє, не конкретизованим є саме слово «розподіляєте». Чи розподіляє респондент бюджет реально в сім'ї, чи він повинен зробити це проєктивно в ситуації опитування? Якщо йшлося про реальний розподіл, то слід було конкретизувати час – останній рік, півроку, місяць, тиждень. Навіть за стабільних умов розподіл бюджету в сім'ї може в

часі значно змінюватися, а за умов інфляції розподіл зазнає значних змін за досить короткий проміжок часу практично в усіх сім'ях.

Якщо питання стосується дій респондента, актів його поведінки, його слід конкретизувати за відтинком часу; якщо йдеться про оцінку, то необхідно уточнити критерій оцінки. Часто конкретизація запитання полягає в запропонованих відповідях. Однак у будь-якому випадку необхідно контролювати, чи впливає достатньо ясно із запитання і переліку відповідей, що конкретно повинен висловити респондент.

Складність підготовки запитань полягає у деякій суперечності вимоги конкретності і вимоги стислості запитання, тому авторові доводиться шукати компроміс між цими двома вимогами.

Ще однією серйозною вадою анкетних питань є їх неоднозначність. Як це не прикро, але в анкетах трапляються запитання, формулювання яких передбачають двоє, а то й більше запитань. Нижче наведені приклади досить типових формулювань, що об'єднують у собі два запитання, на які звичайно пропонується тільки одна шкала відповідей і на які респондент не має можливості дати відповіді.

Приклад 1. «ЧИ ЧАСТО ВИ ВІДЧУВАЄТЕ ПОТРЕБУ ПОСЛУХАТИ МУЗИКУ, ПІТИ ДО КІНОТЕАТРУ, ТЕАТРУ, ПОЧИТАТИ ХУДОЖНЮ ЛІТЕРАТУРУ?»

Приклад 2. «ЯКИМИ Є ВАШІ ПРОГНОЗИ СТОСОВНО НАСЛІДКІВ АВАРІЇ НА ЧОРНОБИЛЬСЬКІЙ АЕС ДЛЯ УКРАЇНИ І ДЛЯ ВАС ОСОБИСТО?»

Приклад 3. «ВИ ПРИХИЛЬНИК ЧИ ПРОТИВНИК ЕКСПЛУАТАЦІЇ ТА ПОДАЛЬШОГО БУДІВНИЦТВА АЕС У ВАШІЙ ОБЛАСТІ?»

Звичайно, подібна помилка викликана тією обставиною, що для автора дослідження немає значення, на яку із перерахованих ним альтернатив він одержить ствердну (чи заперечну) відповідь. У передбаченій ним класифікації для нього не важливо, чи відчуває людина потребу піти до театру, кінотеатру, почитати книгу, послухати музику. Кожну із цих дій автор оцінює як,

припустимо, потребу у духовній діяльності. Однак він не враховує, що конкретна людина, яка заповнює анкету, може часто відчувати потребу у читанні художньої літератури і водночас їй зовсім не подобається перебувати у кінотеатрі. Людина може по-різному прогнозувати наслідки аварії щодо себе особисто і стосовно України у цілому: припустимо, щодо себе вважає, що «усе обійдеться», а стосовно України, що «найгірше ще попереду». Людина може бути прихильником експлуатації діючої АЕС і водночас бути проти подальшого будівництва атомних електростанцій. Подібні питання дуже дратують респондентів і, природно, не несуть вірогідної інформації.

Рідше, але усе ж трапляються випадки, коли автор буквально ставить два запитання в одному формулюванні. Наприклад: «Чи бажаєте Ви виїхати із Вашого населеного пункту і чи збираєтеся це зробити?». Принципово це припустимо, якщо з якихось методичних міркувань автор вдається до такого суміщення свідомо. У такому випадку слід тільки простежити за тим, щоб віяло відповідей охоплювало усі можливі комбінації відповідей на перше, і на друге питання: «бажаю і збираюсь», «бажаю, але не збираюсь», «не бажаю, але збираюсь» тощо. Найчастіше таке суміщення недоцільне – краще сформулювати два окремих запитання.

Тенденційність є ще однією із вад анкетного опитування, розробленого молодосвідченим соціологом. У деяких випадках пояснення до запитання не є необхідною конкретизацією, а містить підказку до відповіді, яка віддзеркалює авторську гіпотезу. Це так звані тенденційні запитання. Вони містять тенденційні пояснення уже у своєму формулюванні, є «занадто однозначними», оскільки їх результати можна з упевненістю передбачити заздалегідь. Такий результат не містить реальної інформації, а є наслідком методичної помилки.

Приклад. «ЧИ ВВАЖАЄТЕ ВИ ДОСТАТНІМ СТУПІНЬ СОЦІАЛЬНОЇ ЗАХИЩЕНОСТІ ЖИТЕЛІВ ВАШОГО МІСТА (РАЙОНУ)З УРАХУВАННЯМ РОБОТИ У ВАШІЙ ОБЛАСТІ АТОМНОЇ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЇ»

У такому формулюванні тенденційність автора виявляється у тому, що, замість прохання оцінити ступінь соціальної захищеності (нейтральне

формулювання, яке необхідне для одержання об'єктивної інформації), він використовує модальну частку «чи», основна мовна функція якої – підкреслити суб'єктивний характер фрази, висловити сумнів. Друга ж частина запитання – прохання врахувати умови проживання на території де діє атомна електростанція – не залишає сумнівів щодо результатів інформації, яка буде одержана від такого запитання.

Подібні формулювання відбивають не тільки об'єктивну позицію автора, але і його методичну недосвідченість. Природно, що кожний дослідник є людиною і громадянином із певною особистісною позицією, і якщо автора дослідження бентежить проблема впливу атомної електростанції на почуття соціальної захищеності, він має право досліджувати ступінь цього впливу. Для цього слід отримати насамперед об'єктивну інформацію про самооцінку населенням рівня соціальної захищеності у цьому регіоні, не фокусуючи, однак, при цьому уваги респондентів на обставинах, які здатні на неї впливати, адже ті, кого опитують, можуть і не пов'язувати соціальну захищеність із роботою АЕС. Визначити ж уплив АЕС на ступінь соціальної захищеності можна шляхом порівняльного аналізу оцінок населення, яке мешкає поблизу АЕС, з оцінками населення, що проживає в іншому регіоні. Некомпетентність соціолога у цьому випадку виявляється у тому, що він перекладає проблему дослідника (аналіз упливу АЕС на рівень соціальної захищеності) на респондентів.

Поряд із порушенням принципу однозначності через помилки у формулюваннях, часто соціологи-початківці припускаються помилок, формулюючи віяло (набір) відповідей – основні шкали вимірювання ознак, що вивчаються.

3. Помилки формулювання віяла відповідей.

Найпоширенішою під час формулювання віяла відповідей є логічна помилка – порушення одношереговості. Порушення одношереговості

відповідей полягає у тому, що деякі їх варіанти не відповідають ключовому слову запитання і фактично є варіантами іншого шеругу відповідей (відповідями не на поставлене запитання, а інше):

Приклад 1. «ЧИ ЗБИРАЄТЕСЯ ВИ ВИЇХАТИ ІЗ ВАШОГО НАСЕЛЕНОГО ПУНКТУ?»

1 – так, я бажаю виїхати;

2 – ні, я залишуся жити тут;

3 – я ще не прийняв остаточного рішення з цього питання.

Перший варіант, по суті, є відповіддю на запитання про бажання респондента виїхати (хоча у запитанні йдеться не про бажання, а про наміри). Цілком імовірна ситуація, коли людина не бажає виїжджати, але через обставини (зокрема, радіоактивне забруднення, сімейні обставини тощо) збирається це зробити.

Другий варіант відповіді більше відповідає запитанню, хоча точнішим формулюванням було б «я не збираюся виїжджати», оскільки формулювання «я залишаюся жити тут» занадто категоричне і може збентежити педантичного респондента – «взагалі-то я не збираюся, та невідомо, як складеться життя».

Третій варіант – це відповідь про твердість намірів.

У кінцевому результаті на альтернативне, за задумом автора, запитання, що передбачає тільки один варіант відповіді, респондент може зазначити кілька відповідей («так, я бажаю виїхати, але змушений залишитися жити тут», а третій запитає: «А якщо я не бажаю виїжджати, а обставини мене змушують, яку відповідь я повинен зазначити?»). Приклад 2 також ілюструє порушення одношереговості відповідей на поставлене запитання.

Приклад 2. «НАСКІЛЬКИ РЕГУЛЯРНО ВИ СТЕЖИТЕ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ?»

1 – постійно стежу за інформацією;

2 – стежу тільки тоді, коли на сесії обговорюються питання, які мене цікавлять;

3 – цікавлюся інформацією час від часу;

4 – діяльність Верховної Ради мене не цікавить.

Якщо перший і третій варіанти відповідають на питання про регулярність, то другий варіант є радше відповіддю на запитання про причини, а четвертий – про інтерес до діяльності Верховної Ради. Таким чином, можна помітити, що наведені варіанти становлять три неповні шкали оцінки (регулярність, причини, інтерес). Людину може не цікавити діяльність Верховної Ради, але вона постійно стежить за її роботою, тому що вважає за потрібне бути в курсі політичних рішень і прийнятих законів. Інша людина, не цікавлячись роботою Верховної Ради, може одержувати інформацію час від часу, коли інші члени сім'ї дивляться чи слухають трансляцію тощо. Відповідь: «Стежу тільки тоді, коли на сесії обговорюються питання, які мене цікавлять» нічого не говорить про регулярну поінформованість і просто не може не перехрещуватися або із першим варіантом «постійно», або з третім («час від часу»). Формулювання «час від часу» до того ж, як зазначалося вище, найчастіше потребує конкретизації.

Неповнота множинності варіантів відповіді також є типовою помилкою під час формування віяла відповідей. ***Набір відповідей повинен містити усі можливі варіанти на поставлене питання.***

У випадках, коли використовується оцінна шкала («позитивно - негативно») чи шкала згоди («згоден – не згоден»), автори анкети, формулюючи віяло відповідей, нерідко припускаються грубих помилок.

На запитання, що спрямоване на вивчення мотивів, причин, проблем, які викликають стурбованість («Які проблеми турбують Вас сьогодні найбільше?»), важко, а часто й неможливо передбачити усі варіанти відповідей. Однак, проігнорувавши будь-який можливий варіант до переліку відповідей, автор припускається подвійної помилки: психологічної і логіко-математичної. Адже якщо людині не дати можливості відповісти на питання, то у неї формується, по-перше, почуття незадоволеності, а по-друге, уявлення про те, що на запитання можна і не відповідати. Математична помилка полягає у тому, що в обробку надходить неповна множинність.

Для того, щоб у подібних випадках уникнути неповної множинності, слід керуватися таким правилом: у кінці переліку варіантів відповіді використовувати «*заключну триаду*»:

- а) доповнення («інша відповідь»);
- б) заперечення («жодні проблеми не хвилюють»);
- в) ухиляння («важко відповісти», «вагаюся із відповіддю» тощо).

Варіант «інша відповідь», крім того, що він у будь-якому випадку дає змогу кожному респондентові висловити свою думку, допомагає ще й оцінити якість питання у цілому. Якщо у процесі опитування цей варіант зазначили більше 5% респондентів, запитання вважається неякісним і потребує доробки – розширення віяла відповідей на підґрунті вивчення конкретних відповідей, записаних у рядку «інша відповідь».

Включення до віяла відповідей варіанта «вагаюся з відповіддю» – традиційна форма надання респондентові можливості ухилятися від відповіді, якщо той із якихось причин не може чи не бажає відповідати на це питання. Автор може вдатися до «жорсткої форми» запитання і не включити до набору відповідей варіант «вагаюся із відповіддю». Цей прийом застосовується для того, щоб примусити респондентів відповідати конкретно. Але у цьому випадку, по-перше, дослідник повинен усвідомлювати, що обов'язково зросте частка не відповідей на це запитання; а по-друге, обов'язковою умовою під час аналізу матеріалу є перевірка вірогідності даних, одержаних за допомогою цього запитання.

Неповнота множинності може бути спричинена різними факторами, серед них чи не найчастіше трапляється елементарна недбалість у роботі. Нижче наведено приклади питань із неповним переліком відповідей, очевидність яких проявляється за першої спроби апробації інструментарію.

Приклад 1. «ЯКА ЧАСТИНА ЛЮДЕЙ, ЩО МЕШКАЮТЬ ПО СУСІДСТВУ, – РОСІЯНИ?»

- 1) усі
- 2) більшість

- 3) деякі із них
- 4) мало хто
- 5) ніхто
- 6) не знаю

Приклад 2. «ЯК ЧАСТО ЗА ОСТАННІ ТРИ РОКИ ВИ БРАЛИ УЧАСТЬ У ГОЛОСУВАННІ, ВИБОРАХ?»

- 1) жодного разу
- 2) час від часу
- 3) часто
- 4) не знаю

У прикладі 1, крім того, що важко диференціювати варіанти «деякі з них» і «мало хто», не передбачена така відповідь, як «приблизно половина», що її намагалися відшукати багато респондентів і, не знаходячи, відмовлялися взагалі відповідати на це запитання. Такою ж була реакція і на аналогічні запитання, що стосувалися колег, родичів, друзів тощо.

У прикладі 2 не передбачено варіант відповіді «завжди». Враховуючи, що у виборах бере участь більша частина дорослого населення, можна було б передбачити, яка частка респондентів висловить протест, не знайшовши «своїї» відповіді на шкалі. Водночас варіант відповіді «не знаю» може спричинити закономірне здивування.

Шкала відповідей на запитання стосовно частоти (регулярності) якихось дій завжди здається авторам анкет надто складною. Якщо полярні точки шкали – «постійно» («завжди», «регулярно») і «практично ніколи», зазвичай, труднощів не викликають, то проміжні («часто», «іноді», «зрідка» тощо) через невизначеність одиниці виміру провокує бурхливі дискусії серед співрозмовників. Тому, якщо дослідження не спрямоване на визначення саме суб'єктивного аспекту сприйняття, краще подібні запитання (чи варіанти відповідей) конкретизувати: «Скільки разів за останній рік (місяць, тиждень) ...?»

У тих випадках, коли дослідник передбачає у подальшому аналізі встановити індекси і коефіцієнти зв'язку, він мусить звернути увагу на порядок подання варіантів відповідей, тому що цифрове позначення кодової позиції кожного із варіантів відповіді має своє числове значення («вагу»). Докладніше ця проблема – співвідношення віяла відповідей із типом шкали – розглядатиметься далі. Тут же важливо звернути увагу на те, що коли формулюються запитання оцінного характеру (досліджується емоційне ставлення, довіра, задоволеність тощо), місце такого варіанта, як «вагаюся із відповіддю», набуває певної ваги, залежно від рангового місця, на яке автор поставив цей варіант у віялі відповідей.

У випадку використання оцінних відповідей («Як Ви ставитеся...?», «Як Ви оцінюєте...?») варіант відповіді краще ставити не в кінці, а в середині шкали, модифікуючи його формулювання відповідно до загальної шкали.

Приклад 1. «ЧИ ЗАДОВОЛЕНІ ВИ СВОЄЮ РОБОТОЮ?»

- 1) зовсім не задоволений
- 2) радше не задоволений
- 3) важко сказати, задоволений чи ні
- 4) радше задоволений
- 5) цілком задоволений.

Приклад 2. «ЯК ВИ ОЦІНЮЄТЕ ДІЯЛЬНІСТЬ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ?»

- 1) радше позитивно
- 2) важко відповісти, позитивно чи негативно
- 3) радше негативно

Яку шкалу краще вибирати – трибальну чи п'ятибальну? Це залежить від того, який вид аналізу застосовуватиметься у подальшому. Якщо передбачається розрахунок індексів та коефіцієнта зв'язку, – краще п'ятибальну. Якщо ж авторові достатньо порівняти групи людей (задоволених і незадоволених, згодних і не згодних із якимось судженням), то краще

користуватися трибальною шкалою. Але у такому разі варто пом'якшити категоричність відповідей: «радіше згоден», «здебільшого позитивно».

Останнім часом у анкетах часто використовуються десяти- та одинадцятибальні шкали. Наприклад: «Дайте оцінку своєму ставленню до деяких відомих політичних лідерів. Свою оцінку визначте на шкалі термометра (від 0 до 10). Чим більшим є число, тим тепліше чи доброзичливіше Ви ставитеся до цієї особи. Чим менше число, тим холоднішим і недоброзичливішим є Ваше ставлення. Якщо Ви не відчуваєте до них ані доброзичливості, ані неприязні, виберіть оцінку «5».

Це приклад одинадцятибальної шкали з так званим фіксованим нулем, де, за задумом дослідника, оцінки, вищі від п'яти балів, становлять собою позитивну вісь шкали, а оцінки, нижчі від п'яти балів, - негативну.

Досвідчені соціологи радять з обережністю застосовувати одинадцяти - і особливо десятибальні шкали.

Аналіз звітів інтерв'юєрів показує, що далеко не усі респонденти «відчувають» шкали такого рівня, а насамперед ті, хто не має вищої освіти. Наприклад, оцінюючи державну діяльність Ющенка, респондент говорить: «Я ставлюся до нього загалом позитивно, він багато зробив для відновлення історичної пам'яті українців, але зовсім небагато позитивно, зовсім небагато, бо він був слабкодушним. Зазначте, будь-ласка, 1 бал». За задумом автора, «зовсім небагато позитивно» відповідає 6 балам. Однак респондент категорично відмовився дати 6 балів – «це занадто багато».

Ще складніше опитувати за десятибальними шкалами – так званими шкалами без фіксованого нуля: від одного до п'яти балів – шкала негативна, від шести до десяти – позитивна. Багато хто з респондентів, що дотримуються нейтральної позиції, не можуть знайти її на шкалі. Вони вимагають, щоб інтерв'юєри окреслили водночас 5 і 6 балів, або ставлять між цими позиціями галочку і обводять її (якщо самі заповнюють анкету). І якщо автор самостійно не контролює кожне інтерв'ю і введення даних за кожною анкетною, то він одержує результати, «відкориговані» інтерв'юєрами та операторами, які

займаються введенням даних. Тому 10 – 11-бальні шкали краще залишити для ґрунтовних досліджень, де час і методична класифікація дослідника дають змогу оцінити якість інформації, одержаної за допомогою цих шкал.

Додаткові запитання виконують у дослідженні різноманітні допоміжні функції: допомагають жорстку стандартизовану форму опитування наблизити до діалогу; відфільтрувати компетентних респондентів, зібрати додаткову інформацію, яка допоможе правильно інтерпретувати одержані результати; перевірити репрезентативність даних тощо.

Найпоширенішими серед додаткових запитань є запитання-фільтри та відкриті запитання. *Під запитанням-фільтром розуміють запитання, що відсіює тих респондентів, яких не стосується наступне запитання.* Наприклад, запитанню «ЧИ ВІДВІДУЮТЬ ВАШІ ДІТИ МУЗИЧНУ ШКОЛУ?» має передувати запитання-фільтр: «ЧИ Є У ВАС ДІТИ ШКІЛЬНОГО ВІКУ?» Запитанню «ЯКОЇ НАЦІОНАЛЬНОСТІ ВАША ДРУЖИНА (ЧОЛОВІК)?» має передувати запитання-фільтр: «ЧИ Є У ВАС ДРУЖИНА (ЧОЛОВІК)?»

Оскільки будь-яке запитання займає певне фізичне місце і перед автором анкети завжди постає проблема, – які запитання можна відсіяти без істотної втрати для змісту і якості інформації, то слід врахувати, що у багатьох випадках немає необхідності ставити пряме запитання-фільтр. Достатньо, ставлячи основне запитання, включити до віяла відповідей варіант типу «у мене немає дітей шкільного віку» або «у мене немає дружини (чоловіка)» тощо. Така форма відсіювання дає змогу скорочувати загальний обсяг анкети, а також зручніша для аналізу одержаних даних, тому що дає змогу без додаткових зусиль порівнювати різні групи респондентів. Крім того, забезпечується додатковий контроль за якістю заповнення анкет і введення даних.

Відкритим називається запитання, у якому автор не пропонує респондентові набір підготовлених відповідей, але залишає місце для відповідей у довільній формі.

Приклад 1. «ЩО ТАКЕ ДЕМОКРАТІЯ?»

Приклад 2. «ЯКЩО ВАШЕ ЗДОРОВ'Я ПОГІРШИЛОСЯ, ТО У ЧОМУ ВИ ВБАЧАЄТЕ ГОЛОВНІ ПРИЧИНИ ЙОГО ПОГІРШЕННЯ?»

Звичайно соціолог вдається до відкритих запитань із двох причин. По-перше, найчастіше тому, що він не має досить повного уявлення про предмет дослідження. Він вважає, що, отримавши відповіді респондентів, вивчить їх, на підґрунті вивчення складе класифікатор і кодифікатор, відкриті запитання будуть закодовані і таким чином стануть стандартизованим віялом відповідей для подальшого аналізу.

У другому випадку соціолог заздалегідь має кодифікатор (перелік відповідей), але бажає приховати його від респондента, щоб установити, яка частка респондентів напише певну відповідь, якщо її не підказує анкета (у цьому випадку відкрите питання належить не до допоміжних, а до змістових).

І в тому, і в іншому випадках соціолог припускається помилки. Досвід показує, що на відкриті запитання, звичайно, відповідає не більше третини респондентів. Формулювання їх відповідей носить або занадто стереотипний і загальний характер, або дуже конкретний. Аналізувати відповіді загального характеру недоцільно, тому що багато респондентів не дають їх просто тому, що лінуються писати. Класифікація ж конкретних формулювань, та ще й без певного обґрунтування (критерію) класифікації настільки трудомістка й тривала (кожний новий варіант формулювання ставить перед автором аналізу проблему: чи вводити новий клас відповідей, чи краще порівняти наведену

відповідь із попередніми формулюваннями), що, зазвичай, не доводиться автором до кінця, і завершення кодування решти варіантів відповідей перекладається на технічних виконавців, кожен із яких класифікує відповіді на власний розсуд.

Проте із викладеного не випливає, що треба відмовлятися від відкритих запитань. Відкриті запитання доцільно використовувати в анкетах з таких причин:

1) у респондента, який відповідає на закриті запитання анкети, може виникнути бажання докладніше висловитися щодо предмета опитування, особливо якщо у нього певна позиція чи були у житті конкретні епізоди, що стосуються предмета дослідження (наприклад, причини звільнення з роботи чи звернення до інстанцій тощо). Він відчуває незадоволеність від занадто стандартних відповідей, передбачених анкетною. Відкрите запитання є своєрідною «кватиркою», що дає змогу людині висловитися, якщо у неї з'явилася така потреба у зв'язку з предметом опитування. (Часто в анкетах, у яких відсутні відкриті запитання, люди пишуть свої доповнення і коментарі на полях анкети або у прогалинах між текстом);

2) відповіді на відкриті запитання не обов'язково аналізувати за стандартною програмою. Можна використовувати методи контент-аналізу у процесі їх обробки. Часто авторів анкети достатньо просто їх уважно прочитати. Ознайомлення із відповідями на відкриті запитання нерідко допомагає дослідникові «відчути» живих людей, що стоять за цифрами, одержаними у результаті статистичного аналізу.

Окремі, найтипівіші чи найвлучніші коментарі можна увести до тексту звіту (або іншого наукового документа). Це дає змогу не тільки дослідникові, а й читачеві «побачити» живу людину за сухими статистичними викладками;

3) ознайомлення з відповідями на відкриті запитання допоможе дослідникові поглибити розробку конкретної проблеми, якщо він планує працювати над нею далі.

Блок запитань, що стосується соціально-демографічних характеристик респондента, звичайно, завершує анкету соціологічного дослідження. Які характеристики до нього варто включати? Це питання, якого соціологи чомусь уникають на початку роботи над програмою, неминуче постає перед дослідником, коли він вважає, що робота над анкетною практично завершена. Відчуття завершеності нерідко підводить дослідника і він може неухважно оформити цю частину роботи, згодом, аналізуючи одержаний матеріал, зазнає труднощів через нестачу інформації або у зв'язку з необхідністю перегрупування даних, оскільки значна частина аналізу і зібраних даних стосується саме впливу соціально-демографічних факторів на досліджуване явище.

Вибір демографічних характеристик повинен визначатися насамперед гіпотезами дослідження. Основна проблема під час підготовки демографічного блоку полягає, мабуть, не лише і не так у відборі демографічних характеристик, як у класифікації і групуванні за ними респондентів. Технічно це означає, що на особливу увагу під час підготовки блоку демографічних запитань заслуговує закрите віяло відповідей. Навіть у закритому запитанні анкети, наприклад, «ВАШ ВІК?», програма має передбачити первинний варіант групування даних за цією ознакою.

Іншим орієнтиром при відборі демографічних характеристик є документи державної статистики та відомчої звітності. Збір інформації за ознаками статистичних документів завжди дасть змогу соціологові порівняти матеріал, одержаний у результаті дослідження, з наявними статистичними даними, оцінити репрезентативність, вибірки, якість інформації і розкрити можливості аналізу та інтерпретації.

Дуже складним є питання, яке стосується соціально-професійного стану. Той, кому доводилося стикатися із розробкою цього питання, знає, як важко відшукати такий критерій класифікації, який, з одного боку, був би обґрунтований теоретично, а з іншого – дав би змогу кожному респондентові знайти свою відповідь серед запропонованих варіантів. У практиці

соціологічних опитувань існують емпірично відпрацьовані варіанти такого індикатора, одна з моделей яких розроблена в Інституті соціології НАН України.

На запитання «РІД ВАШИХ ЗАНЯТЬ?» пропонується такий перелік відповідей:

- 1) професійний політик, управлінський працівник держапарату;
- 2) керівник (заступник керівника) підприємства, установи;
- 3) службовець держапарату (посадова особа);
- 4) фахівець технічного профілю (магістр або бакалавр);
- 5) фахівець у галузі науки, культури, охорони здоров'я, освіти, дошкільного виховання (магістр або бакалавр);
- 6) працівник правоохоронних органів, військовослужбовець;
- 7) підприємець, зайнятий у великому або середньому бізнесі;
- 8) займаюсь малим бізнесом, працюю на бізнесмена;
- 9) службовець із числа допоміжного персоналу;
- 10) кваліфікований робітник;
- 11) різноробочий, підсобний робітник;
- 12) фермер;
- 13) учень;
- 14) непрацюючий пенсіонер;
- 15) домогосподарка;
- 16) не маю постійного місця роботи, але підробляю у різних місцях залежно від обставин;
- 17) не працюю і не маю жодних джерел прибутку;
- 19) інша відповідь _____ (напишіть)

Запитання про вік краще ставити у відкритій формі: «ВАШ ВІК?» _____ років. Така форма дає більше можливостей для аналізу.

Запитання про національну приналежність також краще залишити відкритим: «ВАША НАЦІОНАЛЬНА ПРИНАЛЕЖНІСТЬ? _____», із наступним кодуванням. Це краще робити із двох причин. Усі національності в

анкеті перерахувати неможливо та й недоцільно. Людині ж, національність якої не зазначена у перелікові, неприємно писати у графі «інша» (деякі автори пишуть «інше»). Багатьма респондентами болісно також сприймається порядок (місце) розташування його національності у переліку відповідей.

4. Процес оформлення і підготовки анкети.

У питанні технічного оформлення анкети важливо зазначити, що багаторічний досвід проведення опитувань науковцями Інституту соціології НАН України переконує – якість поліграфічного, технічного та естетичного дизайну бланка анкети, безумовно, підвищує інтерес, відповідальність і якість роботи загалом як інтерв'юерів, так і респондентів.

Безперечно, цю обставину розуміє кожний дослідник. Однак він досить часто буває лімітований технічними та фінансовими можливостями. Зауважимо, що не слід заощаджувати кошти на оформленні бланка анкети. У кінцевому результаті це обернеться зниженням кількості відмов від участі в опитуванні і, головне – загальним підвищенням якості заповнення.

На наш погляд, «навчити» оформляти анкету неможливо. Тут найширше поле для виявлення смаку, інтуїції та винахідливості автора інструментарію. Однак щодо оформлення анкети усе ж можна запропонувати такі найзагальніші рекомендації, які можуть бути корисними на завершальному етапі роботи зі складання основного інструментарію.

1. Бажано, щоб бланк опитувальника мав обкладинку з назвою анкети. Ця назва не обов'язково повинна відображати назву теми (або мети) дослідження. Важливо, щоб вона узгоджувалася зі змістом запитань «в очах респондентів». На обкладинці, найчастіше вгорі, зазначається повна назва організації, яка здійснює опитування, внизу – рік проведення опитування.

2. Запитання анкети краще розбити на «технічні» блоки (запитання, пов'язані з однією проблемою); кожний із блоків слід починати або назвою, або невеликим вступом, або загально настановним запитанням.

3. Порядок розташування і блоків, і запитань усередині кожного блоку повинен впливати не із логіки дослідника (яка залежить від логіки наступного матеріалу), а з логіки респондента – людини, що відповідає на запитання. Іншими словами, їй має бути «немовби зрозуміло» – чому і для чого їй ставлять «саме це питання». Тому досить часто в анкеті доводиться ставити запитання, які не продиктовані потребами аналізу (зазвичай, у подальшому аналізі вони і не використовуються), а зумовлені зв'язком окремих запитань чи полегшують перехід від однієї проблеми до іншої. Наприклад, переходу до блоку запитань, спрямованих на з'ясування політичних орієнтацій людей, може передувати запитання: «Чи цікавитеся Ви політикою?» або «Якою мірою Вас цікавить політика?» тощо.

Існують певні відмінності в оформленні анкет, призначених для самозаповнення і для інтерв'ю. Насамперед це стосується загальної інструкції щодо заповнення анкети. Під час інтерв'ю інструкція з вимогами до заповнення анкети готується на окремому бланку, при самозаповненні – перед запитаннями (краще на окремій сторінці) друкується загальна інструкція для респондентів із вимогами щодо заповнення анкети опитувальника. Ця інструкція повинна бути лаконічною. Тут достатньо зосередити увагу респондентів на тому, що необхідно відповісти на усі запитання, а також нагадати, як саме слід виділяти свій варіант відповіді (обводити кружечком кодовий номер чи підкреслювати відповідь тощо), як робити виправлення, коли респондент бажає змінити свою відповідь.

Кожне із питань (пунктів) у більшості випадків доцільно супроводжувати додатковою конкретною інструкцією. Наприклад, «Зазначте один варіант відповіді», чи «зазначте усі правильні, на Вашу думку, варіанти відповіді», чи «зазначте не більше трьох найбільш слухних, на Ваш погляд, варіантів відповідей» тощо. Такі конкретні інструкції-нагадування корисні навіть для інтерв'юера, який має бути добре обізнаним із анкетною до початку інтерв'ю, але у процесі бесіди із респондентом може залишити поза увагою деякі вимоги. Тим більше такі інструкції є необхідними респондентові, який навіть за

уважного ознайомлення із загальними вказівками, звичайно ж, не тримає у пам'яті усі вимоги, викладені на початку бланка опитувальника.

Крім запитань та інструкцій до них, бланк анкети нерідко потрібно супроводжувати й іншими додатковими текстами: вступами-коментарями до блоків анкети чи окремих запитань; після запитань-фільтрів слід указувати, яким групам респондентів варто пропустити кілька запитань, які їх не стосуються тощо. Під час підготовки супроводжувальних текстів до запитань потрібно враховувати, що у випадку самозаповнення усі коментарі, звернення та інструкції адресовані безпосередньо респондентові, завдання інтерв'юера зводяться тільки до контролю за тим, щоб респондент звернув увагу і правильно зрозумів. У разі, коли інформація збирається способом інтерв'ю, усі відповідні ремарки, коментарі та інструкції у тексті бланка анкети адресовані інтерв'юєрові, крім того, зазвичай, в інтерв'ю застосовуються картки з текстом варіантів відповідей на ті запитання, перелік відповідей на які занадто довгий і громіздкий, щоб їх адекватно сприйняти «на слух».

Розміщуючи зміст підготовленої анкети на сторінках бланка, соціолог, зазвичай, стикається із проблемою розташування запитань. Запитання із доданим до нього переліком відповідей повинно міститися на одній сторінці; не можна переносити на іншу сторінку частину варіантів відповідей, залишаючи запитання поза увагою респондента. Часто соціолог буває незадоволеним «малюнком» розташування запитань на сторінках бланка анкети – на одних сторінках «густо», на інших «пусто». У цьому випадку слід урахувати, що респондентові легше сприйняти окреме запитання – його основний смисл і зміст – тоді, коли воно чітко виокремлене на сторінці загального тексту. Чим більші інтервали між окремими пунктами анкети, тим краще. Однак, ураховуючи, що збільшення кількості сторінок одного бланка анкети призводить до багатократного збільшення загальної витрати паперу, варто керуватися таким правилом: якщо виникають проблеми із компактним розміщенням запитань, краще зменшити інтервали між рядками одного запитання, але збільшити їх між пунктами анкети. Загалом же бажано під час

оформлення анкети більше керуватися принципом якості анкети, ніж міркуваннями про користь заощадженого паперу. «Спресована» через заощадження паперу анкета може настільки знизити якість інформації, що значно дешевше було б узагалі не проводити опитування.

Майже кожному соціологу-дослідникові знайоме почуття незадоволення у випадку виявлення помилок і похибок в основному інструменті збору інформації – анкеті, тиражованій сотнями (або й тисячами) примірників. Це й змістові помилки через квапливість і нерозважливість, і суто технічні, що виникли під час підготовки остаточного примірника анкети. Типовість подібної ситуації породжується, з одного боку, певним психологічним законом – ефектом завершеної дії (закінчено основну, творчу частину роботи), з іншого боку, – відсутністю у керівника дослідження технологічної схеми завершення процесу підготовки інструментарію (тим більше, що й у методичній літературі цьому етапу увага практично не приділяється).

Під час складання загального графіка роботи з організації соціологічного дослідження треба керуватися принципом: «НЕ ЗАОЩАДЖУВАТИ ЧАС» на стадії підготовки анкети. Час можна заощаджувати на етапі збору інформації за рахунок великої кількості інтерв'юєрів чи на етапі введення інформації, збільшуючи кількість операторів, але при створенні основного інструмента одержання інформації, заради якої, власне, і виконується велика робота у цілому, тому заощадження тут нерациональне.

Оптимальний термін підготовки інструментарію емпіричного соціологічного дослідження – три-чотири тижні. (Експрес-опитування громадської думки, основною метою якого є оперативний збір інформації щодо реакції населення на певні події, політичні рішення тощо, вимагають підготовки анкети у стисліший термін. Однак у такому разі слід залучити до роботи лише кваліфікованих фахівців, що мають великий практичний досвід підготовки інструментарію).

Приблизний графік роботи над анкетною містить два основних етапи, які, відповідно до особливостей роботи, можуть мати умовну назву – етап «штурму» і етап «облоги».

Перший етап (період «штурму») охоплює дев'ять – десять днів. Тут бажано не гаяти часу даремно і не порушувати досить жорсткого графіку роботи.

Перший день. Керівник на підґрунті програми дослідження складає список тематичних блоків анкети (наприклад, «соціальна напруженість», «політичні установки» тощо) і формулює їх разом із співвиконавцями завдання. Керівник може призначити на цю роботу відповідального виконавця, тоді у подальшому тексті замість керівника слід розуміти відповідального виконавця.

Другий-третій день. Кожний із співвиконавців готує перший варіант запитань зі свого боку, а також запитання, які стосуються соціально-демографічних характеристик (відповідно до гіпотетичних факторів впливу на досліджуване явище). Більше двох днів витратити на підготовку першого варіанта недоцільно. Кількість запитань під час підготовки першого варіанта не треба штучно обмежувати, виходячи з орієнтованого загального обсягу інструментарію. В іншому випадку дослідник може не знайти цікавих варіантів, які спадають на думку не відразу, а в результаті своєрідного «індивідуального мозкового штурму». Евристична цінність останнього саме і зумовлена зняттям первинної стереотипності, яка, звичайно, виявляється на початку роботи при складанні питань. Скорочувати запитання з метою оптимізації загального обсягу анкети краще на наступних стадіях роботи над інструментарієм.

Четвертий день. Технічна підготовка першого варіанта блоків запитань. Бажано забезпечити передрук усіх блоків запитань протягом одного дня, незалежно від загального обсягу роботи. Кількість віддрукованих примірників повинна відповідати кількості виконавців, кожному із яких наприкінці дня керівник передає повний набір блоків запитань. Якщо виконавець один, то він має передати перший примірник колегам, що виконують у цьому випадку роль експертів.

П'ятий день. Співвиконавці доопрацьовують свій блок і конструктивно рецензують решту частин анкети – не тільки роблять зауваження, але й вносять свої пропозиції. Керівник обмірковує структуру анкети – розташування блоків у бланку анкети.

Шостий день. Колектив виконавців збирається для обговорення першого варіанта анкети: обміну редакційними зауваженнями, визначенням кращого варіанта для вимірювання показника досліджуваного явища, відсіву другорядних запитань, пошуку достатніх індикаторів для виміру досліджуваного об'єкта. Особлива увага під час обговорення приділяється віялу відповідей, яке слід оцінювати з урахуванням передбачуваних методів статистичного аналізу одержаної інформації, що нерідко залишається поза увагою дослідників у процесі обговорення інструментарію. Співвиконавець, коли обговорюється його блок запитань, записує усі висловлені до його роботи зауваження та рекомендації, а в кінці обговорення отримує від кожного із колег свій блок із заздалегідь зазначеними зауваженнями.

Сьомий-восьмий день. Доопрацювання блоків запитань з урахуванням зауважень. Керівник доопрацьовує блок соціально-демографічних запитань. У кінці восьмого дня співвиконавці передають доопрацьовані блоки запитань керівникові.

Дев'ятий день. Передрук анкети у цілому. Передруковану і вичитану анкету розмножують у кількості 30-40 примірників. Найбільшою помилкою у підготовці анкети є тиражування первинного варіанта одразу ж після його підготовки.

Після підготовки першого варіанта, власне, і розпочинається розробка інструментарію, придатного для забезпечення дослідника якісною інформацією. У методичній літературі цей етап називається апробацією анкети чи пілотажним дослідженням. Йдеться про мікромодель великомасштабного дослідження, за якою опитуються кілька десятків респондентів, і на підґрунті аналізу їх відповідей уносять корективи до анкети чи до інструкції з опитування.

У зв'язку з тим, що ця робота вимагає додаткових сил, часу, коштів та ресурсів, то дослідники досить часто взагалі відмовляються від цього етапу (щоправда, найчастіше це приховують).

Однак між підвищеними академічними вимогами, що не враховують життєвих реалій, і досить поширеною, нічим не обґрунтованою, що не витримує жодної професійної критики, практикою існує компромісний шлях завершення роботи над інструментарієм. Він зводиться до дотримання таких правил:

1) анкета повинна «влежатися». Перший варіант анкети, навіть якщо він не породжує жодних сумнівів у розробників, не слід одразу ж тиражувати. Потрібен час, щоб виявилися латентні (не завжди усвідомлювані) творчі можливості учасників дослідження, які були ініційовані першим, форсованим етапом роботи. Психологічний механізм творчої роботи такий, що дослідник, навіть завершивши певний етап роботи, усвідомлено чи неусвідомлено повертається до аналізу порушеної проблеми. По-перше, спадають на думку нові редаговані варіанти запитань чи можливих показників, з'являються невраховані чинники тощо. По-друге, перечитуючи ще і ще раз анкету, дослідник може сам виявити помилки, не помічені у процесі підготовки первинного варіанта, коли увага розпорошується і на змістову частину, і на можливість верифікації, і на особливості формулювань, і на порядок запитань та інші елементи роботи над інструментарієм;

2) дослідник має на власні очі побачити «живу» реакцію потенційних респондентів на розроблений інструментарій. Іншими словами, він має сам за підготовленою анкетой опитати кілька чоловік, щоб побачити, як «працюють запитання». У ролі таких респондентів можуть виступати родичі або знайомі. Добре знайомих людей навіть краще опитати на цьому етапі роботи над анкетой, тому що увага респондента у такому разі більше акцентується на запитаннях анкети, а не на незнайомій людині. Добре знайому людину респондент не соромиться перепитати у випадку, коли йому не зрозумілий зміст запитання, або ж зробити якесь критичне зауваження тощо.

За наступного доопрацювання анкети дослідник, природно, не враховуватиме кожне зауваження «людини із вулиці», проте, крім деяких корисних для себе спостережень, він може відзначити певні типові реакції респондентів, що їх слід урахувати або ж у самій анкеті, або в інструкції для інтерв'юерів.

Такі пробні інтерв'ю дають змогу видалити з анкети питання, що «не працюють» і додати напівзакриті питання, якщо у варіативному запитанні варіант «інша відповідь» обирає більше 5% опитуваних. *«Непрацюючими» вважаються запитання, що не дають змоги диференціювати респондентів.* Наприклад, якщо на якесь запитання більше 80% опитуваних дають однакову відповідь. *«Непрацюючим» вважається також запитання, на яке більше ніж половині респондентів буде важко відповісти.*

Крім того, апробуються формулювання, які під час обговорення анкети кількома співвиконавцями здавалися сумнівними з погляду можливості їх сприйняття звичайними людьми. Досить часто попередньо проведені опитування показують: те, що видається занадто складним, на думку самих соціологів, не є складністю для опитуваного, не провокує його негативної реакції;

3) анкета повинна пройти неформальну експертизу. Неформальна експертиза інструментарію колегами-соціологами досить часто буває кориснішою, ніж офіційне обговорення. У процесі офіційного обговорення експерт може, по-перше, з міркувань гуманного характеру не висловлювати усі критичні зауваження; по-друге, не виносити на загальне обговорення речі, що викликають у нього сумніви, хоча він не зовсім упевнений у своїй позиції; по-третє, висловивши свою думку публічно і цілком офіційно, експерт відчуває необхідність її відстоювати навіть тоді, коли під впливом аргументів автора сам уже не досить упевнений у слушності власної позиції. Неформальні ж прохання до колеги подивитися інструментарій і висловити свої зауваження дає змогу експертові висловити усі зауваження і вказати на помічені ним помилки. Звісно, не всі зауваження та пропозиції колег будуть прийнятими, однак у

авторів анкети з'явиться нагода або аргументовано підійти до первинного варіанта анкети, або виправити вказані експертами помилки. Саме тому **Н. Паніна** настійно рекомендує, особливо соціологам-початківцям, «підкладати» анкету колегам, що мають досвід такої роботи.

На цьому етапі роботи над анкетною не варто економити час. «Зайві» один-два тижні роботи «окупляться» гарантуванням усунення усіх можливих помилок і непорозумінь, які обов'язково з'являються на першому етапі через його специфіку, що вимагає багаторівневого розподілу уваги.

На завершальному етапі – переддрукуванні остаточного варіанта – особливу увагу слід приділити вичитуванню (коректурі) тих частин анкети, де до змісту вносилися виправлення.

Навіть з анкетами, підготовленими в оперативному порядку для експрес-опитувань, проведення яких не дає можливості жорсткого дотримання темпорального аспекту технології дослідження, слід «заднім числом» (у період збирання емпіричної інформації) здійснювати цю процедуру, щоб хоча б під час аналізу результатів можна було б враховувати похибки інструментарію.

Використана і рекомендована література

1. Аванесов В. С. Тесты в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1982. – 200 с.
2. Анастаси А. Психологическое тестирование. – М.: Педагогика, 1982. – Кн.1. – 318 с.
3. Бадалян Л. Г., Криворотов В. Ф. Объективность и достоверность данных социологического исследования // Методы социологического исследования. 3-я Всесоюзная конференция. Выпуск IV. – М.: Ин-т социологии АН СССР, 1989. – С. 53 – 56.
4. Батыгин Г. С. Опыт построения типологии социальных показателей образа жизни //Социолог. исслед. – 1977. – №2. – С. 131 – 139.
5. Бурлачук Л. Ф., Морозов С.М. Словарь-справочник по психологической диагностике. – К.: Наук. думка, 1989. – 199 с.

6. Бутенко И. А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. – М.: Высшая школа, 1989. – 176 с.

7. Бутенко И. А. Трудный вопрос // Социолог. исслед. – 1989. – №4. – С. 112 – 117.

8. Волович В. И. Надежность информации в социологическом исследовании. Проблемы методологии и методики. – К.: Наук. думка, 1974. – 135 с.

9. Гильяшева И. Н. Вопросники как метод исследования личности // Методы психологической диагностики и коррекции в клинике. – Л.: Медицина, 1993. – С. 62 – 81.

10. Голофаст В. Б. Континуум опросных методов // Человек социалистического общества и процессы массовой коммуникации. – Л.: Наука, 1981. – С. 105 – 111.

11. Димитров Д. Проблемы достоверности социологической информации // Социолог. исслед. – №1. – С. 186 – 194.

12. Дубин Б. В. Затрудняющиеся с ответом и социокультурная стратификация ответов // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1995. – №3. – С. 30 – 34.

13. Жабский М. И. Возможности, границы и техника опроса // Социолог. исслед. – 1984. – №3. – С. 164 – 172.

14. Жабский М. И. Принципы стандартизированного интервью // Социолог. исслед. – 1985. – №3 – С. 131 – 136.

15. Клайн П. Справочное руководство по конструированию тестов. – К.: ПАН Лтд, 1994. – 283 с.

16. Методы социологического исследования. 3-я Всесоюзная конференция. Выпуск V. – М.: Ин-т социологии АН СССР, 1989. – С. 26 – 29.

17. Маслов О. М. Роль сравнительного анализа при обосновании методики социологического опроса // Методологические и методические проблемы сравнительного анализа в социологических исследованиях. – М.: ИСИ АН СССР, 1982. – Кн.1. – С. 21 – 39.

18. Маслова О. М. Познавательные возможности // Социолог. исслед. – 1984. – №2. – С. – 129 – 138.
19. Методы сбора информации в социологических исследованиях. – Книга 1. Социологический опрос. – М.: Наука, 1990. – С. 64 – 124.
20. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методiku демоскопии. Изд-е 2-е перевод с немецкого. Общ. Редакция, вступ. И заключ. Статья д. филос. н., проф. Н.С. Масурова. – М.: «АВА ЕКСТРА», 1993. – 272 с.
21. Паниотто В. И. Качество социологической информации. – К.: Наук. думка, 1986. – 207 с.
22. Погосян Г. А. Метод интервью и достоверность социологической информации. – Ереван: Изд-во АН Арм. ССР, 1985. – 142 с.
23. Погосян Г. А. Форма вопроса и целевая установка исследователя // Социолог. исслед. – 1983. – №3 – С. 163 – 167.
24. Саганенко Г. И. Надежность результатов социологического исследования. – Л.: Наука, 1983. – 189 с.
25. Саганенко Г. И. Структура эмпирического результата в социологии и проблема его надежности // Социология. М. – 1994. – №3-4. – С. 5 – 22.
26. Садмен С., Бредберн Н., Шварц Н. Как люди отвечают на вопросы. Применение когнитивного анализа в массовых обследованиях. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. – 304 с.
27. Садмен С., Бредберн Н. Как правильно задавать вопросы. Введение в проектирование массовых обследований. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005. – 328 с.
28. Социальные исследования: построение и сравнение показателей. – М.: Наука, 1978. – 319 с.
29. Федоров И. В. Причины пропуска ответов при анкетном опросе // Социолог. исслед. – 1982. – №2. – С. 185 – 189.
30. Шляпентох В. Э. Проблемы достоверности статистической информации в социологических исследованиях. – М.: Статистика, 1973. – 144 с.

31. Шуман Г., Прессер С. Открытый и закрытый вопрос//Социолог. исслед. – 1982. – №3. – С. 145 – 156.

32. Ядов В. А. Базовое интервью // Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. – Л.: Наука, 1979. – С. 209 – 216.

Глосарій (словник термінів)

Відкрите запитання – запитання, у якому автор не пропонує респондентові набір підготовлених відповідей, а залишає місце для вільної відповіді у довільній формі.

Закрите запитання – запитання, у якому респондент має вибрати один чи кілька варіантів із набору підготовлених відповідей.

Запитання-фільтр – запитання, що відсіває тих респондентів, яких не стосується наступне запитання.

Напівзакрите запитання – запитання, у якому респондент може не тільки вибрати відповіді з набору підготовлених, але й запропонувати свій варіант, якщо його не влаштовують відповіді з підготовленого набору.

Пілотажне дослідження – найпростіша модель соціологічного дослідження, зазвичай застосовується як попередній етап великомасштабного дослідження, за якого опитується кілька десятків респондентів, і на підґрунті аналізу їх відповідей вносяться корективи чи до анкети, чи до інструкції з опитування.

Помилки формулювань – формулювання запитань, що призводять до викривлень інформації (невизначеність понять, некоректність, неповнота множинності тощо).

Стандартизований опитувальний аркуш (анкета) – інструмент збору соціологічної інформації, що відповідає таким вимогам: 1) кожне із запитань анкети пропонується усім без винятку респондентам в одному і тому ж формулюванні; 2) визначено суворий порядок постановки запитань, кожне з яких має свій фіксований номер; 3) до кожного із змістових запитань додається перелік фіксованих відповідей.

? Контрольні запитання

1. Назвіть способи перевірки валідності.
2. У чому полягає вимога однозначності запитань анкети?
3. Коротко охарактеризуйте основні помилки формулювань.
4. Наведіть приклад тенденційності запитань.
5. У чому полягає значення запитань-фільтрів ?
6. Назвіть переваги та недоліки відкритих запитань.

✍ Теми ІНДЗ

1. Різновиди запитань соціально-демографічного блоку.
2. Помилка формулювання віяла відповідей.
3. Порівняльний аналіз відкритих і закритих запитань.
4. Вимоги до оформлення анкети емпіричного соціологічного дослідження.
5. Особливості проведення пілотажного дослідження.

ТЕМА 4. ВИБІРКОВЕ ОПИТУВАННЯ. ТИПИ І ПРОЦЕДУРИ ВІДБОРУ

План

1. Для чого потрібна вибірка.
2. Основні поняття і сутність вибіркового методу.
3. Типи і методи вибірки.
4. Методи ймовірнісної (випадкової) вибірки.
5. Методи невідповідної (не ймовірнісної) вибірки.
6. Багатоступенева вибірка.
7. Ідеальні та реальні сукупності.
8. Розрахунок обсягу вибірки.
9. Помилка вибірки.
10. Контроль і ремонт вибірки.
11. Паспортичка вибірки.
12. Репрезентативність.

Досвід практичної роботи переконує – абсолютна більшість досліджень у соціології є не суцільними, а вибірковими. Це означає, що з великої групи людей – носія характеристик досліджуваного явища, за чітко визначеними та суворо дотримуваними правилами відбирають меншу групу. Атрибутивною вимогою до цієї групи є відображення нею соціально-демографічних характеристик структури групи, яка є носієм характеристик досліджуваного явища. За соціологічними традиціями, велику групу, яка є носієм характеристик досліджуваного явища, називають генеральною сукупністю. Відповідно, група, відібрана зі складу генеральної сукупності, дістала назву сукупності вибіркової, або вибірки.

За своїми сутнісними характеристиками вибірконе дослідження є способом систематичного збору даних про поведінку, ціннісні орієнтації людей шляхом проведення опитування спеціально відібраної групи респондентів, які надають інформацію щодо себе і своїх оцінок. Вибіркове опитування менш

затратне порівняно з суцільним опитуванням і водночас не менш надійне. Тут потрібно відзначити, що вибіркове дослідження вимагає від організатора високого рівня професійності, застосування складних методик і технік.

1. Для чого потрібна вибірка.

Правильна вибірка – запорука і необхідна передумова будь-якого опитування, звісно, якщо це не загальнодержавний перепис населення. У тому разі, коли організатор дослідження неправильно сформував вибіркову сукупність, тобто групу людей, яку він має намір опитувати, результати його роботи апріорі будуть помилковими, а тому марними.

Чому нерационально, а досить часто і практично неможливо опитати усіх людей, які складають генеральну сукупність? Можна приблизно порахувати, скільки коштуватиме суцільне опитування у місті, чисельність жителів якого складає, наприклад, 200 000 чоловік. Почати розрахунок слід із того, що один анкетер (інтерв'юер) у змозі опитати не більше трьох людей за годину. За умов семигодинного робочого дня це складе 21 особу. Простий підрахунок доводить, – одному інтерв'юеру для того, щоб опитати усіх представників генеральної сукупності, потрібно працювати 9523 дні. Десятьом інтерв'юерам для опитування потрібно було б витратити 952 дні. Відповідно, сотні інтерв'юерів – 95 днів. 1000 інтерв'юерів опитала б потрібну кількість жителів міста за 9,5 днів. Проблема тут полягає у тому, що організатори емпіричного соціологічного дослідження ніколи не мають ні такої великої кількості інтерв'юерів, ні вказаного відрізка часу для його проведення, ні коштів для оплати праці інтерв'юерів.

Як бачимо, вибіркове опитування порівняно з суцільним має беззаперечні переваги. Цей метод збирання первинного соціологічного матеріалу скорочує обсяг роботи, економить час та кошти і водночас забезпечує організатора достовірною, глибокою, сутнісною інформацією, але тільки у тому разі, коли, безумовно, дотримуються правила проведення вибіркового дослідження.

Досвід переконує – правильно сформована вибірка адекватно відбиває або репрезентує (від латинського *represent* – представляю) структуру і стан генеральної сукупності. Однак, *повного збігу вибірових вимірів із вимірами генеральної сукупності, зазвичай, не буває. Ця розбіжність і є вадю вибірового методу порівняно з методом суцільного описування.*

У зв'язку з неповним відображенням вибірковою сукупністю статистичних характеристик (вимірів) генеральної сукупності, перед дослідником постає важливе завдання: по-перше, врахувати ті умови, за яких вибірка найповніше репрезентує генеральну сукупність і дотримуватися їх, а по-друге, у кожному конкретному випадку з'ясувати, з якою впевненістю можна переносити результати вибірового дослідження на всю генеральну сукупність, ту, з якої вона вилучена.

Репрезентативність вибірки залежить від певної множини передумов, перш за все від того, як вона здійснюється – цілеспрямовано, тобто за попередньо розробленою схемою, або ж шляхом нецілеспрямованого відбору елементів із генеральної сукупності. За будь-яких обставин вибірка має бути *типовою* і цілком *об'єктивною*. Ці вимоги мають виконуватися неухильно, як найважливіші умови репрезентативності вибірки. Перш ніж обробляти вибіровий матеріал, його потрібно старанно перевірити і звільнити вибірку від усього зайвого, того, що порушує умови репрезентативності. Водночас, формуючи вибірку, забороняється на власний розсуд уводити до її складу тільки ті одиниці спостереження, які здаються типовими, а решту вибракувати. Якісна вибірка мусить бути об'єктивною, тобто формуватися без упередженого ставлення, уникати будь-якого суб'єктивного впливу на її склад. На виконання цієї умови спрямовується принцип *рандомізації* (від англійського *randomization*), або випадкового відбору елементів із генеральної сукупності. Цей принцип закладено в основу теорії вибірового методу і повинен дотримуватися у кожному разі формування репрезентативної вибірової сукупності. Тут не можуть бути винятком і випадки цілеспрямованого чи нецілеспрямованого відбору.

2. Основні поняття і сутність вибіркового методу.

У процесі формування соціологічної вибірки використовується велика кількість спеціальних термінів, зокрема і найважливіші – генеральна та вибіркова сукупності. Сукупність, яка є носієм вимірів досліджуваного явища чи процесу, називається *генеральною*, а відібрана з генеральної сукупності певна частина її представників має назву *вибірка*, або вибіркова сукупність. Обсяг генеральної сукупності позначається символом N , а обсяг вибіркової сукупності – n . Зазвичай ці символи розміщені в заголовковій таблиці, зробленої за результатами аналізу даних, або у кінці таблиці.

До *генеральної сукупності* відносяться усі ті, хто є носіями вимірів, характеристик явища, яке вивчається. Цією групою людей може бути, наприклад, усе населення держави. В англійській літературі для позначення генеральної сукупності часто застосовують термін «популяція» (*population*) – він має два значення. Перше – це усі ті люди, на яких поширюються отримані у дослідженні висновки, на яких спрямовується науковий інтерес. В англійських джерелах це «*population of interest*».

Друге значення – список людей, на підґрунті якого згодом формується вибіркова сукупність. Їх називають одиницями спостереження. Ці люди вважаються елементами генеральної сукупності. Список одиниць спостереження, який нумерується із використанням таблиці випадкових чисел, спеціальної назви немає.

Вибіркою називається сукупність елементів структури об'єкта соціологічного дослідження, який підлягає безпосередньому вивченню. Поняття вибірки в статистиці і в соціології має два значення.

- Вибірка (як результат дії) – представницька частина генеральної сукупності, у якій закон розподілу ознаки відповідає закону розподілу цієї ознаки в генеральній сукупності.

- Вибірка (як спосіб або процес дії) – спосіб відбору об'єктів генеральної сукупності у вибірку. Вибірка має найкращим чином репрезентувати об'єкт дослідження (генеральну сукупність).

Вибіркова сукупність – зменшена модель генеральної сукупності. Іншими словами, це множина людей, яку за певною програмою опитують. У вибірку, або вибірку сукупність, входять тільки ті, кого дослідник має намір опитати безпосередньо. Уявімо, наприклад, що предметом дослідження є економічна активність пенсіонерів. Усі пенсіонери – люди поважного віку, починаючи із 60 років, складатимуть генеральну сукупність. За спеціальними формулами соціолог розрахував, що йому достатньо опитати 2,5 тисячі пенсіонерів. Це і є вибірка сукупність. Основне правило формування вибіркової сукупності формулюється так: *кожен елемент генеральної сукупності мусить мати однакові шанси потрапити у вибірку*. Як цього домогтися? Найперше, потрібно знати якомога більше властивостей, або вимірів генеральної сукупності. Це може бути, наприклад, розбіжність у віці, прибутках, національності, місцях проживання респондентів. Розбіжність респондентів у віці називається *варіацією*, конкретні показники віку – значеннями, а сукупність усіх значень утворює перемінну.

Таким чином, перемінна «вік» має значення від 0 до 70 (середня тривалість життя) і більше років. Значення групуються в інтервали: 0-5, 6-10, 11-15 років тощо. Їх можна групувати й іншим чином, усе залежить від мети дослідження.

Населення держави, нація або інша велика соціальна група відносно рідко є генеральною сукупністю. Зазвичай, в емпіричних соціологічних дослідженнях соціолога цікавлять окремі проблеми. Такими можуть бути, наприклад, зростання кількості розлучень серед молодих сімей у великих містах або зацікавленість в інвестиційній діяльності серед представників середнього класу столиці. Розлучення й інвестиційна діяльність – це ті теми, які цікавлять конкретного дослідника на даний момент. Усі ці люди (молоді сім'ї, середній клас), залучені до названого процесу, або ті, хто бере участь у даній події,

називаються *групою інтересу*. Такі групи можуть нараховувати сотні тисяч чи навіть десятки мільйонів чоловік. Вони складають початкову популяцію або генеральну сукупність, із неї соціолог формує вибірку сукупність і опитує її представників. Отже, сукупність людей, на яку поширюються висновки за результатами опитування вибірки, називають генеральною сукупністю, популяцією, групою інтересу (така назва пояснюється спрямованістю теоретичного пошуку ученого).

Кого саме віднести до генеральної сукупності, визначає мета дослідження, а тих, хто увійде до вибіркової сукупності, визначають математичні методи. Якщо соціолог має намір вивчити національно-визвольну війну України проти московських окупантів та їх колаборантів, що розпочалася в 2014 р., з позицій українських фронтовиків, то до генеральної сукупності будуть віднесені усі учасники бойових дій, які захищали Україну. Усі без винятку фронтовики, які брали участь у цій війні, є носіями певної сукупності вимірів, що цікавлять дослідника. Із метою економії коштів, праці, скорочення часу на опитування та водночас забезпечення достовірності досліджуваних характеристик можна опитувати не всіх фронтовиків, а тільки певну частину з них. Ця відібрана із групи носіїв вимірів явища спільнота і є вибірковою сукупністю. Для того, щоб вибірка адекватно відображала генеральну сукупність, науковець неухильно дотримується правила: кожен воїн, учасник цієї війни, незалежно від місця проживання, місця роботи, стану здоров'я або інших обставин, які, можливо, ускладнюють його пошук, повинен мати однакову ймовірність потрапити до вибіркової сукупності.

Сутність вибіркового методу полягає у тому, щоб за властивостями частини (вибірки) скласти правильне уявлення про характеристики цілого (генеральної сукупності). За окремими групами елементів – про їх загальну сукупність, яка іноді уявляється як безмежно велика. Основу вибіркового методу складає той внутрішній зв'язок, який існує в популяціях між одиничним і загальним, частиною і цілим.

Репрезентативною вибіркою в соціології вважається така вибіркова сукупність, в якій важливі для дослідження виміри генеральної сукупності збігаються (представлені такою ж пропорцією або з такою ж частотою) з такими ж характеристиками генеральної сукупності. Тільки для цього типу вибірки результати дослідження частини одиниць (об'єктів) можна поширити на всю генеральну сукупність. Необхідна умова побудови репрезентативної вибірки – наявність інформації про генеральну сукупність. Тобто, або повний список одиниць (суб'єктів) генеральної сукупності, або інформація про структуру, характеристики, які істотно впливають на ставлення до предмета дослідження.

Під репрезентативністю в соціології розуміють такі властивості вибірки, які дозволяють їй бути на момент опитування моделлю, представником генеральної сукупності. Іншими словами, репрезентативна вибірка є своєрідним мікрокосмом, меншою за розмірами точною моделлю генеральної сукупності, яку вона повинна відображати (за значущими для дослідження вимірами). Настільки, наскільки вибірка є репрезентативною, висновки, зроблені на підґрунті її вивчення, можна застосовувати відносно до сукупності генеральної. Таке поширення у західній соціології позначається терміном «генералізація».

Репрезентативним вважається таке дослідження, в якому відхилення важливих для дослідника (контрольних) вимірів вибіркової сукупності від вимірів генеральної сукупності не перевищує 5%. Практика роботи соціологів дозволяє з достатнім ступенем надійності проводити репрезентативні опитування, керуючись елементарними правилами. У разі розвідувального опитування, тобто не чисельної генеральної сукупності (наприклад, у межах факультету чисельністю до 100-250 чоловік), репрезентативним буде суцільне анкетування. У масштабах університету досить буде опитати 25% від загальної кількості студентів.

Як тільки соціолог визначиться із тим, кого хоче опитувати, він таким чином визначається з основою вибірки. Після цього вирішується питання щодо типу вибірки.

Типами вибірки називаються основні різновиди статистичної вибірки: випадкова (ймовірнісна) і невипадкова (цілеспрямована). Поряд із терміном «тип вибірки» застосовуються також терміни «вид» та «різновид». Тип вибірки розкриває спосіб, яким люди потрапляють до вибіркової сукупності, *обсяг вибірки* розповідає про те, яка кількість людей потрапила до вибірки.

Методом вибірки називається спосіб побудови того типу вибірки, назву якого цей метод має, наприклад, метод ймовірнісної вибірки. У соціології методом називається основний спосіб збирання, обробки або аналізу даних; правила і процедури, за допомогою яких встановлюється зв'язок між фактами, гіпотезами і теоріями. Для кожного типу вибірки розроблено власний математичний апарат і процедура. Наприклад, у простій випадковій вибірці усі елементи зі списку людей, які складають підґрунтя вибірки, пронумеровуються і за допомогою таблиці випадкових чисел із них відбирається шукана сукупність.

Для забезпечення репрезентативності потрібен повний і точний перелік одиниць вибіркової сукупності. Такий перелік утворює основу вибірки. Елементи, призначені для відбору, називаються *одиницями відбору*. Елемент генеральної сукупності, з якого безпосередньо проводиться збір інформації, називається *одиницею спостереження*. Зазвичай, одиниця спостереження – це окрема людина. Відбір зі списку найкраще здійснювати, нумеруючи одиниці та використовуючи таблицю випадкових чисел, хоча досить часто застосовують і квазівипадковий метод, коли з переліку береться кожний n -ий елемент. Якщо основа вибірки включає список одиниць відбору, то структура вибірки передбачає їх групування, яке відображає відсотковий розподіл генеральної сукупності за якимись важливими ознаками. Ними можуть бути, наприклад, професія, кваліфікація, стать, вік тощо.

Структура вибірки – відсоткові пропорції ознак об'єкта, на підґрунті яких формується вибіркова сукупність. Якщо у генеральній сукупності важливі для дослідження вікові виміри складають, наприклад, 30% молоді, 50% людей середнього віку і 20% поважного віку, то у вибірковій сукупності потрібно

витримати ці ж відсоткові пропорції. До вікових вимірів можуть додаватися, наприклад, освіта, стать, професія, національність тощо. Для кожної ознаки встановлюються конкретні відсоткові пропорції як у генеральній, так і у вибірковій сукупності. Розбіжність структури двох сукупностей тягне за собою помилку репрезентативності. Отже, структура вибірки – це відсоткові пропорції ознак об'єкта, на підґрунті яких формується вибіркова сукупність.

Якщо тип вибірки розкриває те, яким чином люди потрапляють у вибіркову сукупність, то *обсяг вибірки* повідомляє про те, яка їх кількість потрапила до вибірки. У програмі емпіричного дослідження старанно описується проект вибірки, у подальшому він може уточнюватися. У проекті вибірки вказуються принципи виокремлення з об'єкта тієї сукупності людей (або інших джерел інформації), які в подальшому будуть охоплені опитуванням; обґрунтовується техніка проведення опитування; вказуються підходи до визначення достовірності отриманої інформації (це необхідно для того, щоб переконатися в рівневі правочинності поширення отриманих висновків на увесь об'єкт дослідження).

Формування вибірки – процес відбору одиниць (людей, організацій тощо) із генеральної сукупності з такою умовою, щоб, провівши своє дослідження, учений міг узагальнити отримані результати знову на всю генеральну сукупність, із якої здійснювалася вибірка. Формування вибірки – достатньо складна процедура – це послідовність чітко визначеної множини дій і етапів, на кожному з яких організатор може припуститися помилки. Помилка на початкових етапах примножує їх кількість на усіх наступних, збільшує кількість перекрученої інформації, паралізуючи дослідження, зводячи його цінність до нуля. Вервечка помилок, зроблених дослідником, або тільки одна з них називається систематичною помилкою.

Наприклад, навіть у тому разі, коли генеральна сукупність чітко визначена, іноді досить складно встановити, яка саме кількість людей її складає. Або інше – соціолог установив загальну чисельність генеральної сукупності, але він не може скласти список осіб, які представляють основу

вибіркової сукупності. Якщо і ця складність усунута, з'являється нова: із списку тих, хто підлягає опитуванню, далеко не всі доступні для опитування. Якщо усі респонденти готові до опитування, то і в цьому випадку ніхто не може гарантувати, що в останню хвилину вони не відмовляться, дадуть достовірну інформацію, що на їх думку ніхто і ніщо не вплине тощо. Отже, соціологічне опитування перетворюється в ризиковий бізнес, у якому дослідника підстерігає багато складнощів, несподіванок і неприємностей. Важливо розуміти, що у цій справі вкрай необхідна воля для подолання труднощів.

Найвищою пробою професійності виконаної роботи є та обставина, що соціолог із однієї і тієї ж генеральної сукупності може сформувати дві або три вибірки, які, будучи різними за складом респондентів, показують однаковий статистичний розподіл відповідей. Якщо у першій вибірці від 60 до 70 відсотків респондентів не задоволені працею, то і в трьох інших відсоток незадоволених працею має бути аналогічним. Якщо це так, тоді вибірка сформована правильно.

У практиці емпіричних досліджень широко застосовується поняття цільової вибірки. Цільові вибірки – групи фізичних або юридичних осіб, атрибутом яких є один або кілька критеріїв, установлених дослідником у часі організації дослідження. Респонденти у цільову групу відбираються за допомогою запитань-фільтрів, які й забезпечують можливість визначення відповідності цим критеріям. Наприклад, у дослідженні критерієм відбору в цільову вибірку може бути рівень прибутків індивідів більше 5 тис. грн., застосування комп'ютера не рідше, ніж тричі на тиждень, наявність удома побутової техніки певної марки. Критерії відбору визначаються метою дослідження.

Вибірка в кількісному і якісному дослідженнях вибудовується на протилежних принципах. У першому випадку вона є статистичною і заснована на пошукові гомогенної групи респондентів, виміри яких збігаються за головними ознаками (наприклад, вік, стать, освіта). У другому – прагнуть знайти несхожих людей, сформувати групу гетерогенною; вибір нового

респондента, об'єкта або ситуації відбувається за принципом їх протиставлення та варіативності. Уникаючи однорідності (гомогенності) вибіркової сукупності, учені таким чином намагаються відобразити якомога більше аспектів досліджуваного явища, висвітлити його багатогранно забезпечуючи комплексне і різнопланове вивчення. Вибірка в якісному дослідженні називається теоретичною.

Чисельність вибіркової сукупності тут варіюється в діапазоні від 20 до 50 одиниць. Чітких кількісних параметрів не існує – вони визначаються метою дослідження. Хоча негласно соціологи застосовують певну верхню межу – поріг насичення, який досягається тоді, коли кожне наступне інтерв'ю не привносить у досліджуване явище жодної різноманітності, повторюючи дані попередніх опитувань.

Це не тільки поріг насичення, але і місце розбіжності двох стратегій. Представники кількісної методології задоволені тим, що кожне наступне інтерв'ю починає повторювати попереднє, тоді для них відкриваються захопливі перспективи. Може бути зафіксована поява тенденції, а можливо, і статистичної закономірності, а для представників якісної соціології тенденції і статистика не потрібні, бо вони вишукують розбіжність, різноманітність, неповторність.

3. Типи і методи вибірки.

У соціології сформувалася традиція відсутності чіткої класифікації типів вибірки і методів її отримання. У посібниках зустрічаються різні назви одного і того ж типу вибірки. Доводиться констатувати спільність поглядів на критерії диференціації вибірок на головні та другорядні типи тощо. Нижче наведено погляди на порядок формування вибірових сукупностей провідними соціологами. Російський соціолог **В. Ядов** вирізняє: 1) репрезентативну статистичну, 2) цільову аналітичну вибірки. У чисельно незначних генеральних сукупностях застосовується один із різновидів першого типу – випадкова

безповоротна вибірка, у великих генеральних сукупностях використовують районований багатоступеневий відбір.

Інший російський соціолог **Г. Соколова** розрізняє такі методи формування вибіркової сукупності: а) метод типових окремих випадків, його ще називають монографічним; б) статистичні вибіркові методи. Статистичні розмежовуються на дві основні групи: цільовий (невипадковий) і випадковий (ймовірнісний) відбір. Цільовий вибір також диференціюється на цілеспрямований та вибір за квотами. Квотна вибірка будується як модель, яка відтворює структуру генеральної сукупності у формі квот (пропорцій) розподілу досліджуваних вимірів. У цілеспрямованій вибірці з генеральної сукупності відбираються типові елементи для того, щоб таким чином отримати зменшену модель генеральної сукупності. Випадковий (ймовірнісний) відбір розрізняється на випадковий вибір прошарками (районування), відбір гніздами (серійний).

Український соціолог **М. Чурилов** пропонує типологію вибірки, яку, з певними обмовками, можна вважати найпоширенішою в українській соціології. До випадкових вибірок він відносить: 1) ймовірнісну, 2) систематичну, 3) районовану (стратифікаційну), 4) гніздову. А до невідповідних – 1) «стихійну», 2) квотну, 3) метод «основного масиву». Сюди також слід віднести метод «снігової кулі».

Естонський соціолог **Г. Сіласте** пропонує іншу класифікацію. Вона поділяє вибірки на ймовірну (випадкову) і цілеспрямовану. До першої належить чотири методи: 1) власне випадковий відбір (для генеральної сукупності чисельність якої не перевищує 800 одиниць); 2) механічна вибірка; 3) серійна вибірка; 4) гніздова вибірка. До другої належать: 1) репрезентативна, 2) квотна, 3) стихійна вибірка (мал.. 2.1)

У статистичній науці, залежно від способу відбору, розрізняють вибірки таких типів:

- 1) випадкова вибірка з поверненням;
- 2) випадкова вибірка без повернення;

- 3) механічна;
- 4) типова;
- 5) серійна.

У маркетингових дослідженнях, на переконання **Є. Голубкова**, для формування вибірки застосовують ймовірнісні (випадкові) і не ймовірнісні (не випадкові) методи. Якщо всі одиниці мають певну можливість потрапити до вибірки, то вибірка називається ймовірнісною. Якщо ця ймовірність невідома, то вибірка називається не ймовірнісною. Ймовірнісні методи включають: звичайний випадковий відбір, систематичний відбір, кластерний відбір та стратифікаційний відбір. Звичайний випадковий відбір може здійснюватися за допомогою таких методів: формування вибірки «всліпу», за допомогою таблиці випадкових чисел.



Рис. 2.1. Виды выборочных совокупностей (выборок), применимых для социологического исследования финансово-банковской сферы

Узагальнивши наведені інтерпретації, можна стверджувати, що в усіх випадках типи вибірки розрізняються на ймовірнісні (випадкові) та не ймовірнісні (не випадкові, цільові, цілеспрямовані). Тут важливо відзначити, що «чисті» типи вибірок – швидше винятки, ніж правило. Наприклад, випадкову безповоротну вибірку, безсумнівно, слід віднести до першого типу, а

квотна найповніше характеризує переваги і вади другого, ймовірнісного типу. Набагато більше таких видів і методів вибірки, які є змішаними. Їх можна віднести і до першого, і до другого типу або тільки до якогось одного з них. Помилки не буде у тому разі, якщо придумати якийсь третій тип, назвати його, наприклад, комбінованим і віднести до нього змішані види. Їх особливість полягає у тому, що ймовірнісні методи відбору тут присутні тільки частково – на одному з етапів, у порушеному вигляді (зміщена вибірка), в одному з елементів або процедурі відбору. Їх вадою є те, що репрезентативність отриманої інформації знаходиться під питанням, викликає сумнів. Це зовсім не означає, що змішані типи вибірки завжди не репрезентативні. Вони можуть бути як репрезентативними так і не репрезентативними. Тому однозначно відносити їх до не репрезентативних буде помилкою. У них складно встановити репрезентативність, застосовуючи класичні статистичні процедури. Однак із часом наука може відкрити нові, нетрадиційні способи визначення репрезентативності даних.

Короткий опис проблем типології вибірових методів передбачає перехід до характеристик найпоширеніших серед них.

4. Методи ймовірнісної (випадкової) вибірки.

Випадкова (ймовірнісна) *вибірка* – це вибірка, для якої кожен елемент генеральної сукупності має певну, попередньо визначену ймовірність бути відібраним. У такому разі з'являється можливість розрахувати, наскільки правильно вибірка відображає генеральну сукупність, з якої вона відібрана (спроєктована). Таку вибірку іноді називають *випадковою*.

Ймовірнісні методи включають:

- простий звичайний відбір,
- систематичний відбір,
- кластерний відбір,
- стратифікаційний відбір.

Реалізувати випадкову вибірку можна двома шляхами: лотерейним методом або за допомогою таблиці випадкових чисел. За допомогою випадкової вибірки будується переважна більшість телефонних опитувань та опитувань на підґрунті виборчих списків. Для побудови такої вибірки необхідно мати список усіх елементів генеральної сукупності.

Звичайний випадковий відбір.

Звичайний випадковий відбір передбачає, що ймовірність бути включеним до вибірки відома і є однаковою для усіх одиниць сукупності. Такий відбір здійснюється двома методами:

- відбором всліпу (інша назва – метод лотереї або жеребкування),
- відбір не всліпу (відбувається за допомогою таблиці випадкових чисел).

Це означає, що у першому випадку відбір здійснюється «не дивлячись», у другому – усвідомлено, але для того, щоб унеможливити суб'єктивізм, застосовуються таблиці випадкових чисел. Крім того, звичайний випадковий відбір розбивається на два різновиди уже за іншим критерієм, а саме – повернення або не повернення лотерейної кулі (замість неї може бути прізвище респондента) до корзини. У такому випадку виокремлюють:

- випадковий повторний (із поверненням) відбір,
- випадковий безповторний (без повернення) відбір.

У чому подібність та відмінність цих двох класифікацій? У першому випадку – наосліп, не наосліп – дослідник може бачити процес здійснення відбору, хоча жодним чином не може втрутитись у його перебіг (якщо відбір чиниться наосліп), або відбір здійснюють не його руки, витягуючи з корзини кулю, а таблиця випадкових чисел. У другому випадку – повторний/безповторний – справа полягає не в дослідникові (якщо відбір здійснюється наосліп), а в лотерейній кулі, яку або повертають для нового вибору, або не повертають і продовжують процес без неї.

Поєднавши обидва поділи простого звичайного методу в декартівську систему координат, отримаємо чотири модальності (мал.. 2.2)



Рис. 2.2. Четыре модальности простого случайного отбора

Тут потрібно застерегти, що отримана схема не є в однозначному розумінні зображенням логічного квадрату, за допомогою якого, зазвичай, доводять відносини сумісності, еквівалентності, протилежності (контрастності), часткової сумісності (субконтрастності), підпорядкування і суперечності суджень. У поданій схемі тільки деякі квадрати пропонують новий тип випадкового відбору або свідчать про те, що така комбінація дій можлива. У випадку застосування методу вибірки наосліп, одиниці генеральної сукупності (прізвища, назви або просто номери зі списку) можна вносити до карток, а картки перемішати та помістити в якусь непрозору урну. Із неї хтось, не дивлячись, дістає таку кількість карток, яка визначається обсягом вибірки. Після того, як картку дістали з урни та зареєстрували, її можна повернути до урни, а можна і не повертати. У першому випадку йдеться про повторний, в другому – про безповторний відбір. Їх комбінація дає два квадрати, які мають реальний зміст: можна наосліп вибирати з корзини кулі й повертати їх для нового відбору, а можна і складати їх деінде. Однак вибірка не наосліп передбачає застосування таблиці випадкових чисел. Повернути до неї вибраний номер неможливо, тому утворені на цій осі квадрати не є реальними.

Пропонована схема виконує швидше мнемонічну функцію, допомагає краще запам'ятати матеріал. Вона придумана для того, щоб унести певну ясність до типології різновидів звичайного випадкового відбору.

Ймовірнісну вибірку доцільно застосовувати тільки за наявності відповідних передумов. *Перша* – наявність повного списку усіх елементів генеральної сукупності (його відсутність або недоступність найчастіше унеможлиблюють її застосування) від 1 до N , де N – загальна кількість усіх елементів. Якщо ж такий список є, то здійснюється нумерація, після чого можна застосовувати описані попередньо методики. У разі застосування лотерейного методу (або методу жеребкування), картки з номерами усіх елементів кладуть до урни, старанно перемішують і дістають послідовно n карток, де n – кількість елементів вибіркової сукупності. Елементи генеральної сукупності, які мають номери на витягнутих кульках, складатимуть вибірку сукупності. Це досить трудомістка і тривала (у разі значних розмірів вибірки) операція. Процедура старанного перемішування карток повторюється після кожного витягування однієї з них для забезпечення однакової можливості відбору.

Друга умова ймовірнісної вибірки – якісна перемішаність елементів генеральної сукупності. Тільки коли картки постійно добре перемішані, вони мають однакову можливість потрапити до вибірки. Часто для утворення випадкової вибірки елементи генеральної сукупності попередньо нумеруються, а кожен номер записується на окремій картці. Таким чином утворюється купа карток, кількість яких збігається з обсягом генеральної сукупності. Після старанного перемішування з цієї купки беруть по одній картці. Об'єкт (респондент), який має однаковий номер з картою, потрапляє до вибірки. Тут можливі два принципово різні способи утворення вибіркової сукупності. Перший – витягнута картка після фіксації її номера повертається до купки, після чого картки знову старанно перемішуються. Повторюючи такі відбори за однією картою, можна отримати вибірку сукупності будь-якого обсягу. Вибіркова сукупність, утворена таким чином називається *випадковою*

повторною вибіркою. Другий – кожна витягнута картка після її запису не повертається. Така вибірка називається випадковою неповторною вибіркою. Вона можлива тільки тоді, коли зі старанно перемішаних карток відберуть потрібну їх кількість.

Варто відзначити, що різниця випадкової вибірки з поверненням і без повернення нівелюється, якщо вони складають незначну частину більшої генеральної сукупності. Однак за великого обсягу генеральної сукупності цей метод виявляється невиправдано трудомістким, а тому тут набагато зручніше користуватися таблицею випадкових чисел. Її застосування ефективно у випадку формування рівно ймовірнісної вибірки з великих сукупностей. Фрагмент такої таблиці показано в таб. 2.1.

Таблиця 2.1

37	52	35	15	04	80
21	28	31	42	46	72
07	99	95	64	13	06
10	16	69	93	39	08
00	84	65	56	09	29

У таблицях випадкових чисел усі числа внесені до таблиці випадковим чином. Одиницям сукупності надаються порядкові номери. У таблиці обирають будь-який початок відліку i , рухаючись у довільному напрямку, відбирають необхідну кількість номерів із тих, що були присвоєні попередньо встановленому обсягові вибірки. Наприклад, якщо з популяції (тобто генеральної сукупності) в 1507 осіб потрібно спроектувати вибірку в 150 осіб, можна вибирати будь-які чотири суміжні стовбці в таблиці випадкових чисел. Кожного разу, коли з'являтиметься цифра від 0001 до 1507, вважатимемо, що ним позначено номер особи, яка відбирається. Якщо цифра з'являється більше ніж один раз, вона ігнорується після першого разу. Почавши відлік із перших чотирьох стовбців у таб. 2.1, спускаючись стовбцями, до вибірки будуть внесені особи, позначені номерами 0799, 1016, 00084, 480 і 1306. У зв'язку з тим, що

тут немає потреби умисно знайти певну цифру, відлік можна починати з будь-якого місця таблиці і застосовувати будь-яку систему руху таблицею.

Сьогодні таблицю випадкових чисел можуть замінити сучасні електронні помічники, наприклад, комп'ютер, оснащений спеціальною програмою. Їх називають генераторами випадкових чисел. За телефонного інтерв'ювання комп'ютер, оснащений програмою генерування випадкових чисел, може зображувати на екрані випадково відібрані телефонні номери.

Систематичний відбір.

Систематичний відбір вважається другим за науковою значущістю, але першим за популярністю застосування видом звичайного випадкового відбору. Його ще називають механічним відбором і трактують спрощеним варіантом випадкового відбору. Зразком цього виду відбору можна розглядати квартирні вибірки: відбираються вулиці, де інтерв'юер проводить квартирне опитування. Квартири відбираються за певною схемою (наприклад, крайня квартира праворуч від східців на найвищому поверсі першого під'їзду тощо).

Якщо поруч немає таблиці випадкових чисел і генеральна сукупність відносно невелика, то можна скористатися алфавітним списком, наприклад, працівників підприємства (картотека завше є у відділі кадрів) або виборчої дільниці (у разі опитування за місцем проживання). Процедура систематичного відбору не складна: кількість одиниць генеральної сукупності, наприклад, 2000 працівників підприємства, ділиться на кількість анкет, наприклад, 200, і визначається *крок вибірки*. Він передбачає, що, починаючи із будь якого номера у списку, опитується кожен десятий ($2000:200=10$). Формалізовано ця процедура виконується так. Із пронумерованого списку через рівні інтервали k відбирається задана кількість респондентів. У такому випадку крок вибірки k розраховується за формулою:

$$k = \frac{N}{n},$$

де N – чисельність генеральної сукупності, n – чисельність вибіркової сукупності. Отже, крок вибірки, його ще називають «інтервалом», – це математичний показник, розрахований як відношення обсягу генеральної сукупності до обсягу вибірки. Він показує, скільки номерів у списку прізвищ людей, які увійшли у генеральну сукупність, потрібно пропустити (через яку кількість переступити), щоб у результаті отримати список вибіркової сукупності. Буквально крок вибірки означає відстань між сусідніми прізвищами респондентів, виміряну кількістю відбракованих прізвищ зі списку генеральної сукупності (мал. 2.3)

Інший приклад. Уявімо, що нам потрібно спроектувати вибірку чисельністю 100 зі списку 5000 студентів певного ВНЗ. Якщо тут буде застосовано систематичну вибірку, то спочатку потрібно розрахувати інтервал вибірки діленням кількості елементів у списку на обсяг вибірки. У нашому випадку, поділивши 5000 імен на потрібний обсяг вибірки (100 одиниць), отримаємо інтервал (крок) вибірки – 50. Це означає, що потрібно систематично рухатися за списком і відбирати кожного 50 студента (відібравши таким чином 100 імен). Визначення того місця у списку, з якого починається відлік, робиться випадково, за таблицею випадкових чисел (це називається *випадковим стартом*). Отже, якщо випадково вибрано початком старту номер 31, то у вибірку будуть включені студенти, які розташовані під номерами 31, 81, 131, 181 тощо.

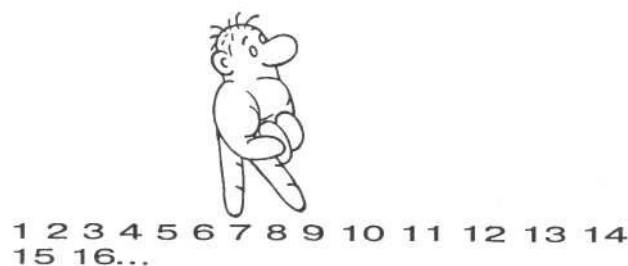


Рис. 2.3. Шаг выборки

Таким чином, своєрідним підґрунтям систематичної вибірки є не ймовірнісні процедури, а алфавітні списки, картотеки, схеми, які забезпечують рівну ймовірність потрапляння у вибірку всіх одиниць генеральної сукупності.

Незважаючи на переваги, систематична вибірка може іноді стати причиною упередженої вибірки. Така ситуація виникає, наприклад, коли елементи розташовані у списку, ранжовані за якимись характеристиками. У такому випадку визначення місця початку випадкового відбору буде впливати на середні характеристики усїєї вибірки. Наприклад, якщо прїзвища студентів розміщені у списку за середнім оціночним балом від вищого до нижчого, то систематична вибірка, що включає студентів, які знаходяться у списку під номерами 1, 51, 101, будуть мати нижчий середній бал, ніж вибірка, яка включає студентів під номерами 50, 100 і 150. Кожна нова вибірка даватиме інший середній бал, який є упередженою картиною студентської популяції.

Районована і стратифікована вибірки.

Якщо генеральна сукупність велика, а таке у емпіричному соціологічному дослідженні трапляється дуже часто, то доводиться розділяти досліджувану сукупність на більш або менш однорідні частини, а потім здійснювати відбір одиниць у самих цих частинах. Якщо поділ на частини здійснюється за стратами (соціальними групами), то вибірку називають *стратифікованою*, якщо за економіко-географічним районом – *районованою*.

У літературі, як і в маркетинговій практиці, два терміни – районована і стратифікована вибірки – часто використовуються як еквіваленти. Пояснюється це тим, що своєрідним підґрунтям кожної з них є процедура розшарування, а розрізняти певну цілісність на прошарки в соціології прийнято двояким чином. По-перше, розділяючи велику групу на менші підгрупи, кожна з яких у просторі великої групи займає відносно інших вище або нижче місце (тобто йдеться про вертикальне розшарування, впорядкування). По-друге, розділяючи місця соціальних спільнот за їх знаходженням у географічному просторі (тут мається на увазі просторове впорядкування). Коли два поняття, якими позначаються вибірки, об'єднують в одне, то, зазвичай, формулюється узагальнювальне визначення такої вибірки. Наприклад, таке: районована вибірка – це вид вибірки, коли відбору передуює процедура районування

(розшарування, стратифікації), тобто розділення початкової сукупності на статистично або якісно однорідні підгрупи, які називаються прошарками, стратами або типовими групами. Відбір одиниць у цьому разі може бути як випадковим, так і цілеспрямованим, відбуватися незалежно із кожного прошарку. Тому районована вибірка рівнозначна певній множині вибірок, відібраних із менших спільнот-страт. У цьому визначенні початкове поняття «районована вибірка» без шкоди для дослідження може бути зміненим на «стратифікована вибірка». Таким чином, правильно буде розрізняти одну вибірку на два самостійні різновиди – районовану і стратифіковану – або показувати їх як одне ціле. Доцільність поєднання двох процедур підтверджує практика соціологічних досліджень. Досвід переконує, що у великомасштабних проектах соціологи починають із районованої вибірки, а потім переходять на стратифіковану.

Наприклад, в Україні вирізняються такі чотири політико-географічні регіони – Південно-Східний, Центральний, Північний і Західний. У кожному із них вирізняються великі міста (кількість жителів більше 500 000 чол.), середні міста (від 50 до 500 000 чол.), малі міста (до 50 000 чол.) або поселення міського типу, а також сільські населенні пункти. У визначених містах респондентів відбирають випадковим методом. Репрезентативність контролюється за регіональними пропорціями кількості населення, пропорціями міського і сільського населення, пропорцією населення вказаних населених пунктів.

Соціологи із Західної Європи та США не застосовують терміна «районована вибірка». Натомість ними використовується термін «стратифікована вибірка». Ним позначається розрізнення цілісності на частини, зауважимо, тут не конкретизується, чи йдеться про страти, чи райони. У такому випадку *стратифікована вибірка (stratified sampling)* – ймовірна вибірка, яка забезпечує рівномірне представництво у вибірковій сукупності різних частин, типів, груп і прошарків населення.

Стратифікована випадкова вибірка (у вузькому значенні) своїм підґрунтям має вибірку у кожній страті окремо. Це підвищує точність результатів або зменшує час, сили і вартість дослідження, допускаючи зменшення обсягу вибірки, водночас зберігаючи встановлений рівень точності. Наприклад, відомо, що бідність найчастіше трапляється серед людей поважного віку, безробітних і в неповних сім'ях. Для дослідження проблеми бідності можна з однаковим успіхом обрати об'єктом будь-яку з трьох названих страт. У відібраних районах або стратах вибір одиниць обстеження здійснюється за ймовірнісним методом. Основною метою будь-якого розшарування є підвищення точності вибіркових оцінок. Прошарки вирізняються таким чином, щоб дисперсія досліджуваних перемінних усередині прошарку була значно меншою ніж між ними. У розшаруванні варіація між прошарками не входить у середню помилку вибірки, а компенсується самою процедурою виокремлення прошарків. Тому розшарування допомагає досягти вищого ступеня точності оцінок порівняно зі звичайним випадковим відбором. Якщо кожен прошарок є статистично однорідною групою, то для будь-якого із них вибірка навіть невеликого обсягу забезпечує можливість отримати достатньо точні оцінки, об'єднавши їх, можна отримати достовірну інформацію щодо усієї сукупності (генеральної сукупності).

Розрізняються одномірні та багатомірні види стратифікації. Відмінність цих видів визначається тим, чи одна, чи кілька ознак закладено підґрунтям розрізнення сукупності. Для цих ознак обов'язковим є тісний зв'язок із досліджуваними перемінними, від їх вибору значним чином залежить ефективність розшарування.

Гніздова вибірка.

Полярною до районованої та стратифікованої є *гніздова вибірка*. Її особливість полягає у тому, що об'єкти, які відбираються, є групами або гніздами (кластерами), що складаються із дрібніших одиниць. Гніздом або кластером називають одиницю відбору вищого рівня, яка складається із

дрібніших одиниць нижчого рівня. До вибірки можуть бути віднесені як усі одиниці нижчого рівня, так і їх частина. Кількість одиниць, що утворюють кластер, називають його розміром. У значенні кластера можуть бути поселенські спільноти, райони у місті, будинки, під'їзди, підприємства, цехи, бригади тощо.

Гніздовий відбір має великі організаційні переваги – простіше здійснити відбір та дослідження кількох компактних груп, ніж десятки чи сотні окремих одиниць. Технічні переваги гніздового відбору особливо відчутні у разі формування територіальної вибірки. Відбір невеликої кількості територіальних сегментів (населених пунктів, районів, житлових кварталів тощо), а потім вибіркове чи суцільне опитування їх жителів істотно зменшують вартість дослідження і терміни його проведення.

Процедурно такий метод застосувати легше, ніж ймовірнісний або районований. Проблеми, які з'являються тут, мають зв'язок із визначенням обсягу кластера, кількістю кластерів, що їх потрібно дослідити, а також розташуванням цих гнізд у генеральній сукупності.

Основні рекомендації для вибору гнізд полягають у тому, щоб відмінності між гніздами були максимально неоднорідними. Це правило є діаметрально протилежним основному правилу розшарування, у відповідності з яким перевага у точності тим більша, чим одноріднішими будуть виокремлені прошарки. Інша рекомендація стосується вибору обсягу гнізда: перевага віддається більшій кількості малих кластерів, ніж малій кількості великих.

5. Методи не випадкової (не ймовірнісної) вибірки.

Невипадкова (не ймовірнісна) вибірка – це спосіб відбору одиниць, за якого неможливо попередньо розрахувати ймовірність потрапляння кожного елемента до складу вибіркової сукупності. Таким чином заперечується можливість попереднього розрахунку того, наскільки репрезентативною є сформована за допомогою цього методу вибіркова сукупність. Із цієї причини

перевагу, зазвичай, віддають ймовірнісній вибірці, хоча іноді за умовами дослідження єдиною можливим є формування не випадкової вибірки.

Отже, можна апіорі стверджувати: за змістовними критеріями не ймовірнісні (вони ж цільові, цілеспрямовані) вибірки не гірші ніж ймовірнісні, а можливо, і кращі. До їх вад слід віднести неможливість визначення ступеня репрезентативності та вищу вартість (з точки зору затрат вони, зазвичай, на кілька порядків вищі ніж у ймовірнісній). Однак цей вид вибірки має і переваги: глибше, якісніше та багатогранніше розкривається предмет порівняно з ймовірнісною. Відомі такі різновиди не випадкової вибірки: квотна вибірка, метод снігової кулі, метод основного масиву, метод стихійного відбору.

Очевидно, принцип відбору одиниць у не випадковій вибірці відрізняється від традиційного. Пояснимо чим саме. Як і для ймовірнісного способу відбору, основною метою не випадкового відбору є отримання сукупності, яка репрезентує досліджуваний об'єкт. Однак, на відміну від ймовірнісної вибірки статистичні висновки про всю множину об'єктів у цьому разі робити не зовсім виправдано. Ці висновки можуть із певною ймовірністю поширюватися тільки на генеральну сукупність (яка не завжди збігається з об'єктом дослідження).

Відрізняються два основні види не випадкового відбору:

- спрямований відбір (інші назви – цілеспрямований, цільовий, вибір на розсуд);

- стихійний.

Спрямований відбір характеризується вибором одиниць за яким-небудь попередньо визначеним принципом. Найпоширенішими формами цілеспрямованого відбору вважаються: вибір типових об'єктів (метод типових представників), метод «снігової кулі» і вибір квотами.

Метод типових представників часто виявляється зручнішим на вищих ступенях відбору, коли необхідно обмежитися невеликою кількістю об'єктів. Відбір типових об'єктів може достатньо забезпечити репрезентативність отриманих даних тільки у тому разі, якщо вжиті заходи для обґрунтування

вибору об'єктів. Для цього необхідно мати додаткову інформацію з низки ознак, які можуть розглядатися як контрольні.

Метод «снігової кулі» (snowball sampling) – різновид цілеспрямованого відбору, за якого передбачається, що відбір наступних респондентів відбувається після посилання на них попередньо відібраних. Така процедура застосовується для вивчення особливих, рідкісних, не випадкових спільнот. Цей метод, зазвичай, застосовується для відбору експертів, рідкісних груп респондентів (так званих рідкісних елементів), наприклад, споживачів, які мають дуже високі прибутки, або представників елітних груп. По суті, це техніка пошуку та відбору респондентів із певним поєднанням властивостей в таких умовах, коли важко окреслити межі генеральної сукупності. Особливість методу полягає у тому, що, за винятком першого кроку, вибір кожного чергового респондента здійснюється за вказівкою попередньо відібраного респондента. Кожен респондент указує інтерв'юєру, де можна знайти індивідів, які його цікавлять (і навіть сам встановлює зв'язок із ними та рекомендує інтерв'юєра), таким чином вибірка з кожним кроком розростається, подібно до снігової кулі.

Метод стихійного відбору тільки зовні схожий на випадковий відбір, тому що соціолог приблизно знає, кого йому потрібно опитувати. У людних місцях опитуються усі, кого можна опитати, ті, що схожі на представника генеральної сукупності. Наприклад, це можуть бути жінки у віці від 30 до 40 років. Жодних математичних процедур для складання вибірки в такому разі не застосовують, а тому контрольоване забезпечення репрезентативності тут неможливе. Найчастіше в такому випадку фіксується думка тих, хто має можливість та бажання поспілкуватися з інтерв'юєром. Стихійний відбір може набувати іншої форми, коли не соціолог підходить до першого зустрічного на вулиці, а перший зустрічний телефонує на телебачення відгукуючись на запрошення взяти участь у так званому інтерактивному опитуванні. Стихійна вибірка формується довільно і досить часто незалежно від самого дослідника. Прикладом стихійного відбору можуть бути опитування за допомогою засобів

масової інформації, вибірка «першого зустрічного», опитування покупців у залах супермаркетів, пасажирів на зупинках і в громадському транспорті тощо. Однією з особливостей стихійної вибірки є те, що досить часто попередньо неможливо спрогнозувати її обсяг (як, наприклад, в опитуваннях за допомогою ЗМІ). Найбільшою вадою стихійних вибірок є те, що для них часто неможливо уточнити, яку генеральну сукупність вони представляють.

У тісному зв'язку з методом стихійного відбору знаходиться *метод основного масиву*. Цей метод відображає опитування 60-70% генеральної сукупності. Процедура його здійснення вкрай проста: із жителів певного району чи робітників підприємства опитується звичайна більшість. Таким чином середні значення генеральної та вибіркової сукупності зближуються, а вибірка складає переважну частину генеральної та перекриває можливі зміщення. Цей метод досить часто застосовували заводські соціологи, які не були обізнані з математичними процедурами формування складної вибірки, але мали доступ до матеріальних і часових ресурсів у проведенні опитування. Крім цих, до неймовірнісних методів відбору належать також:

- відбір за критерієм зручності;
- відбір за критерієм суджень.

Смисл *методу відбору на підґрунті принципу зручності* полягає у тому, що формування вибірки здійснюється найзручнішим для дослідника чином, наприклад, за критерієм мінімальних затрат часу і зусиль, за доступністю респондентів тощо. Формування вибірки на підґрунті суджень засноване на використанні думок кваліфікованих спеціалістів, експертів відносно складу вибірки. На підґрунті такого підходу часто формується склад фокус-групи.

Квотна вибірка.

Квотна вибірка – це мікромодель об'єкта соціологічного дослідження, яка формується на підґрунті статистичних даних (вимірів квот), вони стосуються переважно соціально-демографічних характеристик елементів

генеральної сукупності. Потрібні статистичні дані у такому разі черпають із статистичних довідників.

Квотний метод вибірки передбачає попередню наявність статистичної інформації щодо істотних або корелюючих з ними характеристик генеральної сукупності. Однак ця інформація не застосовується для визначення обсягу вибірки, тому що у подальшому відбір респондентів здійснюється не випадково, а цілеспрямовано, за допомогою інтерв'юерів.

Правила квотної вибірки, або ж правила відбору одиниць спостереження за методом квот, відносяться до уявлення про подібність об'єктів у разі пропорційності їх структурних елементів. Цей метод засновується на цілеспрямованому формуванні структури вибіркової сукупності. Анкетер отримує завдання опитати певну кількість осіб певного віку, статі, освіти і професії. Питома вага квоти у вибірковій сукупності має відповідати її питомій вазі у генеральній сукупності.

Зазвичай квотна вибірка застосовується на останніх етапах відбору і завершує процес районування (стратифікування) та застосування ймовірнісних процедур. Соціолог розшукує респондента певної статі, статусу і віку у визначеному районі та розмовляє з ним.

Нижче наведено приклад розрахунку вибірки квоти за статтю та віком в уявному соціологічному дослідженні. Обґрунтовуючи репрезентативність вибірки під час опитування виборців у перебігові виборчої кампанії виборів депутатів міської ради, у місті N організатори опитування взяли за основу дані обласного комітету статистики щодо статевовікової структури населення районів міста. Так, статевовікова структура населення Дніпровського району була такою (таб. 2.2).

Таблиця 2.2

	Всього	Чоловіки	Жінки	Чоловіки, %	Жінки, %
Усе населення	168912	76220	92692	45,1	54,9
Зокрема за віком:					

до 1 року	1225	630	595	51,4	48,6
1 —6 років	9213	4710	4503	51,1	48,9
7 —9 років	7031	3561	3470	50,6	49,4
10-15років	13498	6884	6614	51,0	49,0
16-19 років	9399	4678	4721	49,8	50,2
20 — 24 роки	11958	6009	5949	50,3	49,7
25-29 років	11858	6520	5338	55,0	45,0
30 — 34 роки	12093	5861	6232	48,5	51,5
35 —39 років	14360	6795	7565	47,3	52,7
40 — 44 роки	14112	6598	7514	46,8	53,2
45 —49 років	12779	5840	6939	45,7	54,3
50 — 54 роки	7274	3222	4052	44,3	55,7
55-59 років	11981	5035	6946	42,0	58,0
60 —69 років	17503	6828	10675	39,0	61,0
70 років і старші	14628	3049	11579	20,8	79,2

Ураховуючи те, що до складу вибірки мали увійти виборці, тобто особи не молодші 18 років, за основу вибірки було взято ту частину таблиці, де відображено статевовіковий розподіл населення від 20 років (розрізнити попередню стрічку, виокремивши з неї осіб 18-19 років було неможливо). Отже, статевовікової структури вибірки за кількістю респондентів у кожній із 20 вибраних статевовікових груп (дві за статтю і 10 за віком) був таким (див. таб. 2.3)

Таблиця 2.3

Статевовікова структура вибіркової сукупності

	Генеральна сукупність						Вибіркова сукупність		
	кількість			доля(в%)			кількість		
	Всього	Чол.	Жін.	Чол.	Жін.	Всього	Чол.	Жін.	Всього
Основа вибірки	128546	55757	72789	43,4	56,6	100,00	521	679	1200

Вік (років)									
20-24	11958	6009	5949	50,3	49,7	9,30	56	56	112
25-29	11858	6520	5338	55,0	45,0	9,22	61	50	111
30-34	12 093	5861	6232	48,5	51,5	9,41	55	58	113
35-39	14360	6795	7565	47,3	52,7	11,17	63	71	134
40-44	14112	6598	7514	46,8	53,2	10,98	62	70	132
45-49	12779	5840	6939	45,7	54,3	9,94	55	65	119
50-54	7274	3222	4052	44,3	55,7	5,66	30	38	68
55-59	11981	5035	6946	42,0	58,0	9,32	47	65	112
60-69	17 503	6828	10 675	39,0	61,0	13,62	64	100	163
70 і старші	14628	3049	11579	20,8	79,2	11,38	28	108	137

Кількість людей у кожній зі статевовікових груп у трьох останніх стовбцях таблиці пропорційна кількості кожної з відповідних груп у генеральній сукупності. Рівень репрезентативності квотної вибірки зростає прямо пропорційно рівневі стійкості значень тих характеристик, за якими встановлюються квоти, тому ознаки, які змінюють свої значення занадто швидко, в такому разі намагаються не застосовувати. Іноді у дослідників з'являється спокуса збільшити кількість контрольованих квотних параметрів надіючись, що це підвищить рівень достовірності отриманих результатів. Однак практично це спричиняє зростання систематичної помилки та ускладнює роботу інтерв'юера. Квотна вибірка – майже обов'язковий момент у проведенні наукового експерименту, коли він застосовується у соціальних науках.

Що стосується опитування громадської думки, тут квотна вибірка застосовується нарівні з ймовірнісними вибірками, досить часто для взаємного контролю презентативності результатів опитування. Метод квот зручний також для побудови вибірки у разі нечисельної генеральної сукупності або у випадку значної деформації розподілу в ній елементів спостереження.

Квотна вибірка у прикладних соціологів увійшла в моду, але не від доброго життя. За критерієм науковості вона ніколи не підніметься до рівня

випадкової, яка вважається еталоном. Точність результатів за квотною вибіркою визначити неможливо.

Тут варто зауважити, у практиці випадковий відбір зустрічається рідко, причиною цьому є те, що для нього обов'язково потрібен перелік одиниць генеральної сукупності. Якщо його немає або є, але такої якості, що для наукового застосування він виявляється непридатним, то і вести мову про випадкову вибірку нічого.

6. Багатоступенева вибірка.

Відзначимо, що у прикладних дослідженнях найчастіше застосовується багатоступенева вибірка, побудована із застосуванням процедури поетапного відбору об'єктів опитування. У такому разі сукупність об'єктів, відібраних на попередньому етапі (ступеневі) стає початковою для відбору на наступному. Відповідно розрізняють одиниці відбору першого ступеня (первинні одиниці), одиниці відбору другого ступеня (вторинні одиниці) і таке інше. *Об'єкти найнижчого рівня, з яких ведеться безпосередній збір інформації, називаються одиницями спостереження.*

Наведемо приклад багатоступінчатої вибірки, яка була сформована уявним маркетинговим центром у процесі одного із прикладних досліджень. Для міста N було поставлене завдання сформувати вибірку із 900 респондентів. Одиницями відбору першого ступеня були визначені три райони міста із восьми, з обсягом вибірки 300 осіб у кожному. Тут як і на наступному рівні, було застосовано метод типових представників. Визначивши середню чисельність жителів одного району типовими були визнані райони – K, S, M чисельність населення в яких найменше відхилялась від середнього значення. За основу вибірки на другому ступені було взято списки виборців (більшість із яких є самостійними економічними агентами ринку в значенні покупців). Тут у значенні одиниць відбору другого ступеня було визначено по три виборчі ділянки. І тут також були розраховані середні розміри кожної із ділянок та

відібрані ті із них, де кількість виборців найменше відхилялась від середньої. На третьому ступені за основу вибірки було взято список виборців кожної дільниці. Було визначено, що на кожній дільниці потрібно опитати по 100 осіб ($n = 100$). На цьому останньому етапі для остаточного відбору одиниць спостереження застосовано метод систематичної вибірки. Визначивши крок вибірки, було отримано списки респондентів з домашніми адресами. У зв'язку із тим що в усіх районах були електронні версії списків виборців, ця процедура тривала менше одного дня.

Багатоступеневий відбір застосовують у тих випадках, коли генеральна сукупність має настільки великий обсяг, що звичайний випадковий або систематичний відбір елементів спричинив би надмірне розпорошення вибірки усією територією. Іншими словами, такий метод застосовують у тих випадках, коли вивчають досить великі групи людей або великі спільноти, наприклад регіон або місто.

В багатоступеневій вибірці кожна одиниця відбору має значення гнізда одиниць нижчого рівня, тому багатоступеневий відбір робить можливою локалізацію вибірки у меншій кількості точок. Великий масив соціолог починає послідовно звужувати, через певну множину рівнів, зменшуючи велику сукупність до такої, яку можна охопити одним поглядом, а якщо це територія, то обійти ногами. Місто ділиться на райони, ті – на квартали, потім виокремлюються виборчі дільниці, а в них вибираються домогосподарства.

Багатоступенева вибірка спочатку подібна до величезної лійки, тому що широка горловина (величезна сукупність респондентів або об'єктів) через низку процедур зводиться до вузької горловини. З нею організатор дослідження, врешті, і має справу.

Однак те, що полегшує його роботу на початковому етапі формування вибірки, значно ускладнює її на завершальному етапі, коли він вираховує величину помилки і намагається встановити, на яку генеральну сукупність він може поширити свої висновки. *Тут важливо пам'ятати: чим більше ступенів у багатоступінчатому відборі, тим більшою є помилка вибірки. За будь-яких*

обставин у разі застосування багатоступінчатого відбору помилка вибірки завжди буде більшою, ніж за звичайного випадкового відбору. І ще одне: на кожному ступені все одно застосовується випадковий відбір. Таким чином, кількість помилок на кожному ступені зростає, вони накопичуються з кожним кроком і розростаються на завершальному етапі дослідження до некерованих розмірів. Замість зворотної піраміди, тобто лійки, з'являється пряма піраміда (мал.. 2.4)



Рис. 2.4. Парадоксальная диалектика многоступенчатой выборки

Фахівці пояснюють це явище так: на кожному рівні процесу незалежного відбору є своя вибіркова помилка. Окремі помилки складаються в загальну. Таким чином, збільшення кількості рівнів, з одного боку, зменшує кількість місць опитування і, отже, економить людські та фінансові ресурси, а з іншого – зменшує точність вибірових оцінок.

7. Ідеальні та реальні сукупності.

Досліджуваний об'єкт – вибіркова сукупність – це явище, яке приховує у собі масу суперечностей, складнощів. Соціологу потрібно пам'ятати, що цей об'єкт не існує реально – він сконструйований процедурою операціоналізації перемінних, методикою відбору респондентів, умовами спостереження, проведення інтерв'ю або експерименту.

Дійсно, вибіркова сукупність, із якої безпосередньо «знімаються» дані, породжується процедурою відбору, однак водночас вона розчинена у великій

сукупності респондентів, яку представляє чи репрезентує з різним ступенем точності та надійності. Соціологічні висновки стосуються не опитаних минулого тижня респондентів, а ідеалізованих об'єктів: «старше покоління», «молодь» тощо. В ідеальному випадку, із генеральної сукупності робиться правильна вибірка і опитуються тільки ті, хто до неї потрапив. Однак така ідеальна ситуація трапляється досить рідко. Соціолог правильно визначає генеральну сукупність, робить правильну вибірку, але відвідуючи будинки та опитуючи респондентів з'являються непередбачувані складнощі і частина їх «випадає», або замінюється іншими. Таким чином, ті, хто потрапив до вибірки, і ті, хто був дійсно опитаний, є різними спільнотами людей. У результаті замість одного об'єкта дослідження ми отримали два.

Уявімо, що соціолога цікавить думка українців напередодні президентських виборів. Яким є зміст поняття «українці»? Потрібно вважати українцями тільки етнічних українців? Чи, може, усіх громадян України, які мають право брати участь у президентських виборах? Нехай ми вважатимемо українцями тих, хто є громадянами України і мають законне право брати участь у президентських виборах. Усі ті, хто відповідає окресленим вимірам, є *ідеально утвореною генеральною сукупністю*. Однак практично опитати усіх, хто охоплений теоретично сконструйованим поняттям «українці», неможливо. Серед українців є, наприклад, люди, які знаходяться у закладах пенітенціарної системи або інших важкодоступних для інтерв'юерів місцях. Цю групу потрібно відняти від проєктованого об'єкта. Відняти також буде потрібно пацієнтів психіатричних лікарень, дітей, частину людей поважного віку. Для цивільного інтерв'юера буде складно опитати військовослужбовців. Складнощі мають місце і в доступі до деяких інших категорій респондентів, наприклад, жителів віддалених сіл тощо. Трапляються випадки, коли інтерв'юери, користуючись відсутністю контролю, нехтують чітким виконанням своїх обов'язків, а тому опитують не тих, кого вимагає інструкція, а тих, кого простіше.

Елімінувавши з ідеальної генеральної сукупності усі важкодоступні одиниці спостереження, маємо вужче поняття – реально отриману генеральну сукупність. У методологічній літературі перша (*ідеальна планована генеральна сукупність*) дістала назву *концептуальний об'єкт*, а друга – *проектований*.

Концептуальний об'єкт – ідеальний конструкт, який позначає межі теми дослідження. *Проектований об'єкт* – сукупність досяжних для дослідника одиниць.

Таким чином, зваживши свої можливості та зрозумівши, що усіх, хто ідеально підходить для генеральної сукупності, опитати з різних причин неможливо, отримаємо в результаті нову генеральну сукупність. Саме з цієї сукупності маємо проектувати вибірку. Вони можуть розрізнятися досить мало (якщо важкодоступних одиниць спостереження мало), або навпаки їх різниця може бути дуже істотною (якщо важкодоступних для спостереження одиниць багато).

У зв'язку з тим, що два об'єкти певним чином розрізняються, потрібно перевизначити генеральну сукупність. Попереднє визначення: генеральна сукупність – це та сукупність, з якої передбачається здійснити відбір одиниць спостереження. Завершальне визначення: генеральна сукупність – це та сукупність, з якої здійснюється відбір одиниць спостереження. Чим вони відрізняються? Попереднє визначення не враховує важку доступність і практично можливі обмеження, але вказує на теоретично можливий обсяг поняття, наприклад, «українці».

Розглянемо ситуацію на конкретному прикладі. До теоретично сконструйованої генеральної сукупності (виборців Президента України), згідно офіційної статистики, мало б потрапити 47% чоловіків і 53% жінок. Однак, відкинувши усі важкодоступні одиниці спостереження, маємо зовсім іншу картину. Генеральну сукупність складе 43% чоловіків і 57% жінок. Зменшення відсотка чоловіків пояснюється тим, що, наприклад, важко опитати чоловіків військових, які знаходяться на передовій, відбиваючи атаки московських агресорів, тих, хто перебуває у закладах пенітенціарної системи тощо.

із якої генеральної сукупності – теоретично можливої чи тієї, яка існує реально, має проводити відбір соціолог? Мабуть, із другої. Але на яку генеральну сукупність він має переносити результати, отримані після здійснення польових досліджень та визначення ступеня відхилення, тобто визначати репрезентативність? Обов'язково на другу!!! Однак, недостатньо професійні, малодосвідчені організатори досліджень часто забувають цей імператив. А тому, помилково, результати опитування переносять на першу сукупність, хоча відбір одиниць спостереження здійснювався із другої.

Однак, труднощі зустрічаються не тільки під час конструювання генеральної сукупності. Мабуть, ще більше їх буде у процесі формування та дослідження вибіркової сукупності. Попередньо вони були згруповані у два типи помилок вибірки – випадкові і систематичні. Для недосвідченого польового соціолога вони можуть стати складною перепорою, причиною грубих помилок.

Унаслідок накладання двох типів помилок відбувається, мабуть, ще більше відхилення ідеально спроектованої вибірки від реально отриманої. Відхилення реальної вибірки від проекрованої має таке наглядне відображення на схемі.

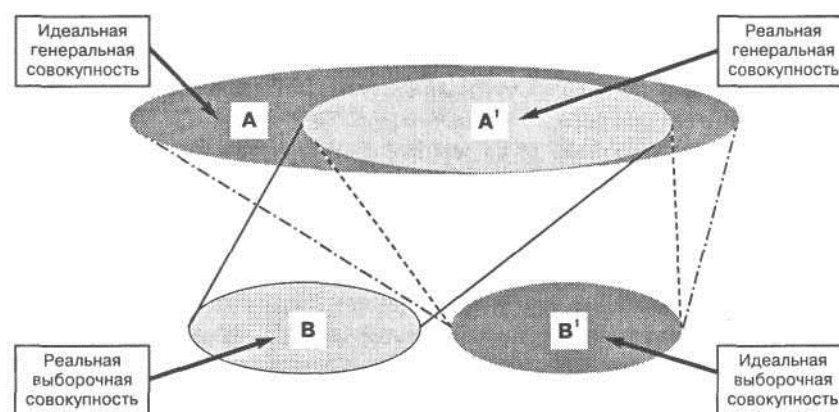


Рис. 2.5. Расхождение между идеальной и реальной моделями в двух совокупностях – генеральной и выборочной

На малюнку 2.5 суцільною лінією позначений зв'язок двох реальних вибірок: A',B; він символізує реальний результат емпіричного дослідження.

Хоча, мета дослідника була іншою. Він прагнув отримати зв'язок A, B' . Тобто, щоб з ідеально сконструйованої максимально широкої генеральної сукупності він хотів отримати максимально повну та репрезентативну вибірку. Однак, згодом усвідомивши неможливість отримання ідеальної генеральної сукупності, він спробував другий варіант – отримати зв'язок A', B' . Тобто, з обмеженої генеральної сукупності отримати максимально повну вибірку. Проте в дійсності, здолавши численні складнощі і наробивши масу помилок (випадкових і систематичних), малодосвідчений соціолог отримав найгірший варіант, а саме A', B .

Для скорочення розриву між ідеальною (проектованою) і реальною (отриманою в дійсності) вибірками, щоб збіглись задумане і дійсність, соціологи розробили множину досить ефективних прийомів: контроль вибірки (збільшення питомої ваги недостатніх груп і зменшення надлишкових), ремонт вибірки (заміна важкодоступних респондентів аналогічними за визначеними ознаками особами), контроль заповнення листка опитування тощо. За їх допомогою реальний масив підводиться під проєктований.

8. Розрахунок обсягу вибірки.

Із усіх запитань, з якими звертаються до співробітників знаменитого Інституту опитування суспільної думки імені Джорджа Геллапа, чи не найпопулярнішим є таке: як ви можете, опитавши 1000 чоловік, робити висновки про те, що думають 250 мільйонів американців? Для відповіді на це запитання потрібно назвати не лише високий теоретичний рівень освіченості, професійність, величезний практичний досвід його співробітників, але й застосування ними методів статистики, математики, тому що коли опитування здійснюється не на підґрунті науки, його результати можуть бути хибними.

Статистикою розроблені імперативні правила визначення обсягу вибірки. Обсяг вибірки, достатній для взаємного погашення випадковостей і отримання статистичних характеристик закономірного характеру, дорівнює 30. Вибірка

такого обсягу називається *малою*. Характер розподілу значень ознаки в малих вибірках наближується до нормального зі зростанням кількості опитувань. Мінімальний обсяг вибірки, який забезпечує отримання середнього значення ознаки з вказівкою ймовірностей, які заслуговують довіри, дорівнює 5. Вибірки такого обсягу називаються *надмалими*. Розподіл значень ознаки в таких вибірках характеризується розподілом Стюдента. Однак набагато частіше в емпіричних соціологічних дослідженнях доводиться мати справу зі значно більшим обсягом вибірки

У процесі планування вибіркового дослідження приходиться, врешті, той момент, коли потрібно вирішити, яку кількість людей потрібно опитати, тобто, яким має бути обсяг вибірки. Для успіху дослідження це рішення є надзвичайно важливим. Пояснюється це тим, що занадто велика вибірка вимагатиме невиправданих витрат, а занадто маленька знизить якість результатів.

Об'єм вибірки – це загальна кількість одиниць спостереження, включених до вибіркової сукупності.

У зв'язку з тим, що вибіркова сукупність – частина генеральної сукупності, відібрана за допомогою спеціальних методів, важливо, щоб ця частина не деформувала уявлення про ціле, тобто репрезентувало його. Фахівці вважають, що найкраща вибірка не обов'язково велика. Звісно, чим більший обсяг вибірки, тим точнішими є її результати. Проте навіть величезна вибірка не гарантує успіху, якщо генеральна сукупність є неоднорідною. Однорідною є така сукупність, у якій контрольована ознака розподілена рівномірно, не утворює лакун або, навпаки, вузлів. У такому разі опитування кількох людей дасть точну інформацію про розподіл досліджуваної ознаки в генеральній сукупності.

Таким чином, на репрезентативність даних впливають не кількісні характеристики вибіркової сукупності (її обсяг), а якісні характеристики генеральної сукупності – рівень її однорідності. Соціологією не відкрито єдиної і чіткої формули, застосування якої гарантує розрахунок оптимального обсягу вибіркової сукупності. Спричинено це тим, що така формула просто неможлива

з позицій математичної логіки. Пояснення тут досить просте. Річ у тім, що визначення обсягу вибіркової сукупності – проблема не стільки статистична, скільки змістовна. Іншими словами, обсяг вибіркової сукупності залежить від певної множини чинників, зокрема мети і завдань теоретичної моделі, гіпотез і методів дослідження, рівня однорідності генеральної сукупності, нарешті, необхідної точності отриманої інформації.

Потрібно завжди пам'ятати, що кожний відсоток приросту точності інформації у дослідженні спричиняє різке зростання витрат на його проведення. Знаменитий Інститут Геллапа протягом багатьох десятиліть проводить опитування у США. Його працівники відкрили таку закономірність: у разі загальнонаціональної вибірки у 100 осіб помилка вибірки коливатиметься у межах $\pm 11\%$; 200 осіб - $\pm 8\%$; 400 - $\pm 6\%$; 600 - $\pm 5\%$; 750 - $\pm 4\%$; 1000 - $\pm 4\%$; 1500 - $\pm 3\%$; 4000 осіб - $\pm 2\%$. Саме з цієї причини інститут Геллапа проводить загальнонаціональні опитування в США на вибірці в 1500 – 2000 осіб. Як тут видно, вони віддають перевагу зростанню помилки на 1%, а не багаторазовому зростанню вартості досліджень.

Досвід переконує, що для багатьох соціологів-початківців обґрунтування обсягу вибірки є «непідйомною» проблемою, хоча у широкому доступі знаходиться велика кількість спеціальної літератури, в якій пояснюються правила різних методів відбору, зокрема розрахунків обсягу вибірки. Цьому можна назвати кілька причин: 1) дефіцит спеціальної літератури для периферійних користувачів; 2) нестача часу для самоосвіти; 3) невміння користуватися математичним апаратом. У зв'язку з цим виникає необхідність без застосування складних математичних формул пояснити стратегію і тактику обґрунтування обсягу вибірки.

Процедура підрахунку обсягу вибірки – низка компромісів між прагненням до точності і обмеженістю ресурсів, дефіцитом часу і неповною інформацією про досліджуване явище. Соціологію, особливо це стосується емпіричних соціологічних досліджень, чимало класиків світової соціології цілком слушно називають нерозривною єдністю науки і мистецтва. Осягнення

цього сплаву, без сумніву, доступне кожній людині. Однак для цього потрібно знати стратегію розрахунку обсягу вибірки (попереднього розрахунку, послідовної і комбінованої стратегії), а також факторів, які впливають на обсяг вибірки (обсяг генеральної сукупності, варіювання відповідей респондентів, точність оцінювання, характер прогнозованого розподілу відповідей, метод дослідження, процедура обробки).

Стратегія попереднього розрахунку полягає у тому, що обсяг вибірки визначається ще до проведення основного дослідження. У найпростішому випадку можна скористатися уже напрацьованим досвідом, наприклад, інституту Геллапа, в якому використовується обсяг вибірки приблизно у 1500 – 2000 осіб. Для середньостатистичного вітчизняного дослідження обсяг вибірки визначається метою та конкретними дослідницькими завданнями і також коливається у межах від 400 до 2000 осіб.

Для розрахунку обсягу випадкової вибірки потрібно знати бажану точність оцінювання, величину ризику отримуваної відповіді та ступінь мінливості відповіді. Традиційно точність оцінювання встановлюється до 3%, а величина ризику – за 0,95. Тобто якщо за результатами вибіркового дослідження 60% опитаних задоволені своєю роботою, то можна стверджувати, що в генеральній сукупності частка задоволених роботою складе від 57 до 67% у 95 випадках, а в 3% випадків така частка може вийти за вказаний інтервал. Якщо виходити із 3% точності і величини ризику в 0,95, обсяг вибірки буде таким (таб.2.4).

Таблиця 2.4 Залежність обсягу вибірки від обсягу генеральної сукупності

Обсяг генеральної сукупності	500	1000	2000	3000	4000	5000	10000	100000	Безконечна
Обсяг вибірки	222	286	333	350	360	370	385	398	400

Результати, наведені в таб. 2.4, розвінчують поширену помилку, нібито обсяг вибірки є жорстко фіксованим відсотком від генеральної сукупності,

рівний 10. Насправді ця величина не постійна, а мінлива, вона змінюється в конкретних умовах. Обсяг вибірки залежить також від того, які запитання застосовуються в анкеті. Розрахунки, наведені в таблиці 2.4, дійсні тільки для одного випадку, коли мова йде про дихотомічне питання, в якого максимальне розсіювання відповідей – 50 на 50%. Не маючи попередньої інформації про розсіювання відповідей, соціолог немов заздалегідь підстраховується і вважає, що таке розсіювання складе 50 на 50%. Якщо ж така інформація є в наявності, то обсяг вибірки буде таким.

Таблиця 2.5 Залежності обсягу вибірки від розподілу дихотомічної відповіді

Розподіл відповідей, %	50	40	30	20	10
	50	60	70	80	90
Обсяг вибірки	384	369	323	246	139

У таблиці 2.5 показано розподіл відповідей на якісні запитання. Розподіл обсягу вибірки для кількісних питань, до яких відносяться питання, наприклад, «вік», «заробітна плата», вибудовується на підґрунті коефіцієнта варіації (таб. 2.6), він показує, який відсоток складає середнє квадратичне відхилення від середньої арифметичної, і дає змогу порівняти між собою (за ступенем варіювання) будь-які ознаки.

Таблиця 2.6

Залежність обсягу вибірки від коефіцієнта варіації

Коефіцієнт варіації, %	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	I
Обсяг вибірки	15	61	138	246	384	553	753	984	1245	1537	1860	2213	II

Якщо вивчаються умови праці, взаємовідносини в колективі, заробітна плата тощо за допомогою п'ятирангової шкали, то коефіцієнт варіації змінюється тут від 27 до 62%, а у разі застосування семирангової – від 78 до

113%. Таким чином, чим довша шкала, тим вищим є коефіцієнт варіації й більшим має бути обсяг вибірки. Якщо ж соціолог прагне застосувати невелику вибірку, то й запитання він мусить формулювати простіше. Іноді вважають, що чим довша шкала, тим точнішим буде вимірювання. Однак це не так, бо перевага семибальної шкали на п'ятибальною не доведена.

У середовищі соціологів-початківців поширене таке переконання: чим більший обсяг вибірки, тим точніші результати. Ця обставина змушує їх невинувато збільшувати кількість опитаних. У дійсності причина в іншому: таблиця 2.7, складена за даними Інституту Геллапа, відображає залежність між обсягом вибірки і точністю оцінювання у відсотках. Її аналіз переконує, що зі збільшенням обсягу вибірки точність зростає, однак тільки до певної межі. Якщо 600 опитаних, то досягається бажаний для всіх 5% рівень точності. Отже, 600 осіб – прийнятний обсяг вибірки.

Між кількістю в 400 і 600 опитаних розбіжність мінімальна. У першому випадку обсяг вибірки розраховувався на підґрунті положення про нормальний розподіл відповідей респондентів, а в другому – з практики. Розбіжність між теорією і практикою спричинене тим, що в реальній ситуації розподіл оцінок відрізняється від нормального. Із цієї причини обсяг вибірки потрібно розраховувати з урахуванням саме цієї обставини; найефективнішим способом зменшення обсягу вибірки є зниження коефіцієнта варіації оцінок.

Таблиця 2.7 Залежність між обсягом вибірки і точністю оцінювання

Кількість інтерв'ю	Точність оцінювання, %
100	±11
200	±8
400	±6
600	±5
750	±4
1000	±4
1500	±3
4000	±2

Розраховуючи обсяг вибірки, малодосвідчені соціологи досить часто роблять таку помилку: розраховавши за існуючими формулами необхідний обсяг вибірки в цілому для сукупності, в подальшій роботі пропорційно розміщують його за окремими підрозділами вибірки, наприклад, за цехами, підприємствами, районами, містами, типами сімей тощо. Після цього на етапі обробки даних аналізують уже самі відмінності між підрозділами. Однак правильнішим буде вирахувати обсяг вибірки окремо для кожного підрозділу, а потім додати окремі обсяги. Наприклад, розрахунки обсягу вибірки за трьома цехами (з урахуванням розміру шкали, кількості працюючих, характеру прогнозованого розподілу оцінок) дозволили встановити, що у першому цеху потрібно опитати 384 особи, в другому – 222, а в третьому – 600. Отже загальний обсяг вибірки складе $384+222+600=1206$ осіб.

Уявімо гіпотетичну ситуацію, коли соціологу потрібно опитати якусь особливу категорію працівників, наприклад, водіїв автобусів. Відомо лише те, що до неї належить, наприклад, кожен десятий працівник підприємства. За метою дослідження потрібно опитати 139 водіїв автобусів, а загальний обсяг вибірки для підприємства складе 1390 осіб. Отже, відбираючи випадковим чином 1390 респондентів на підприємстві, відповідно до теорії вибірки, матимемо відповіді 139 осіб, що працюють за професією, яка цікавить дослідження.

Розраховуючи квотну вибірку, досить часто на власний розсуд її обсяг визначають в 1000 осіб. У такому випадку зручно вираховувати квоти. Однак із таким успіхом можна зупинитися на будь-якому круглому числі. Обґрунтованішим є підхід, за якого обсяг квотної вибірки розраховується як для випадкової. Іншим варіантом розрахунку квотної вибірки є застосування теорії малих вибірок. Її суть така: якщо не ставлять метою виконання диференційованого аналізу за групами робітників, то множать кількість градацій запитань, які підпадають під вивчення, на 25 (мінімальний статистичний розмір групи). Наприклад, досліджуються три перемінних: стать

– дві категорії, вік – дві категорії (до 30 і більше 30 років), задоволеність працею вимірюється п'ятибальною шкалою. Тоді для цього прикладу необхідний обсяг вибірки складе $2 \times 2 \times 5 \times 25 = 500$ осіб. Обсяг вибірки збільшується у два з половиною рази. Зрозуміло, що зі збільшенням кількості перемінних і кількості градацій обсяг вибірки може стати катастрофічно великим. Урятувати її може тільки одне: детальна розробка первинної проблеми, яка дозволить відкинути зайві запитання в анкеті, залишивши найважливіші. Якщо в дослідженні перевіряється кілька гіпотез, то обсяг вибірки для перевірки кожної гіпотези обчислюється окремо. Таким чином, у випадку застосування вибірки кількість запитань в анкеті та кількість гіпотез мають бути мінімальними.

Отже, ми розрахували потрібний обсяг вибірки. Тепер, і тільки тепер потрібно перевірити, чи збігається отримана величина з виділеними на дослідження ресурсами. Типова помилка багатьох соціологів, які здійснюють емпіричні дослідження, полягає у тому, що для розрахунку обсягу вибірки визначальними стають наявні ресурси або, ще гірше, пасивно приймаються всі побажання, що їх диктує замовник. Це зовсім не правильно з багатьох причин. По-перше, розрахунок обсягу вибірки дозволяє глибше проникнути в сутність досліджуваного предмета і специфіку методів дослідження, а значить, аргументовано вимагати виділення більших ресурсів або прийняти рішення про зменшення обсягу вибірки. Якщо замовник не виділяє додаткових коштів, а мета дослідження не дозволяє скоротити обсяг вибірки (тобто, соціолог не може погодитися на умови замовника), то потрібно переходити до іншої схеми дослідження. По-друге, обґрунтований обсяг вибірки показує високий професіоналізм соціолога і примушує замовника ставитися до нього з повагою.

Стратегія послідовного розрахунку обсягу вибірки. Для розрахунку обсягу вибірки бажано знати розсіювання оцінок та деякі інші виміри. Проте вони, зазвичай, невідомі. Для того щоб не помилитися, краще вважати, що вони максимальні. Розплатою за незнання є розбухання вибірки над необхідне та додаткові фінансові й часові витрати (доводиться опитувати більшу, ніж

потрібно для отримання достовірних даних, кількість респондентів). Із метою зменшення витрат застосовується послідовна стратегія – обсяг вибірки не застосовується попередньо, а ставиться у залежність від кінцевих результатів дослідження. Наприклад, опитується 100 осіб, потім установлюється величина розсіювання оцінок і уже в залежності від цього розраховується необхідний обсяг вибірки. Якщо виявляється, що 100 осіб достатньо, тоді дослідження завершується. В іншому разі добирається необхідна кількість респондентів, але не безконечно. В історії соціології відомий випадок із практики Дж. Геллапа, який на початку своєї кар'єри активно експериментував із обсягами вибірки. У 1936 р. до американців звернулися із запитанням: «Чи бажали б ви відновлення закону про відбудову національної промисловості?» З'ясувався дивний парадокс: Дж. Геллап спочатку опитав 500 осіб і виміряв помилку вибірки, а потім послідовно нарощував кількість респондентів до 30 000. На свій подив, він установив, що додавання 29 500 опитаних респондентів збільшило точність інформації менше ніж на 1%. Тобто, опитування можна було завершувати уже на 500 опитаних респондентах. Цей приклад переконує, що, застосовуючи послідовну стратегію, можна досягати значного зниження необхідної кількості спостережень порівняно з попереднім розрахунком обсягу вибірки.

Однак стратегія послідовного розрахунку обсягу вибірки забезпечить бажаний результат тільки у тому разі, якщо соціолог може робити необхідні розрахунки у процесі самого опитування. Наприклад, телефонного, із застосуванням комп'ютерних систем. Інтерв'юер відповіді респондента вводить до свого персонального комп'ютера. Із нього результати одразу надходять на комп'ютер керівника дослідження. Там вони обробляються і на «робочому столі» з'являється інформація не тільки про одномірні частоти, розподілені за тим або тим питанням, але і потрібний обсяг вибірки.

Якщо існує загроза, що обсяг вибірки може виявитися надмірно великим, потрібно поєднати обидва види стратегії – попередню і послідовну. Іншими словами, необхідно застосувати комбіновану стратегію. Розраховуючи вибірку за попередньою стратегією, отримаємо верхні допустимі значення для

послідовної стратегії або, іншими словами, ту величину обсягу вибірки, за досягненням якої припиняється опитування за послідовною стратегією. Найобґрунтованіший і найкоректніший підхід у визначенні обсягу вибірки своїм підґрунтям має розрахунок довірчих інтервалів. Він засновується на певній множині базових понять математичної статистики (варіація, середнє квадратичне відхилення, довірчий інтервал, середня квадратична помилка).

Для розрахунку необхідного обсягу вибірки в кількісному дослідженні найчастіше застосовуються два статистичні поняття – довірчий інтервал і довірна ймовірність. *Довірчим інтервалом* є попередньо задана соціологом погрішність вибірки. Наприклад, якщо ви встановлюєте довірчий інтервал у 3% і конкретна відповідь на конкретне запитання складе 48%, це означає, що, навіть коли опитаєте всю генеральну сукупність, реальне значення потрапляє до інтервалу між 45 (48-3) і 51% (48+3). *Довірна ймовірність* показує, наскільки можна бути впевненим в отриманих результатах, у тому, що характеристики вибірки відповідають характеристикам генеральної сукупності. Іншими словами, з якою ймовірністю випадкова відповідь потрапляє до довірчого інтервалу. Зазвичай, використовують довірчу ймовірність 95 і 99%. Найчастіше застосовується 95% – цього цілком достатньо в абсолютній більшості досліджень. Якщо об'єднати довірчу ймовірність та довірчий інтервал, то можна сказати, що відповіді на питання з 95% ймовірністю потраплять в інтервал між 45 і 51%.

Достатньо корисною є така приблизна оцінка надійності результатів вибіркового дослідження. Підвищена надійність допускає помилку вибірки до 3%, звичайна – від 3 до 10% (довірчий інтервал розподілів на рівні 0,03 – 0,1), звичайна – від 10 до 20%, орієнтуюча – від 20 до 40%, а приблизна – більше 40%.

На підґрунті цих понять, з урахуванням низки зауваг, виводяться формули розрахунку обсягу вибірки, які передбачають, що репрезентативність гарантується шляхом використання коректних ймовірнісних процедур формування вибірки.

У деяких випадках, як головний аргумент для визначення обсягу вибірки, застосовується вартість проведення дослідження. Наприклад, у бюджеті маркетингових досліджень передбачаються витрати на проведення певних досліджень, які не можна перевищувати, і очевидно, що цінність отримуваної інформації не береться до уваги. Все ж у низці випадків і мала вибірка може забезпечити достатньо точні результати.

Дослідницька практика підказує таке правило: обсяг вибірки має забезпечувати не менше 100 спостережень для кожної першорядної і не менше 20-50 для кожної другорядної класифікаційної складової. Першорядні класифікаційні складові відповідають найкритичнішим, а другорядні – найменш критичним ланкам перехресної класифікації, прийнятої в даному дослідженні. Теоретичні розрахунки і практика доводять, що для отримання достовірних даних про переконання і вибір жителів такого великого міста, як Київ, достатньо опитати 700-800 осіб. Однак більшість опитувань громадян проводяться за вибіркою обсягом до 1500 осіб.

9. Помилка вибірки.

Як ми вже знаємо, репрезентативність – властивість вибіркової сукупності відбивати характеристику генеральної. Якщо виміри генеральної і вибіркової сукупностей не збігаються, то має місце помилка репрезентативності – ступінь відхилення статистичної структури вибірки від структури відповідної генеральної сукупності. Уявимо, що середньомісячний сімейний прибуток пенсіонерів у генеральній сукупності складає 2 тис. грн., а у вибірковій – 6 тис. грн.. Це означає, що соціолог опитував тільки заможну страту пенсіонерів, а тому в дослідження вкралася помилка репрезентативності. Тобто, *помилкою репрезентативності називається розбіжність вимірів двох сукупностей – генеральної, на яку спрямований теоретичний інтерес соціолога і уявлення про властивості, які він хоче в результаті отримати, і вибіркової, на яку*

спрямовано практичну зацікавленість. Вона одночасно є об'єктом дослідження та засобом отримання інформації про генеральну сукупність.

Поряд із терміном «помилка репрезентативності» в соціологічній літературі зустрічається й інший – «помилка вибірки». Іноді вони використовуються як синоніми, іноді «помилка вибірки» застосовується замість «помилка репрезентативності» як чіткіше поняття.

Помилка вибірки – відхилення середніх характеристик вибіркової сукупності від середніх характеристик генеральної сукупності. У практиці помилка вибірки визначається шляхом порівняння відомих характеристик генеральної сукупності з вибірковими середніми. У соціології для дослідження дорослого населення найчастіше застосовуються дані перепису населення, поточної статистичної звітності, результати попередніх опитувань. За контрольні виміри, зазвичай, вважають соціально-демографічні ознаки. Порівняння середніх генеральної і вибіркової сукупностей і визначення на цьому підґрунті помилки вибірки та її зменшення називається *контролюванням репрезентативності*. У зв'язку з тим, що порівняння власних і чужих даних можливе тільки після закінчення дослідження, такий спосіб контролю називається апостеріорним, тобто таким, що здійснюється після досвіду.

В опитуваннях Інституту Дж. Геллапа репрезентативність контролюється за наявними у національних переписах даними про розподіл населення за статтю, віком, прибутком, професією, расовою приналежністю, місцем проживання, характеристиками населеного пункту проживання. Помилку репрезентативності неможливо встановити, якщо невідомі значення перемінної у вибірковій і генеральній сукупності.

Помилка вибірки спричиняється двома факторами: методом формування вибірки і обсягом вибірки. Помилка вибірки розрізняється на два типи – випадкові та систематичні. *Випадкова помилка* – це ймовірність того, що вибіркова середня вийде (або не вийде) за межі встановленого інтервалу. До випадкових помилок відносяться статистичні погрішності, які є атрибутом

самого вибіркового методу. Вони зменшуються у разі зростання обсягу вибіркової сукупності (таб. 2.8).

Таблиця 2.8

Залежність обсягу вибірки від її помилки (обсяг генеральної сукупності складає 20 тис. од.)

Помилка вибірки, %	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	14	17	20
Обсяг вибірки, од.	2500	1100	620	400	280	200	160	110	100	67	50	30	25

Другим типом помилок вибірки є систематичні помилки. Якщо, наприклад, соціолог вирішив дізнатися думку усіх жителів міста щодо соціальної політики яку проводить влада міста, і опитав тільки тих, у кого є приватні авто, то він учинив умисне зміщення вибірки на користь заможних прошарків, тобто тут має місце систематична помилка.

Таким чином, систематичні помилки – результат дій самого дослідника. Вони найнебезпечніші, адже спричиняють значні зміщення результатів дослідження. Систематичні вибірки вважаються небезпечнішими ніж випадкові ще й тому, що їх неможна ні контролювати, ні вимірювати. Вони з’являються тоді, коли, наприклад: 1) вибірка не відповідає завданням дослідження (за метою дослідження потрібно опитати тільки тих пенсіонерів які працюють, а опитані були і працюючі, і не працюючі); 2) має місце незнання характеру генеральної сукупності (соціолог уважав, що 70% усіх пенсіонерів не працює, а виявилось, що не працює тільки 10%); 3) відбираються тільки «зручні» елементи генеральної сукупності (наприклад, тільки забезпечені пенсіонери).

Увага! На відміну від випадкових помилок, систематичні помилки у разі зростання обсягу вибірки не зменшуються!

Узагальнивши усі випадки, коли трапляються систематичні помилки, методисти склали їх реєстр. Вони вважають, що джерелом неконтрольованих деформацій у розподілі вибірових спостережень можуть бути такі фактори:

- порушені методичні і методологічні правила проведення соціологічного дослідження;

- вибрані неадекватні способи формування вибіркової сукупності, методи збирання і розрахунку даних;

- мала місце підміна потрібних одиниць спостереження іншими, доступнішими;

- трапилося неповне охоплення вибіркової сукупності (недоотримання анкет, неповне їх заповнення, складна доступність до одиниць спостереження).

Цілеспрямовані помилки соціолог здійснює рідко. Частіше помилки з'являються тому, що соціологу недостатньо відома структура генеральної сукупності: розподіл людей за віком, професією, прибутками тощо.

Систематичним помилкам легше запобігти (порівняно з випадковими), але їх результати дуже важко усунути. Упереджувати систематичні помилки, точно передбачаючи їх джерела, найдоцільніше на початку дослідження.

Ось деякі зі способів попередження помилок:

- кожна одиниця генеральної сукупності повинна мати рівну ймовірність потрапити до вибірки;

- відбір потрібно здійснювати з однорідних сукупностей;

- потрібно знати характеристики генеральної сукупності;

- складаючи вибірку сукупність, потрібно враховувати випадкові і систематичні помилки.

Якщо вибірка сукупність (або просто вибірка) складена правильно, то соціолог отримає надійні результати, що характеризують усю генеральну сукупність. Якщо вона складена неправильно, то помилка, що з'явилася на етапі формування вибірки, на кожному наступному етапі проведення емпіричного соціологічного дослідження примножується і досягає на завершальному етапі такої величини, яка переважає цінність проведеного дослідження. Таке дослідження приносить більше шкоди, ніж користі.

Такого роду помилки можуть трапитися тільки з вибірковою сукупністю. Щоб уникнути або принаймні зменшити ймовірність помилки, найпростіше –

збільшити обсяг вибірки (в ідеалі – до обсягу генеральної: коли виміри обох сукупностей матимуть повний збіг, і помилка вибірки взагалі зникне). Економічно такий метод неможливий, тому йти потрібно іншим шляхом: удосконалювати математичні методи формування вибірки. Саме вони застосовуються на практиці. Таким є перший канал проникнення в соціологію математики. Інший канал – математична обробка даних.

Особливо важливою проблема помилок стає в маркетингових дослідженнях, де формуються кількісно незначні вибірки. Зазвичай, до них входить кількості, рідше – тисячу респондентів. Тут початковим етапом розрахунку вибірки стає питання про визначення вибіркової сукупності. Кількість людей у вибірковій сукупності визначається двома чинниками: 1) вартістю збирання інформації; 2) прагненням до визначення рівня статистичної достовірності результатів, що її має намір отримати дослідник.

Звичайно, навіть не досвідчені у статистиці та соціології люди інтуїтивно розуміють: чим більші розміри вибірки, тобто чим ближче вони до розмірів генеральної сукупності в цілому, тим надійнішими і достовірнішими будуть отримані дані. Однак вище уже йшлося про практичну неможливість суцільних опитувань у тих випадках, коли вони проводяться на об'єктах, чисельність яких перевищує десятки, сотні тисяч і навіть мільйони осіб. Звісно, вартість збирання інформації (включно з оплатою тиражування інструментарію, праці анкетерів, польових менеджерів та операторів із комп'ютерного введення інформації) залежить від тієї суми, яку може надати замовник, і майже не залежить від дослідника. Що стосується другого чинника, то він буде пояснений дещо детальніше.

Отже, чим більша величина вибірки, тим меншою є можливість помилки. Хоча необхідно відзначити таке: бажаючи вдвоє збільшити точність, потрібно буде збільшити чисельність вибірки не вдвоє, а в чотири рази. Наприклад, щоб підвищити вдвоє точність оцінки даних, отриманих шляхом опитування 400 осіб, потрібно буде опитати не 800, а 1600 чоловік. Хоча, мабуть, маркетингове дослідження не потребує абсолютної точності. Якщо, наприклад, власнику

броварні потрібно дізнатися, який відсоток споживачів пива віддає перевагу саме його продукції, а не виробам його конкурента - 60% або 40%, то на його плани аж ніяк не вплине різниця між 57%, 60% або 63%.

Помилка вибірки може залежати не тільки від її обсягу, але і від рівня відмінностей між окремими одиницями в самій досліджуваній генеральній сукупності. Наприклад, якщо потрібно дізнатися, яка кількість пива споживається, то ми виявимо, що в самій генеральній сукупності норми споживання цієї продукції у різних людей істотно розрізняються (гетерогенна генеральна сукупність). В іншому випадку будемо вивчати споживання хліба і встановимо, що у різних людей воно розрізняється набагато менше (гомогенна генеральна сукупність). Чим більшим є рівень відмінності (або гетерогенності) в самій генеральній сукупності, тим більшою буде можливість помилки вибірки. Ця закономірність тільки підтверджує те, що нам підказує звичайний здоровий глузд. Отже, як справедливо зауважує **В. Ядов**, «чисельність (обсяг) вибірки залежить від рівня однорідності або різномірності досліджуваних об'єктів. Чим вони однорідніші, тим менша чисельність може забезпечувати статистично достовірні висновки».

Визначення обсягу вибірки залежить також від рівня довірчого інтервалу допустимої статистичної помилки. Тут маються на увазі так звані випадкові помилки, пов'язані з природою будь-яких статистичних погрешностей. **В. Паніотто** наводить такі розрахунки репрезентативної вибірки з допуском 5% помилки (таб. 2.9)

Таблиця 2.9

Розрахунки репрезентативної вибірки

Обсяг генеральної сукупності	500	1000	2000	3000	4000	5000	10000	100000
Обсяг вибірки	222	286	333	350	360	370	385	358

Це означає, що якщо опитуванням охоплено 400 осіб у місті, де кількість дорослого населення складає 100 000 чоловік, виявлено, що 33% опитаних покупців віддають перевагу продукції місцевого м'ясокомбінату, то з 95%

ймовірністю можна стверджувати, що постійними покупцями цієї продукції є 33+5% (тобто від 28 до 38%) жителів цього міста.

Можна також скористатися розрахунками Інституту Геллапа для оцінки пропорції розмірів вибірки і помилки вибірки (див. вище). Сьогодні багато складних розрахунків бере на себе комп'ютерна техніка, а статистичні програми можна отримати через Інтернет. Так, із розрахунком вибірки лівому соціологу надано таку можливість на веб-сайті аналітичного центру «Бізнес і маркетинг» (<http://www.bma.ru/enter.htm>), де користувачеві потрібно тільки внести необхідні дані, а потім натиснути кнопку «Розрахувати».

10. Контроль і ремонт вибірки.

Якість соціологічної інформації може знизити значна кількість факторів: неправильно сформульовані анкетні запитання, неправильно обраний метод збирання первинної інформації, пропущені відповіді в анкетах, нечітко спланована вибірка тощо. Досвід емпіричних досліджень – закордонних і українських, фундаментальних і прикладних – свідчать, що помилки, зокрема у формуванні вибіркової сукупності, трапляються майже в кожному дослідженні. Інше питання – значущі чи не значущі такі деформації. У зв'язку з тим, що помилки накладання і деформування відбуваються завжди, то для фахівців, які виконують ремонт і контроль вибірки, робота також знайдеться завжди. Традиційно у соціології *контролем вибірки* називається процес наукового порівняння вимірів генеральної і вибіркової сукупностей, встановлення величини їх розбіжностей, виявлення причин відхилення і розробка можливих способів усунення неточностей. У вузькому розумінні – це *зрівнювання (зближення) вибірових і генеральних розподілів соціально-демографічних характеристик респондентів*.

Під ремонтом вибірки потрібно розуміти сам процес усунення погрешностей, тобто зближення вимірів двох сукупностей тими способами, методами та інструментами, які пропонує методологія прикладних

соціологічних досліджень. Таким чином, ремонт є практичною реалізацією контролю вибірки. Вони є двома обов'язковими етапами проведення соціологічного дослідження.

Часто контроль вибірки застосовують у розширеному значенні, до нього включають також ремонт вибірки. У такому разі мова ведеться про *широке розуміння* ремонту вибірки як первинної статистичної обробки даних, яке включає корекцію: а) вибіркової сукупності; б) розподіл соціально-демографічних характеристик респондентів; в) різких відмінностей і пропущених відповідей, а також зважування початкових даних. Указані види корекції покликані відремонтувати найважливіше – вибірку дослідження, підвищити рівень її репрезентативності. Чому це найважливіше? Анкета може бути винятково цікавою, глибокою і змістовною, але застосували її на поганому масиві, тобто не репрезентативній вибірці. у такому випадку зусилля всього колективу дослідників будуть змарновані, тому що ціна отриманої інформації близька до нуля. Саме з цієї причини в аналізованих нижче видах корекції, навіть якщо вони стосуються заповнення анкети і до вибірки мають немовби побічне відношення, центр уваги єдиний – вибірка. Основна мета ремонту вибірки – підвищення якості уже зібраної інформації. Процедура ремонту вибірки складається з кількох операцій.

Корекція вибіркової сукупності. Зазвичай, не завжди відібрані респонденти з самих різних причин можуть або бажають відповідати на запитання. Хтось захворів або поїхав у термінове відрядження, хтось відмовляється відповідати з ідейних мотивів, інші не здатні відповісти з причин неосвіченості тощо. Когось важко застати вдома, хоча анкетер відвідував його кілька разів.

У зв'язку з цим з'являється проблема заміни респондентів, яка може бути вирішена за допомогою кількох методів: вибір наступного за списком респондента (наприклад, наступного номера в телефонному довідникові), використання первісної вибірки більших розмірів і формування повторної вибірки. У цьому випадку, якщо відсоток відповідей виявився набагато

меншим, ніж очікувалося, то основа вибірки розширюється за рахунок додаткових імен, знайдених випадковим чином. Найефективнішим вважається пошук еквівалентної заміни. Якщо, наприклад, до вибірки потрапив пенсіонер певної національності, який працює, вдівець, то бажано підшукати йому заміну іншого пенсіонера близького за віком, тієї ж національності, вдівця, що працює. Зазвичай, це стає складною справою, яка вимагає значних затрат часу. Якщо список генеральної сукупності стає невеликим і знайти заміну не вдається, варто відмовитися від еквівалентного методу і перейти до іншого.

Корекція розподілів демографічних характеристик респондентів. Якщо після закінчення дослідження у паспортичці дослідження трапився, наприклад, перебір жінок, людей із вищою освітою або людей поважного віку порівняно з тими відсотковими долями, які вони мають в генеральній сукупності, то можна застосувати три способи: 1) видалити ті групи респондентів, яких виявилось в надмірній кількості; 2) додатково опитати ті групи, яких виявилось недостатньо; 3) математично підвищити значення відповідей присутніх недостатньо або знизити – присутніх надмірно. Спочатку бажано з'ясувати, чи не впливає і те, й інше на зміст відповідей. Можливо, усе можна залишити без змін.

Зважування початкових даних – математичний спосіб підвищення або заниження значень відповідей конкретної групи респондентів (наприклад, неодружених сільських жінок у віці від 30 до 45 років). *Зважування означає надання кожному респонденту певної значущості* (коефіцієнта, на який потрібно помножити усі думки-відповіді одного або групи респондентів для відновлення репрезентативності). На думку **А. Балабанова**, зважування – єдиний спосіб відновлення репрезентативності в панельних дослідженнях без утрати точності. У зв'язку з тим, що способів зважування існує багато, то перед соціологом з'являються досить складні методологічні проблеми, які без відповідної підготовки та знань математики вирішити неможливо. Коефіцієнти значущості можна визначити різним чином, а сам процес присвоєння коефіцієнтів майже неможливо контролювати стороннім дослідникам.

Найпростіший спосіб – кількість респондентів у конкретній соціально-демографічній групі, наприклад, підлітків від 13 до 17 років, з генеральної сукупності (N) ділять на кількість респондентів, які представляють цю вікову групу (n), вважаючи, що один респондент представляє думку jV осіб генеральної сукупності.

Провідними фахівцями Інституту Соціології НАН України було доведено, що демографічні характеристики респондентів майже не мають зв'язку з відповідями на запитання, пов'язані з рівнем задоволеності роботою і життям, оцінкою темпів реформ, ставленням до дій політичних лідерів, оцінкою зовнішньополітичних подій тощо. Іншими словами, чоловіки і жінки однаково відповідають на запитання про задоволеність життям або про політичні події. Для цих індикаторів перезважування проводити не потрібно. Якщо ж одна характеристика, наприклад, стать, тісно пов'язана з усіма змістовними запитаннями або різні запитання пов'язані з різними характеристиками, то корекцію доведеться робити за схемою, описаною в цьому посібникові.

Фахівці з проведення прикладних соціологічних досліджень, аналізуючи дані, забезпечують старанний ремонт вибірки, щоб мінімізувати відхилення, які з'являються на етапі польових робіт. Особливо значні зміщення відбуваються за вимірами статі і віку.

Корекція відповідей, які різко відрізняються. У процесі опитування іноді трапляються такі відповіді респондентів, які різко виділяються на загальному фоні. Причини тут можуть бути найрізноманітніші: респондент неправильно зрозумів запитання анкети, у нього оригінальні погляди на світ або просто вирішив пожартувати з дослідником. Звісно, можуть бути й інші причини. Однак повернутися до респондента і перепитати уже неможливо. У такому випадку, особливо якщо анкет багато, бракований екземпляр краще видалити із загального масиву.

Корекція пропущених відповідей. Пропуски найчастіше з'являються у відкритих запитаннях або у формі таблиць. Найпростіший спосіб корекції –

елімінувати їх або всю анкету з наукового аналізу. У разі пропуску не змістовного запитання, а того, що є у паспортичці, чинять так: якщо соціально-демографічні характеристики не мають зв'язку зі змістовними відповідями, то анкеті з пропущеними значеннями потрібно надати соціально-демографічних характеристик, які часто зустрічаються у вибірці, або визначити їх випадковим чином, або пропорційно (якщо таких анкет багато). Якщо ж зв'язок є, то потрібно визначити, до відповідей якої групи (наприклад, чоловіків або жінок) ближче відповіді в анкеті, де графа «стать» не вказана, і внести цю характеристику.

Якщо даних отримано багато, то ремонт вибірки може здійснюватися за рахунок скорочення вибіркової сукупності. Це, на думку багатьох дослідників, найраціональніший підхід до ремонту вибірки, тому що ця стратегія не посилається на жодні додаткові припущення. Якщо обсяг вибірки незначний, то для її ремонту потрібно застосовувати низку додаткових припущень, які не пов'язані із зібраним матеріалом й істинність яких важко перевірити.

Переформування вибірки здійснюється тоді, коли перевірка довела, що вибірка не відображає вимірів сукупності в цілому. У такому разі вибираються нові респонденти, вони додаються до раніше використаної вибірки, поки не досягається задовільний рівень репрезентативності.

Мало хто з соціологів, які організують емпіричні дослідження, заносять дані про ремонт і контроль вибірки до його паспортички, а от для західноєвропейських та американських соціологів це уже давно стало поширеним методом підвищення якості соціологічної інформації.

Ефективним контролем вибірки і взагалі якості даних у дослідженні є публікація вузлових характеристик дослідження, найперше методичного інструментарію. Якщо автор дослідження приховує інформацію, посилаючись, наприклад, на комерційну таємницю, обов'язково має з'явитися сумнів у його порядності. Річ у тім, що усі методики вимірювань, зокрема у сфері маркетингових вимірювань і мас-медіа, давно відомі, вони повністю відкриті, а тому не можуть бути комерційною таємницею. Більше того, відсутність даних

про методику вимірювань є порушенням усіх угод які існують у соціологічному середовищі, зокрема про медіа вимірювання.

11. Паспортичка вибірки.

Для написання наукового звіту та публікації статті в академічному виданні від авторів дослідження завжди вимагають чітких пояснень щодо самого дослідження та вибіркової сукупності: хто і коли проводив дослідження, які методи дослідження застосовувалися, яким є тип, обсяг і характер вибірки, помилка репрезентативності, структура вибіркової сукупності за найважливішими вимірами (наприклад, стать, вік, національність, освіта), контроль даних тощо. Якщо така інформація відсутня, то статті до журналу, зазвичай, не беруть. Якщо ж указані дані є тільки частково, то їм не довіряють серйозні науковці. Отже, паспортичка дослідження та паспортичка вибірки необхідні авторам не менше, ніж редакторам і читачам.

Паспортичка вибірки з'являється у соціолога двічі. Уперше характеристику типу вибірки з коротким обґрунтуванням доцільності її застосування відповідно до мети дослідження, вимогами репрезентативності та організаційними можливостями дослідження соціологу доводиться робити в методичному розділі програми дослідження. Розділ про вибірку дає відповіді на такі запитання:

- Яким є емпіричний об'єкт дослідження?
- Дослідження є суцільним чи вибіркоvim?
- Якщо дослідження вибіркoве, то чи претендує воно на статус репрезентативного?
- Якщо має місце претендування на статус репрезентативного, то якою є генеральна сукупність?
- Скільки ступенів відбору застосовано у вибірці?
- Якою є одиниця відбору на кожному ступені?

- Яка стратегія відбору застосовується на кожному ступені (випадкова, квотна) ?

- Який конкретно різновид випадкового відбору застосовується?

- Які виміри застосовуються у разі квотної вибірки?

- Що є основою вибірки (список, картотека, карта) ?

- Якою є одиниця спостереження на останньому ступені відбору?

Правила вибірки описуються не тільки для методу опитування, але і для кожного методу, який застосовується в дослідженні: аналіз документів, спостереження тощо.

Описувати вибірку можна за умовним зразком у дослідженні бригадних форм організації праці можливою є така стратегія: 1) емпіричним об'єктом беруться робітники, об'єднані в бригадну форму організації праці; 2) дослідження вибіркове; 3) генеральною сукупністю є усі робітники, об'єднані в бригадну форму; 4) застосовуються три ступені відбору; 5) на першому рівні виокремлюються бригади, зайняті переважно на допоміжному виробництві. Для них застосовується суцільне опитування (у зв'язку з їх малою чисельністю), а для решти – вибіркове; 6) другий рівень – відбір бригад, зайнятих в основному виробництві. За показниками, які характеризують кінцеві результати, бригади розрізняються на три групи: а) передові; б) середні; в) відсталі. Залежно від кількості бригад на кожен групу складається список, і за ним робиться випадковий непропорційний відбір (наприклад, по три бригади у кожній групі) за допомогою певного «кроку вибірки»; 7) третій ступінь – у відібраних бригадах проводиться суцільне опитування. Одиницею спостереження є окремий робітник.

Удруге з описом вибірки соціолог зустрічається уже після проведення дослідження, коли пише науковий звіт або наукову статтю в журнал. Неповний опис паспортних даних дослідження, як це не прикро, – найпоширеніша вада для соціологів-початківців. Дехто просто не знає, як саме їх складати, інші вважають таку інформацію необов'язковою, або неважливою. Є і така категорія «дослідників», яким нічого розповідати, тому що, надавши повну інформацію

про вибірку, вони розкривають свою професійну непридатність. Досить поширеним є такий випадок: соціолог якийсь провів дослідження, якимось чином вибудував вибірку та отримав якісь дані, однак сформулювати паспортичку, відобразити науковими термінами свої дії він виявляється неспроможним.

Емпіричні дані, отримані таким горе-дослідником, начебто й цікаві, автор поспішає донести їх до читачів, однак описати виміри свого дослідження, тим більше обґрунтувати, чому обрав саме такий метод або тип вибірки, він не може. Хронічна вада молододосвідчених соціологів – відсутність або ж низький рівень методичної культури. Це стосується не тільки організації та проведення польового дослідження, але й публікацій за його результатами у відкритій пресі.

12. Репрезентативність.

Репрезентативність (франц. *representatif* – показовий) – властивість вибіркової сукупності відображати характеристики генеральної сукупності. Репрезентативність вибірки означає, що за деякою попередньо встановленою або вирахованою на фактичній вибірці похибкою встановлене на вибірковій сукупності можна ототожнювати з генеральною сукупністю. або, якщо застосувати мову статистики, знайти оцінки параметрів генеральної сукупності. По-перше, кожна одиниця генеральної сукупності повинна мати однакову ймовірність потрапити у вибірку. По-друге, щоб уникнути спрямованого відбору, відбирання одиниць генеральної сукупності потрібно проводити незалежно від досліджуваної ознаки. По-третє, у разі такої можливості, відбір потрібно проводити з однорідних сукупностей. По-четверте, кількість одиниць генеральної сукупності, відібраних для дослідження, мусить бути достатньо великою.

Процес безпосереднього визначення репрезентативності вибірки складається з двох етапів: 1) порівнювання середніх показників розподілів

вибіркової і генеральної сукупностей; 2) порівняння форм розподілу цих показників. Середній показник розподілу, зазвичай, вираховується як середня арифметична або середньозважена арифметична цього розподілу.

У тому разі, коли вивчається сукупність з альтернативними ознаками, замість середньої арифметичної вираховується доля одиниць, які мають досліджувані виміри, відносно усієї сукупності. Якщо позначити обсяг сукупності символом N , а явище з цією ознакою – M , то P – доля явищ із цією ознакою визначається за такою формулою:

$$P = \frac{M}{N}$$
$$P + Q = 1 \text{ (100\%)}$$
$$1 - P = Q,$$

Тут Q – доля явищ з альтернативною ознакою.

Користуватися висновками, отриманими на підґрунті дослідження вибіркової сукупності, можна у тому випадку, якщо відмінність середніх арифметичних (або відмінність середніх долей) вибіркової і генеральної сукупностей наближається до нуля. Вважається, що ця вимога задовольняється у разі виконання чотирьох умов, описаних вище. Тут важливо зазначити, що, знаючи тільки вибіркові середні показники, неможливо зробити точні оцінки їх відмінності, тому що невідомі середні показники генеральної сукупності. Крім того, самі значення вибіркових середніх можуть коливатися залежно від того, які одиниці генеральної сукупності потраплять до вибірки. Тому оцінка репрезентативності вибіркової сукупності за середнім показником її розподілу зводиться до пошуку помилки репрезентативності.

Порівняння вибіркової і генеральної сукупностей за середнім показником не формує повноцінного уявлення про генеральну сукупність. Наприклад, у двох сукупностях з однаковим середнім показником розбіжності між максимальним і мінімальним значеннями ознаки, які визначають форму її розподілу, можуть бути різні. Якщо зобразити такий поділ графічно, то буде утворена симетрична дзвоноподібна (нормальна) крива, яка відображає той факт, що сума багатьох незалежних, довільно розподілених випадкових

перемінних приблизно розподіляється за нормальним законом. Ордината y , яка визначає висоту кривої для кожної точки x , представляє собою щільність ймовірності для значення x_2 .

Максимум щільності ймовірності припадає на середнє значення перемінної і рівне одиниці. Це означає, що чим менше випадкове значення перемінної відрізняється від середнього значення цієї перемінної, тим більшою є ймовірність її прояву. І, навпаки, чим більше відхилення значень перемінної від її середньої величини, тим ймовірність їх появи менша. Таким чином, значення відхилень від середньої величини, тобто значення виду $x_i - \bar{x}$, несуть інформацію про варіації досліджуваних перемінних. Якби усі значення ознаки були однакові та збігалися із його середньою величиною, то сукупність значень цієї ознаки була б максимально однорідною.

Зазвичай, кількість позитивних відхилень від середнього арифметичного значення сукупності приблизно дорівнює кількості негативних відхилень, тобто сума усіх відхилень неухильно спрямовується до нульового значення. Тому, якщо потрібно було б додати усі відхилення ознаки в сукупності, ця сума завжди була б рівна нулеві:

$$\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x}) = 0.$$

Щоб уникнути цього, кожне відхилення підносять до квадрату і знаходять суму квадратів – дисперсію.

Нормальний розподіл повністю характеризується вимірами: \bar{X} – середнє значення ознаки, σ – середнє квадратичне (стандартне) відхилення. Середнє \bar{x} визначає становище розподілу відносно осі x ; стандартне відхилення показує форму кривої; чим більше значення σ , тим ширша крива і тим нижчий її максимум.

Площа під нормальною кривою розташовується таким чином, що у межах $x \pm \sigma$ знаходиться 68% всього розподілу ознаки, у межах $x \pm 2\sigma$ — 95,5%, у межах $x \pm 3\sigma$ — 99,7%. Ймовірність того, що різниця між випадковою перемінною, розподіленою приблизно за нормальним законом, і її середнім

значенням за абсолютною величиною переважає Z , менше 0.3%. Це означає, що майже зі стовідсотковою впевненістю можна стверджувати:

$$x_{\max} \leq \bar{x} + 2\sigma, \quad x_{\min} \geq \bar{x} - 3\sigma.$$

Оцінка репрезентативної вибіркової сукупності за формою розподілу показників представляє собою порівняння рівнів варіації цих показників у вибірковій і генеральній сукупностях. Дисперсія генеральної сукупності відома далеко не завжди, однак математичною статистикою доведено, що між генеральною і вибірковою дисперсіями існує співвідношення виду:

$$G_{\text{ген}}^2 = G_{\text{выб}}^2 \left(\frac{n}{n-1} \right),$$

де n – обсяг вибірки.

Проблема репрезентативності вибірки має важливе значення як проблема обґрунтованості екстраполяції висновків, отриманих під час аналізу вибіркової сукупності, на всю генеральну сукупність.

Використана і рекомендована література

1. Гарипов Я.З., Рысков И.Н. Построение типологии национально-административных территорий с помощью машинной классификации // Социолог. исслед. – 2017. – №3. – С. 146 – 153.
2. Давыдов А.А., Крыштановский А.О. Ремонт выборки. // Социолог исслед. – 2018. – №5. – С. 100 – 105.
3. Жабский М.И. Обоснование репрезентативности социологического исследования // Социолог. исслед. – 2013. – №2. – С. 148 – 158.
4. Жабський М.І. Репрезентативність у соціологічному дослідженні // Філософська думка. – 2014. – №5. – С. 81 – 91.
5. Козеренко Е.В., Новиков С.Г., Шнейдер М.Г. Методы построения и реализации выборки // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 2013. – №1. – С. 9 – 10.

6. Козеренко Е.В., Новиков С.Г. Выборка мониторинга: апостериорный контроль // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 2013. – №5. – С. 8 – 10.
7. Кокрен У. Методы выборочного исследования. – М.: Статистика, 2016. – 440 с.
8. Коренев Ю.Ф., Паниотто В.И., Яковенко Ю.И. Система территориальных опросов населения страны на базе почтовой службы страны // Социолог. исслед. – 2016. – №4. – С. 115 – 118.
9. Петренко Е.С., Ярошенко Т.М. Социально-демографические показатели в социологических исследованиях. – М.: Статистика, 2019. – 166 с.
10. Проектирование и организация выборочного социологического исследования. – М.: ИСИ АН СССР, 1977. – 167 с.
11. Территориальная выборка в социологических исследованиях. – М.: Наука, 2018. – 218 с.
12. Филиппова О.В., Шкаратан О.И. Приложение 1. Методика выборки // Рабочий и инженер. – М.: Мысль, 1985. – С. 213 – 227.
13. Чубарев В.Л., Хотеев В.О. Вибірка за методом квот // Філософ. думка. – №4. – С. 76 – 84.
14. Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования (некоторые методологические и методические проблемы). – К.: Наук. думка, 2016. – 183 с.
15. Чурилов Н.Н. Труднодоступные единицы наблюдения – источник систематических ошибок // Социолог. исслед. – 2016 – № 1. – С. 116 – 125.
16. Шереги Ф.Э. Методические проблемы выборки и репрезентативности в социологической практике // Социолог. исслед. – 2017. – С. 112 – 122.

Глосарій (словник термінів)

Безповторна вибірка – вибірка, за якої обраний елемент вилучається з вибірки і не може бути обраний двічі в одному дослідженні.

Випадкова (чи проста випадкова) вибірка – відбір одиниць спостереження, за якої існує однакова ймовірність потрапляння кожної одиниці генеральної сукупності до вибірки.

Повторна вибірка – вибірка, за якої обраний елемент знову повертається до генеральної сукупності, і є певна ймовірність, що він буде обраний ще раз.

Принцип районування (стратифікації) – виокремлення такої кількості і таких статистично однорідних груп, щоб дисперсія заданих параметрів усередині одержаних груп була меншою, ніж між ними.

? Контрольні запитання

1. Схарактеризуйте основні способи відбору, що визначають тип вибірки.
2. У чому полягає сутність принципу районування?
3. Чим відрізняється кластерний («гніздовий») спосіб попередньої класифікації об'єкта від районування («стратифікації»)?
4. Що таке маршрутний метод?
5. Наведіть приклад багатошагової випадкової вибірки.
6. Коротко поясніть найпоширеніші види цілеспрямованого підходу до побудови вибірки.
7. Що у першу чергу має враховувати автор проекту вибірки, визначаючи мінімальний обсяг вибіркової сукупності?

📖 Теми ІНДЗ

1. Ймовірнісний та цілеспрямований підходи до відбору одиниць спостереження.
2. Досвід застосування територіальних вибірок у соціологічних дослідженнях.
3. Досвід застосування систематичних вибірок у соціологічних дослідженнях.
4. Квотний відбір: переваги та недоліки.
5. Основні галузі застосування цілеспрямованого відбору одиниць спостереження.

РОЗДІЛ 2. ПОЛЬОВИЙ ЕТАП ДОСЛІДЖЕННЯ

ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ ВИМІРЮВАННЯ ПЕРВИННОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

План

1. Рівні соціологічного аналізу емпіричних даних.
2. Гносеологічні характеристики основних типів шкал.
3. Статистичний аналіз.

1. Рівні соціологічного аналізу емпіричних даних.

Після того, як результати опитування введені в комп'ютер та сформовані у відповідному файлі, його, зазвичай, називають масивом даних, подальша обробка отриманої інформації відбувається відповідно до обраного рівня глибини аналізу, виду і конкретних процедур аналізу. Виокремлюються два основних рівні аналізу: опис результатів дослідження і пояснення отриманих даних.

Перший рівень – опис отриманих даних зводиться до оформлення та інтерпретації одномірних та двомірних розподілів респондентів за їх відповідями на сформульовані в анкеті запитання. У цьому разі дослідник виконує такі завдання: 1) формує ряди розподілів; 2) робить статистичну експертизу отриманих рядів розподілів; 3) оформлює отримані, статистично оцінені ряди розподілів у таблиці або графіки таким чином, щоб вони, маючи максимальне інформаційне навантаження, водночас були зрозумілі для сприйняття звичайним споживачем.

Другим рівнем аналізу є пояснення отриманих даних. У контексті аналізу первинних соціологічних даних під поясненням розуміється: встановлення зв'язків між типами відповідей на різні запитання анкети, оцінка характеру і спрямованості цих зв'язків (спроба пошуку причинно-наслідкових відносин); оцінка і опис ймовірності прояву цих зв'язків на підґрунті зібраного матеріалу.

Таке пояснення має характер не стільки логічного обґрунтування запропонованого автором пояснення, скільки статистичної обґрунтованості результатів перевірки гіпотез, сформульованих у програмі дослідження. Спроби пояснення отриманих даних на цьому рівні аналізу засновуються на різних статистичних процедурах множинного аналізу, серед яких найпростішим (але надзвичайно ефективним) є порівняльний аналіз тримірних розподілів, спрямований на пошук причинного фактора.

Перш ніж перейти до аналізу конкретних процедур опису і пояснення отриманих фактів, важливо зрозуміти сутність однієї з найпоширеніших помилок, яку роблять малодосвідчені соціологи на цьому етапі дослідження. Цю помилку можна назвати стратегічною, вона спричиняє спотворення уже отриманих даних і полягає у тому, що, застосовуючи процедури опису даних, дослідник прагне пояснити їх інтуїтивно. Як малодосвідчений початківець він виявляється нездатним піднятися на якісно вищий рівень інтерпретації зібраних даних. Його пояснення засновується не на результатах статистичної перевірки висунутих гіпотез, як того вимагає високопрофесійний аналіз емпіричного матеріалу, а на зовсім іншому підґрунті. Якщо організатор є фахівцем у галузі досліджуваної проблеми, але дилетантом у статистичному аналізі, він розкриває проблему у висунутій ним парадигмі, залучаючи отримані результати як ілюстративний матеріал. Звісно, такий підхід не варто оцінювати як найгірший із можливих. Однак у такому разі важливо розуміти, що автор такого аналізу з безлічі фактів тенденційно відбиратиме ілюстрації своїх тез. Тобто йдеться про творення певного ідеального образу, змістом якого є логіка й позиція автора, але аж ніяк не об'єктивні результати дослідження.

Тут важливо зазначити: досить часто трапляється й інша ситуація. Соціолог, виконуючи замовне емпіричне дослідження, не є фахівцем у галузі досліджуваної проблеми. Його основне завдання – професійно провести опитування і компетентно проаналізувати зібраний матеріал. Якщо він без проведення відповідного статистичного аналізу починає «пояснювати» зібрані дані, то його інтерпретація своїм підґрунтям має логіку, деяку інформованість

та здоровий глузд. Однак у такому «поясненні» присутні також побутові стереотипи, навіть звичайна вигадка. Такий «аналіз» є особистою думкою дослідника, до якої долучаються деякі дані, отримані у результаті опитування. За таких обставин замовник, який фінансував дослідження, вводиться в оману, бо вважає, що всі наведені пояснення, дійсно, обґрунтовуються отриманими даними.

Важливо розуміти, що необхідною передумовою коректності аналізу результатів масового опитування є не стільки кваліфікація дослідника, скільки правильна його оцінка рівня власної кваліфікації й застосування методів аналізу та інтерпретації, що відповідають рівневі його підготовленості. Якщо соціолог опанує всі необхідні правила опису й інтерпретації отриманих фактів, то належним чином оформлений матеріал завжди міститиме інформацію, яка знайде зацікавленого споживача.

Сказане вище зовсім не означає, що автор не може давати пояснення описаним фактам, але він насамперед має усвідомлювати сам, а вже потім пояснити замовникові свого дослідження – пропоноване ним пояснення ґрунтується не на отриманому матеріалі, а на світоглядних позиціях автора.

У соціології розрізняються первинний та вторинний аналіз результатів масових опитувань. Первинний здійснюється через статистичну обробку даних опитування і передбачає певний рівень підготовленості у царині математичної статистики. Під вторинним аналізом мається на увазі загальний логічний аналіз проблеми. У такому разі результати опитувань залучаються тільки як встановлені факти до ілюстрації (підтвердження або спростування) тих або тих тверджень автора аналізу. У контексті вторинного аналізу практично немає значення, чи автор залучає дані власного дослідження, чи інших джерел (публікації документів тощо), тому що свої висновки він обґрунтовує логічно.

Вибір рівня аналізу визначається, по-перше, кваліфікацією виконавця, його фаховістю у математичній статистиці, по-друге, завданням дослідження. Наприклад, для опитувань громадської думки, зазвичай, цілком достатньо описового рівня.

Якщо вибір рівня аналізу визначається кваліфікацією виконавця та завданнями дослідження, то вибір конкретних процедур і статистичних методів залежить від типу шкал. Тобто вид і тип побудованої шкали жорстко корелюється із застосуванням конкретних статистичних процедур аналізу характеру відповідей на певне запитання анкети.

Усі шкали, які застосовуються для аналізу первинних соціологічних даних розрізняються на три основні види: 1) *номінальна*; 2) *рангова (порядкова)*; 3) *метрична (інтервальна)*. Тип шкали визначається особливостями якісного виміру «дискретність - тяглість».

Шкала є дискретною тоді, коли варіанти відповідей у загальному віялі не пов'язані один з одним (між двома «сусідніми» варіантами не передбачається проміжно-перехідного варіанта). Наприклад, відповіді на запитання про національність (1-українець, 2- словенець, 3- хорват, 4- інша національність) є типовим зразком дискретної шкали. Навіть якщо респондент має батьків різної національності (наприклад, мати – українка, батько – хорват), шкала не дає можливості це зафіксувати (якщо потрібно виміряти ці відмінності, будується інший інструментарій). Сама шкала тут не передбачає «проміжних» відповідей.

Неперервні шкали передбачають, що між двома «сусідніми» відповідями можуть бути розташовані проміжні відповіді. Наприклад, відповіді на запитання про вік передбачають, що між віком 20 років і віком 21 рік можуть бути люди із віком 20,1 року, 20,2 року тощо. Навіть якщо шкала не має таких градацій, потенційно вона їх передбачає. Саме якість тяглості «неперервності» шкали визначає можливості застосування різноманітних статистичних процедур.

Попередньо уже зазначалося, що шкали розрізняються на такі види: 1) *номінальні*; 2) *рангові (порядкові)*; 3) *метричні (інтервальні)*. Усі номінальні шкали є дискретними; метричні – неперервними (тяглими); порядкові – займають проміжне місце між першими двома. Одним із аналітичних завдань які постають перед соціологом в емпіричному дослідженні є визначення міри дискретності порядкової шкали. Ця процедура буде детальніше описана нижче.

Тут же потрібно звернути увагу на те, що позначення шкал відбувається до початку обробки даних і результати заносяться до «ключової» анкети (напроти кожного пункту-запитання анкети вказують вид шкали: номінальна, рангова, інтервальна).

Таким чином, перш ніж розпочати статистичний аналіз, необхідно навчитися вільно орієнтуватися у визначенні виду і типу шкали.

2. Гносеологічні характеристики основних типів шкал.

Першою із основних типів шкал, які застосовуються у соціологічному вимірюванні, буде розглянута номінальна шкала. Номінальними у прикладних соціологічних дослідженнях прийнято називати шкали, в яких код відповіді є найменуванням категорії. Це означає, що більшість комп'ютерних програм обробки даних оперує не словами і буквами, а цифрами. Із цієї причини інформація для обробки в комп'ютер вводиться здебільшого числами (відповідним кодом). Наприклад, запитання анкети: «Ваша стать?» супроводжується двома варіантами відповідей:

1 – чоловіки

2 – жінки.

Респондент, орієнтуючись на зміст слів («чоловіки», «жінки»), обводить відповідний код («1» чи «2»). В усіх подальших операціях у файлі даних під кодом «1» маються на увазі чоловіки, під кодом «2» - жінки. Коли шкала номінальна, то в усіх операціях ці цифри означатимуть тільки найменування відповідної категорії, а не число, яким позначений код: введена цифра не має свого числового значення. Ми цілком змогли б використати будь-які інші цифри чи двозначні числа (наприклад, «4» і «8», або ж «16» і «23»). Це не має жодного значення для подальших операцій, якщо шкала має позначку «номінальна». Тут важливо зазначити, що для зручності застосовується звичайний порядок чисел. Крім того, ніхто, звичайно, не стверджує, що чоловіки в будь-якому аспекті первинні, а жінки – вторинні. Автор без будь-

якої похибки для аналізу може поміняти позначення місцями. Це важливо розуміти у процесі аналізу даних тому, що, позначаючи шкалу як «номінальну», автор відмовляється від числових маніпуляцій із нею. Коли цифри позначають числа, мається на увазі, що «1» менше «2» вдвічі, або ж якщо від «2» відняти «1», то отримаємо «1», а якщо до «1» додати «2», то матимемо «3» тощо. У випадку, коли шкала позначається номінальною, цифри «1» і «2» позначають тільки найменування відповідних категорій.

Застосування номінальних шкал вимагає дотримання двох правил. По-перше, потрібно чітко знати, які числові коди позначають ту або ту категорію. По-друге, під час аналізу даних із числовими знаками кодів не можна виконувати жодних арифметичних дій, не можна також обчислювати середнє арифметичне. Це повністю зрозуміло науковцеві, наприклад, коли він аналізує демографічні дані. Однак помилки трапляються досить часто, коли дані стосуються відносин. Прикладом такої помилки досить часто є аналіз відповідей на запитання: «Яким є рівень вашої довіри до N?» Припустимо, що віяло відповідей сформовано таким чином:

- 1 – зовсім не довіряю
- 2 – певною мірою довіряю
- 3 – цілком довіряю
- 4 – важко сказати, довіряю чи ні
- 5 – я його не знаю.

Ця шкала може бути позначена тільки як номінальна, тому що код «4» за своїм значенням не відповідає чотирьом балам довіри, а код «5» не означає найвищого балу довіри. Недосвідчені автори, здійснюючи аналіз даних, замовляють підрахунок індексу (рейтингу довіри), і тоді відповідна кодова позиція у подальших математичних процедурах застосовується як число з відповідним значенням. У такому разі найвищі бали отримують ті особи, яких респонденти не знають, і ті, до кого ще не сформувався певне ставлення. Щоб уникнути подібних непорозумінь, дослідник повинен добре розібратися в характері шкал і точно їх визначити до процедури початку аналізу. Краще,

звичайно, коли це робить у часі підготовки анкети. Однак якщо на цьому етапі дослідник свідомо не сформував шкали або після початку аналізу йому спало на думку застосувати не передбачені дослідницькою програмою статистичні прийоми аналізу, він повинен визначити тип шкали і, в разі потреби, перекодувати інформацію.

Зразками номінальних шкал в анкетах є відповіді на запитання про національність, професію, галузь, у якій працює респондент, про населений пункт чи регіон, де він мешкає, мотиви того або іншого вчинку тощо.

Номінальна шкала може бути підготовлена дослідником у часі складання анкети так і ручної обробки анкет (до введення інформації в комп'ютер). Наприклад, на запитання: «Ваша національність?» автор закладає віяло відповідей: 1- українець, 2- поляк, 3- беларус, 4- словак, 5- угорець, 6- інша. Або ж: 1- українець, 2-угорець, 3- інша (конкретний зміст віяла відповідей визначається завданням дослідника, особливостями вибірки або уявленням автора інструментарію про те, які національності можуть потрапити до вибірки). У ситуації, коли дослідникові точно не відомо, представники яких національностей стануть респондентами, і коли дослідник не бажає втрачати цю інформацію, він може поставити запитання про національність у відкритій формі. Так часто роблять, наприклад, під час визначення професії респондентів, мотивів поведінки та іншої інформації, якщо дослідник не впевнений, чи запропонував він у віялі відповідей анкети усі можливі варіанти.

Однак у будь-якому разі закрите віяло відповідей необхідно підготувати, хоча б у формі кодувального аркуша, до перекодування і редагування архіву анкет. Якщо дослідник не був переконаний у повноті своєї поінформованості в період конструювання анкети і певне запитання поставив у відкритій формі, то він може після отримання заповнених анкет доручити одному з помічників виписати відповіді на це запитання (це може бути список по усіх анкетах чи частині із них) і на підґрунті таким чином отриманих даних підготувати кодувальний аркуш, наприклад, список національностей. У ньому напроти кожної національності буде вказано її кодувальний номер. Як бачимо, для

введення у комп'ютер у будь-якому випадку кожен варіант відповіді мусить мати відповідний числовий код. Тут варто повторитись, що для номінальної шкали він є тільки аналогом відповідного найменування.

Номінальні шкали розрізняються на *альтернативні* та *варіантні* (багатоваріантні). Альтернативні шкали припускають можливість тільки однієї відповіді, наприклад, стать, національність тощо. Варіантні шкали передбачають можливість кількох відповідей. Наприклад, запитання про причини, які змушують респондента поміняти місце роботи чи проживання, можуть передбачати кілька варіантів відповідей.

Визначення різновиду номінальної шкали має принципове значення для подальшої обробки та аналізу даних. Тому до початку обробки дослідник повинен визначити не тільки тип, а й різновид шкали.

Зазвичай, зі шкалами, які стосуються демографічних характеристик, складнощів не виникає. З першого погляду, тут усі шкали мають бути альтернативними, однак не все так просто. Наприклад, формулюючи відповіді на запитання про те, який навчальний заклад закінчив респондент, дослідник має на увазі альтернативну шкалу. Але, у такому разі не враховується, що респондент міг закінчити не один навчальний заклад. Або інший приклад: у запитанні, яке стосується професії респондента, випускається з уваги, про яку саме професію йдеться. Респондент не знає, чи йдеться про професію за базовою освітою, чи про ту, за якою він працює більшу частину життя, або ж про ту, за якою працює нині. У такому випадку автор анкети мав би внести відповідні уточнювальні характеристики до формулювання запитання (якщо він хоче працювати з альтернативною номінальною шкалою) або позначити шкалу як варіантну.

Дещо складнішими є запитання, які стосуються оцінок, особливо ставлення людей до різноманітних соціальних процесів та явищ. Тут визначення різновиду номінальної шкали здійснюється дослідником у формі додаткової інструкції до запитання. Наприклад, до запитання (з відповідним переліком відповідей) «Що, на вашу думку, перешкоджає ефективному

здійсненню економічних реформ?» можна сформулювати різні інструкції: 1) «Зазначте тільки один, найважливіший варіант відповіді»; 2) «Зазначте не більше, ніж два (три, п'ять тощо) варіанти відповіді»; 3) «Зазначте усі слушні, на Вашу думку, варіанти відповіді».

Конкретний варіант інструкції дослідник визначає залежно від тієї інформації, яку він передбачає отримати в результаті інтерпретації результатів. Важливо тільки пам'ятати, що така інструкція є обов'язковою у формулюванні запитання, якщо постановка запитання передбачає багатоваріантну відповідь.

Визначаючи тип шкали, потрібно завжди враховувати, що якщо варіант, наприклад, «вагаюся з відповіддю» стоїть наприкінці переліку відповідей (а отже, має найбільший за числовим значенням код), то ця шкала є номінальною.

До другого типу із основних видів шкал, які застосовуються у соціологічному вимірюванні, відноситься порядкова. Порядковою шкалою в емпіричному соціологічному дослідженні є така послідовність відповідей на запитання, в якій кожен подальший варіант відповіді характеризує наступне рангове місце у континуумі значень. У разі застосування цієї шкали завжди можна сказати, що кожному подальшому варіанту відповіді надається значення «вище» (або «нижче»), «більше» (або «менше») тощо. Прикладом порядкової шкали можуть бути відповіді на запитання про рівень освіти:

- 1 – початкова
- 2 – середня
- 3 – вища.

Ще одним прикладом порядкової шкали є певне віяло відповідей на запитання: «Наскільки Ви задоволені...?»:

- 1 – зовсім не задоволений
- 2 – радше не задоволений
- 3 – важко відповісти, задоволений чи ні
- 4 – радше задоволений
- 5 – цілком задоволений.

У таких випадках кодовий номер варіанта відповіді вказує на його місце у визначеному порядку. Тут обов'язково є критерій континууму (своєрідна лінійка), вздовж якої розташовано варіанти відповідей: у першому прикладі це рівень освіти, у другому – рівень задоволеності. Ми цілком виправдано можемо сказати: університет – це вище ніж коледж, а коледж – це вище ніж школа.

У разі застосування порядкових шкал кодове значення варіанта відповіді застосовується продуктивніше (порівняно з номінальними) у часі статистичного аналізу даних, тому що цифрове значення коду наповнюється певним числовим змістом.

Залежно від ступеня неперервності, одні порядкові шкали можуть вважатися *ранговими*, інші – *інтервальними*. Таке розмежування своїм підґрунтям має визначення «дистанції» між варіантами відповідей.

Якщо дослідник вважає, що «дистанцію» між варіантами відповідей визначити неможливо або ж між різним варіантами вона різна, то порядкову шкалу слід тлумачити як рангову. Наприклад, у наведеному вище вимірюванні рівня освіти не можна стверджувати, що коледж настільки ж «вищий» від школи, наскільки університет «вищий» за коледж. Іншим прикладом може бути шкала відповідей на запитання про те, якою дитиною у сім'ї за послідовністю народжень є респондент: дві особи можуть вказати другу позицію, однак в одного респондента різниця у часі народження між ним і першою дитиною 1 рік, а в другого – 10 років. Тобто у разі застосування рангової шкали втрачається інформація про якісну відмінність у межах окремих градацій.

Застосування такого типу шкали передбачає, що кодовим значенням відповіді вважається певний бал, який характеризує порядковий ранг досліджуваної якості. Через те, що рангові шкали, визначаючи порядок (послідовність) відповідей, не враховують дистанцію (інтервал) між позначеними категоріями, вони мають істотні обмеження щодо застосування різноманітних математичних процедур. Зокрема, до рангових шкал не може бути застосоване обчислення середнього арифметичного, а також усі

коефіцієнти, які включають до своїх розрахункових формул значення середнього арифметичного.

Якщо дослідник обґрунтовує свій прогноз, що інтервал між варіантами відповідей наближається до рівного значення, він приймає порядкову шкалу за умовно *інтервальну*. (У соціології, психології застосовуються методи виваження, вони забезпечують можливість не умовно, а достатньо коректно перетворювати порядкові шкали на інтервальні. Із конкретними методами такого перетворення можна ознайомитися у спеціальній літературі).

Справжню інтервальну шкалу дослідник може отримати у результаті копіткої підготовчої роботи (так, наприклад, будуються шкали Терстоуна, багато тестових процедур тощо). За умови оперативності емпіричного соціологічного дослідження відпрацювання інтервальності не завжди доцільне, тому що це достатньо тривала процедура (може розтягнутися на один-два роки). Однак, працюючи над формулюванням варіантів відповідей, навіть в оперативному дослідженні автор має прагнути так сформулювати відповіді, щоб «дистанції» сприймалися респондентами як рівні інтервали. До такого типу шкал належать варіанти відповідей на запитання щодо задоволеності, рівня довіри тощо. Вивчаючи подібні ознаки, дослідник може відмовитися від вербальних формулювань й одразу запропонувати респондентові оцінити своє ставлення у балах. Наприклад, після запитання: «Наскільки Ви довіряєте N?» пропонується інструкція: «Зазначте свій варіант відповіді на шкалі, де 1 бал означає повну недовіру, а 5 балів – безумовну довіру». Така форма подання віяла відповідей має на увазі умовне позначення інтервальності: відстані між інтервалами відповідей оцінюються в один бал.

Звичайно, потрібно враховувати умовність таких «інтервалів», їх значну суб'єктивність. Однак у зв'язку з тим, що таке шкалування імпліцитно обґрунтоване, шкала може бути позначена як інтервальна. Це забезпечує розширення арсеналу статистичних методів аналізу певної ознаки («рівня довіри», «ступеня задоволеності» тощо), передусім для тих випадків, коли

дослідник планує у часі аналізу застосувати індекси (рейтинги довіри, індекси задоволеності тощо).

Таким чином, визначивши спочатку шкалу як порядкову, дослідник, користуючись критерієм «дискретності – неперервності», вирішує, чи буде він її інтерпретувати як рангову або ж більш або менш обґрунтовано тлумачитиме її як інтервальну. Залежно від цього, будуються плани аналізу – застосування тих або інших статистичних процедур. Правомірність їх застосування повністю визначається рівнем обґрунтованості визначення типу шкали.

Третім із основних типів шкал, які застосовуються в емпіричному дослідженні є метрична (інтервальна) шкала. Метричною (інтервальною) називається шкала, яка має, безумовно, рівні значення інтервалів між позиціями відповідей. Метрична шкала завжди має одиницю виміру, якою вимірюється відстань між позиціями. Прикладом метричної шкали є дані за віком (одиниця виміру – рік), за доходом (одиниця виміру – грошова) тощо. Метрична шкала практично не має обмежень у застосуванні статистичних процедур. У цьому аспекті метричні шкали найефективніші для аналітика. Прагнення надати інтервальності порядковим шкалам визначається потребою дослідника наблизити порядкову шкалу до аналітичних можливостей метричної.

Однак і метричні шкали, зважаючи на певні вимоги аналізу, особливо подання даних, мають вади. Наприклад, у разі опису і подання результатів дані, отримані за допомогою метричної шкали, мають занадто громіздкий вигляд: шкала віку, звичайно, варіює від 18 до 75 років, ще більшу відстань має шкала доходу. Якщо автор бажає подати дані стосовно того, як люди різного віку ставляться, припустимо, до економічних реформ, то таблиця, в якій першу групу становитимуть особи 18 років, другу – 19, третю – 20 і так далі, буде мати багато рядків, і користувачеві буде важко простежити тенденцію, що фіксується у відмінностях між відповідями осіб різних вікових категорій. Тому в процесі аналізу, переходячи від одних статистичних процедур до інших, дослідник може перетворити тип шкали: так, групуючи дані за віком, соціолог фактично

перетворює метричну шкалу на порядкову. Іноді це не тільки можливо, але й необхідно.

Проте перш ніж перейти до проблеми перетворення шкал, ще раз нагадаємо, що найголовніша проблема, про яку не повинен забувати соціолог, – це своєчасне і правильне визначення типу шкали. І перед тим, як застосувати ту або іншу статистичну процедуру аналізу даних, отриманих за конкретними запитаннями анкети, дослідник має точно визначити тип шкали, яку утворює сукупність відповідей на це запитання. У часі визначення типу шкали недосвідченого організатора іноді може збити з пантелику форма відповідей, особливо якщо відповіді подано числами.

Наприклад, на одному з методичних семінарів студентам-соціологам було запропоновано визначити тип шкали для відповіді на запитання: «Зазначте, будь ласка, час, коли ви, зазвичай, дивитеся телепередачі». Віяло відповідей було презентоване лінійкою, розміченою на години, які в сукупності утворюють певний час доби:

6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ранок							День							Вечір				

Тільки одна студентка у групі змогла правильно визначити тип цієї шкали – номінальна. Переважна більшість визначили її як метричну. Так сталося тому, що варіанти були представлені, по-перше, числами, а по-друге, мали рівний інтервал. У цьому випадку студенти (потенційні дослідники) орієнтувалися на форму, а не на зміст шкали. Метричні шкали застосовуються тоді, коли центр аналізу покладено в середині значення аналізованих величин (середньодушовий дохід тощо), і ці середні величини мають повне змістове навантаження. Наприклад, якби запитання стосувалося того, скільки годин на день зазвичай респондент дивиться телевізор, то з одержаних даних про те, що половина респондентів указали дві години, а друга половина – шість, можна було б зробити висновок: у середньому одна людина дивиться телевізор чотири години (зрозуміло, дані беруться умовно). Але якщо метрична шкала

застосовується для щойно наведеного запитання, то в разі обчислення середнього арифметичного можна отримати навіть не викривлену, а абсурдну інформацію: якщо половина респондентів дивиться телевизор о другій годині дня, а друга половина – о шостій вечора, зовсім не означає, що в середньому вони вмикають телевизор о четвертій годині дня.

Оцінюючи тип шкали, дослідник має звертати увагу не стільки а форму, скільки на зміст відповідей.

Ще однією важливою запорукою вимірювання соціальних явищ і процесів **Н. Паніна** називає перетворення шкал. У зв'язку з тим, що кожна зі шкал має свої як переваги, так і вади, науковець у часі підготовки програми прагне сконструювати той тип шкали, який найбільше відповідає меті здійснюваного ним аналізу. Однак можливі ситуації, коли автор бажає застосувати методи статистичного аналізу, які не відповідають певній шкалі. Така ситуація може виникнути з різних причин: по-перше, через відсутність дослідницької програми і плану аналізу. Другою причиною необхідності перетворення шкали може стати нова гіпотеза, для перевірки якої необхідні статистичні процедури, не передбачені первинним планом. По-третє, іноді дослідник потрапляє в ситуацію, коли йому доводиться розпочинати аналіз даних, зібраних за інструментарієм, який розробляли інші автори. У такому випадку дослідник опиняється нібито у вимушеній ситуації необхідності перетворення шкал.

Існують об'єктивні причини, через які соціолог уже на етапі планування аналізу усвідомлює, що у процесі роботи він повинен перетворювати певні шкали. Планування перетворення шкал необхідне у багатьох випадках.

Один із таких випадків – це неузгодженість між можливостями збору інформації і вимогами аналізу. Дослідник у процесі складання анкети усвідомлює, що тип шкали не відповідає вимогам аналізу, але сконструювати шкалу по-іншому неможливо. Організатор дослідження також розуміє, що значна кількість респондентів не зможе знайти правильну відповідь на шкалі, необхідній для аналізу. Отже, на етапі збирання даних буде втрачено

принципово важливу інформацію. Наприклад, у разі вимірювання рівня довіри до різних політичних діячів оптимальною є інтервальна шкала (припустимо, респондента просять оцінити рівень своєї довіри за п'ятибальною шкалою, де 1 бал позначає крайній рівень недовіри, а 5 – найвищий рівень довіри). Така шкала дає змогу підрахувати кількісний індекс довіри і порівнювати рейтинги довіри до різних політичних діячів. Дослідник розуміє, що частина респондентів може просто не знати того чи іншого політичного діяча. Якщо такий варіант вилучити із віяла відповідей, то інформація виявиться спотвореною. Уносячи цей варіант відповіді, дослідник отримує номінальну шкалу. Водночас він може заздалегідь передбачати її перетворення у процесі аналізу, щоб розширити можливості застосування статистичного апарату.

Можлива й інша ситуація, коли потрібно перетворювати шкали. Дослідник на етапі аналізу передбачає застосування різноманітних статистичних процедур, одні з яких відповідають номінальним шкалам, інші – порядковим чи метричним. Наприклад, пропонуючи запитання про ставлення населення до приватної власності на землю, соціолог в одних випадках бажає оперувати індексом ставлення до приватизації землі (порівнюючи ставлення до приватизації різних соціальних груп населення), а в інших – сформулювати дві основні групи населення, відмінні між собою за цим критерієм («за приватизацію» і «проти приватизації землі»), і проаналізувати відмінність між цими двома категоріями згідно з їх ціннісними орієнтаціями соціальним статусом, психологічним станом тощо. У першому типі аналізу дослідникові необхідно скористатися статистичними процедурами, які застосовуються до інтервальних шкал, а в другому – до номінальних.

Важливо зазначити, що у багатьох випадках перетворення шкал цілком можливе.

Будь-яка метрична шкала може бути перетворена як на номінальну, так і на порядкову. Найпростіше метрична шкала перетворюється на номінальну – дихотомія (поділ на дві групи за певним критерієм). Наприклад, за віковою характеристикою всіх респондентів можна поділити на дві групи: до 30 років

(«молодь») і після 30 років. Тут можливе групування з будь-яким інтервалом дрібності. Конкретний варіант групування визначається кількома чинниками. Одним із них може бути гіпотеза. Якщо автор дослідження сформулював достатньо обґрунтовану гіпотезу про межі «соціального віку» (наприклад, вік закінчення вищого навчального закладу, віковий критерій виходу на пенсію тощо), який може впливати на досліджувані ним виміри, він формує групи з певними «соціально-віковими» межами. Коли в автора відсутні належним чином обґрунтовані «вікові» гіпотези, можна застосувати вікову стратифікацію, традиційну для державної статистики. Однак тут молодосвідченого соціолога підстерігають певні складнощі. Наприклад, чим дрібнішою є група, тим менша її чисельність, а чим менша чисельність аналізованих груп, тим складніше встановити, чи є зафіксовані у часі аналізу даних відмінності у ставленні цих груп до тих або тих соціальних явищ значущими. Дослідник мусить пам'ятати, що коли в аналізованій групі менше 100 людей, то стверджувати, скільки відсотків із них ставляться до чого-небудь позитивно або негативно, можна з великою натяжкою.

У тих випадках, коли дослідник не має власної гіпотези щодо впливу віку на той чи той показник, а тільки бажає сам зрозуміти, чи впливає віковий фактор на явища, які вивчаються, йому можна порекомендувати умовну трирівневу вікову стратифікацію типової регіональної репрезентативної вибірки дорослого населення (18-29, 30-55, 56-75 років). Такий підхід у часі робочого аналізу дасть змогу в першому наближенні помітити тенденції впливу вікового чинника на досліджувані процеси і явища.

Щодо номінальних та порядкових шкал, то часто їх перетворення пов'язане з потребою визначити місце такого варіанта відповіді, як «важко сказати» («вагаюся з відповіддю» тощо). Якщо цей варіант відповіді знаходиться наприкінці загального віяла відповідей, то така шкала завжди повинна вважатися номінальною. Її перетворення на порядкову можливе у тому разі, коли вимірюється емоційне ставлення людей, варіант відповіді «важко сказати» може вважатися нульовою точкою між позитивною і негативною

осями шкали, тому під час перетворення шкали його можна ставити посередині симетричної шкали і присвоювати йому середнє (медіанне) значення. (Варіанти відповідей на кшталт «не знаю» у цьому випадку інтерпретуються як «не відповідь», і анкети з цим варіантом вилучаються з аналізу за цією ознакою). Прикладами шкал, які вимірюють емоційне ставлення, можуть бути прямі відповіді на запитання: «Як Ви ставитеся (позитивно чи негативно) до ...?», а також відповіді, що стосуються задоволеності, довіри тощо.

Нижче подається зразок перетворення номінальної шкали на порядкову. Розглянемо таке перетворення на прикладі анкети, у якій стояло запитання: «Наскільки Ви задоволені...?» із запропонованим віялом відповідей:

- 1 – цілком задоволений
- 2 – певною мірою задоволений
- 3 – певною мірою не задоволений
- 4 – зовсім не задоволений
- 5 – важко сказати.

У такому вигляді віяло відповідей є номінальною шкалою, яка забезпечує можливість будувати розподіл за окремими градаціями відсотків (або частот) респондентів, які вказують той або той рівень задоволеності або незадоволеності. Порівнювати такі дані досить незручно. Наприклад, у разі щомісячного моніторингу, якщо змінюються відсотки кожної з п'яти груп, важко сказати, наскільки ж загалом змінився індекс задоволеності.

У щойно згаданому випадку варіант відповіді «важко сказати» можна розглядати як нейтральну позицію на шкалі задоволеності, тому що тут немає значення, з яких причин респондент вагається відповісти. Важливо, що він не висловлює ні задоволеності, ні незадоволеності (за цим критерієм він на проміжній позиції). Тому в разі перетворення шкали він може бути переміщений на третє місце з присвоєнням відповідного рангового значення. Створена шкала у цьому разі матиме такий вигляд:

- 1 – цілком задоволений
- 2 – певною мірою задоволений

- 3 – важко сказати (важко сказати, задоволений чи ні)
- 4 – певною мірою не задоволений
- 5 – зовсім не задоволений.

У такому вигляді шкалу можна вважати порядковою, бо кодовий номер відображає принаймні рангове місце у континуумі мір задоволеності. Вважаючи інтервали умовно однаковими (а цю умовність соціологи допускають настільки часто, що, за негласною конвенційною згодою її уже можна визнати легітимною), визначають середній індекс.

У даному випадку найвище рангове місце – у відповіді «зовсім не задоволений». Отже, отриманий у балах індекс має називатися «індексом незадоволеності». Якщо ж дослідник прагне отримати кількісний індикатор і називати його «індексом задоволеності», він має поміняти індекс розташування варіантів відповідей із відповідними кодами:

- 1 – зовсім не задоволений
- 2 – певною мірою не задоволений
- 3 – важко сказати (важко сказати, задоволений чи ні)
- 4 – певною мірою задоволений чи ні
- 5 – цілком задоволений.

Якщо під час планування аналізу дослідник передбачив використати таку змінну, як задоволеність (наприклад, задоволеність життям, роботою тощо), критерієм групування населення – на тих, хто задоволений, і тих, хто не задоволений, – він може перетворити номінальну шкалу на порядкову але, з меншим переліком відповідей, збільшуючи групи:

- 1 – задоволені
- 2 – не задоволені
- 3 – вагаюся визначити своє ставлення.

Дані у такому вигляді зручніші для порівняння. І коли автор не передбачає розраховувати індекси та коефіцієнти кореляцій, то саме таким чином (зі збільшеними групами) краще конструювати запитання в анкеті. Тоді респондентам легше відповідати і під час обробки анкет не знадобиться

додаткове перетворення. Але якщо дослідник передбачає застосування різноманітних видів аналізу, які потребують перетворення шкал, то доцільніше в анкеті передбачити дрібнішу оцінку виміру респондентів. Рівень дрібності виміру називається *точністю шкали*. Чим вища точність шкали, тим чутливіше вона реагує на зміну в динаміці відношення і на відмінності у ставленні до різних об'єктів. Отже, чим ясніше на етапі прогнозування дослідник бачить те, як він аналізуватиме матеріал, тим адекватніший інструментарій він підготує. Іншими словами, якщо дослідник не передбачає складного аналізу, то немає сенсу підвищувати точність шкал, перевантажуючи анкету варіантами відповідей на запропоновані запитання. Однак у разі потреби в поглибленому аналізі він повинен дуже уважно поставитися до процедури перетворення шкали, перш ніж застосувати різноманітний арсенал статистичних методів аналізу.

3. Статистичний аналіз.

Н. Паніна наголошує, що важливою передумовою статистичного аналізу є правильний вибір його методів. Емпірична соціологія у своєму арсеналі зосередила значну кількість статистичних процедур, які забезпечують перетворення «сирих» даних з окремих анкет у факти масової свідомості та виявлення зв'язку між цими фактами.

Вибір конкретних методів статистичного аналізу визначається двома основними передумовами: 1) характером даних (форма матеріалу визначена шкалами анкети); 2) передбачуваною формою кінцевого «продукту» (звіт, наукова стаття, публікація у засобах масової інформації тощо). Іншими словами, обираючи конкретний спосіб статистичного аналізу, дослідник має бути певним, що зроблений ним вибір найкраще підходить не тільки для цього типу даних, але й для кінцевого продукту дослідження. Іноді дослідник застосовує неадекватні засоби аналізу не через те, що він недостатньо ознайомлений із нюансами статистичних процедур, а тому, що не бере до уваги

кінцевого виду оформлення отриманої інформації – продукту дослідження. У таких випадках через застосування, зазвичай, складних та трудомістких способів обчислення автор отримує малозначущі результати. Звісно, вони можуть бути коректними у математичному аспекті (навіть «красивими» в оцінці фахівця математичної статистики), але нецікавими для конкретного споживача (замовника) соціальної інформації, для якого важливим є практичне застосування отриманих результатів.

Існують два найважливіших види методів статистичного аналізу, призначених для вирішення двох основних типів завдань: 1) представлення (опис) даних; 2) вимірювання зв'язків та залежностей між даними, отриманими в результаті відповідей на різноманітні запитання анкети.

Вибір конкретної процедури статистичного аналізу даних за результатами відповідей на певне запитання анкети, як зазначалося, визначається видом шкали – номінальна, (рангова, інтервальна), метрична, - що характеризує міру вираженості дискретності – неперервності (тяглості) досліджуваної ознаки.

Отже, розпочинаючи вибір статистичних методів, соціолог мусить:

1) визначити рівень аналізу, який він виконуватиме (описовий, пояснювальний), керуючись формою кінцевого продукту (підсумкового документа за результатами дослідження);

2) вибрати конкретні статистичні процедури для кожного пункту анкети, керуючись типом шкали, яку презентує структура віяла відповідей на поставлене в анкеті запитання.

Зрозуміло, одні й ті ж самі засоби не застосовують для усіх запитань анкети, тому що різні запитання описуються різними шкалами. Цей посібник підготовлений для бакалаврів історичного факультету УДПУ, тобто тих, хто не може вважатися професійним соціологом. Він покликаний сформулювати у читачів найзагальніші уявлення про організацію та правила проведення емпіричного соціологічного дослідження. Із цієї причини він не містить докладного опису математичних основ статистичних процедур, а також математичних розрахунків формул основних коефіцієнтів. Для укладача

важливо сформувати у читача правильне розуміння основних понять та категорій, без знання яких маніпуляції з результатами соціологічних опитувань спричиняють помилки, перекручення інформації у часі опису, аналізу та інтерпретації отриманих даних.

На переконання **Н. Паніної**, практично будь-який вид аналізу (незалежно від типу шкали) розпочинається із формування ряду розподілу. Ця процедура і є першим кроком до узагальнення даних, одержаних у відповідях кожного конкретного респондента. Ряд розподілу – це відповідно оформлений запис результатів підрахунку кількості респондентів, які вказали на той чи той варіант відповіді на поставлене в анкеті запитання.

Узагальнені дані за кожним пунктом анкети мають назву *змінних* у контексті статистичного аналізу й *ознак* у контексті соціологічного аналізу.

Дослідник може виконувати аналіз за кожною окремою взятою змінною; за двома змінними, вказуючи на зв'язок між ними; за кількома змінними, ілюструючи різні типи зв'язків між ними. Коли дослідник аналізує результати відповідей на одне окремо взяте запитання анкети, такий вид аналізу має назву *одновимірного*. Якщо до аналізу залучаються дві змінні й встановлюється характер зв'язку між ними, то цей вид аналізу називається *двовимірним*. У тому випадку, коли встановлюється характер зв'язків кількох змінних, такий вид аналізу вважається *багатовимірним*. Одновимірний аналіз застосовується майже в кожному дослідженні; більшість дослідників здійснюють і двовимірний аналіз. Багатовимірний аналіз (факторний, кластерний тощо) вимагає високого рівня підготовки у сфері математичної статистики, необхідної якщо не для того, щоб уміти «вручну» виконувати ті процедури, які сьогодні «допомагає» виконувати комп'ютер, то принаймні для того, щоб підібрати адекватний метод, щоб «відчути» сенс і зміст значень отриманих числових результатів. Тому дослідникам, які бажають опанувати процедури багатовимірного аналізу, потрібно звернутися до спеціальної літератури.

Використана і рекомендована література

1. Бешелев С.Д., Гурвич Ф.Г. Экспертные оценки. – М.: Наука, 2017. – 159 с.
2. Білосвіт К.Д., Паніотто В.І. Вимірювання у конкретно-соціологічному дослідженні // Філософ. думка. – 2016. – №5. – С. 83 – 93.
3. Большев Л.Н., Смирнов Н.В. Таблицы математической статистики. – М.: Наука, 1983. – 416 с.
4. Гласс Дж., Стэнли Дж. Статистические методы в педагогике и психологии. – М.: Прогресс, 2016. – 494 с.
5. Гуревич К.М., Акимова М.К., Козлова В.Т. Статистическая норма или психологический норматив? // – 2016. – №3. – С. 136 – 142.
6. Гурьев В.И. Основы социальной статистики: методы, система показателей, анализ. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 177 с.
7. Гуттман Л. Основные компоненты шкального анализа. // Математические методы в современной буржуазной социологии. М.: Прогресс, 1996. – С. 288 – 343.
8. Давыдов А.А. Анализ одномерных частных распределений в социологии: эволюция подходов. // Социс. – 2015. – №5. – С. 113 – 116.
9. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 2017. – 127 с.
10. Ильясов Ф.Н. Экспериментальное обоснование количества делений шкалы // Социол. исслед. – 2014. – №4. – С. 113 – 117.
11. Киселева И.П. Информативно-целевой анализ текста свободного интервью // Социологический журнал. – 2014. – №3. – С. 110 – 116.
12. Клигер С.А., Косолапов М.С., Толстова Ю.Н. Шкалирование при сборе и анализе социологической информации. – М.: Наука, 2018. – 112 с.
13. Крыштановский А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2016. – 284 с.
14. Лазарсфельд П. Измерения в социологии // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – М.: Прогресс, 2017. – С. 134 – 149.

15. Лакутин О.В., Толстова Ю.Н. Качественная и количественная информация в социологии // Социс. – 2012. – №8. – С. 72 – 77.
16. Малахов В.А. Специальные методы группировки // Социолог. исслед. – 2018. – №3. – С. 190 – 200.
17. Математические методы анализа и интерпретации социологических данных. – М.: Наука, 2018. – 171 с.
18. Математические методы в социальных науках. – М.: Прогресс, 2017. – 351 с.
19. Математические методы в социологическом исследовании. – М.: Наука, 2018. – 334 с.
20. Моин В.Б. Две стратегии измерения // Социолог. исслед. – 2018. – №6. – С. 112 – 119.
21. Мюллер П., Нойман П., Шторм Р. Таблицы по математической статистике. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 278 с.
22. Осипов Г.В., Андреев Э.П. Методы измерения в социологии. – М.: Наука, 2017. – 182 с.
23. Панина Н.В. Методика измерения жизненной удовлетворенности // «Lifeline» и другие новые методы психолого-биографического исследования. М.: Прогресс, 2013. – С. 97 – 105.
24. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. – К.: Наук. думка, 2018. – 272 с.
25. Паніотто В.І., Максименко В.С., Харченко Н.М. Статистичний аналіз соціологічних даних. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2004. – 272 с.
26. Рассел Д. Измерение одиночества // Лабиринты одиночества. – М.: Прогресс, 2019. – С. 192 – 226.
27. Сиповская И.В. Выборочное статистическое наблюдение и некоторые вопросы его применения в социологических исследованиях. – Тбилиси: Изд-во Тбилис. ун-та, 2017. – 133 с.
28. Статистические методы анализа информации в социологических исследованиях. – М.: Наука, 2017. – 319 с.

29. Терещенко О.В. К вопросу об оптимальных размерах оценочных шкал // Методы социологического исследования. 3-я Всесоюзная конференция. Выпуск V. – М.: Ин-т социологии АН СССР, 1989. – С. 48 – 50.

30. Толстова Ю. Н. Логика математического анализа социологических данных. – М.: Наука, 2019. – 111 с.

31. Толстова Ю.Н. Существует ли проблема социологического измерения? // Социология. М. – 2015. Сиповская И.В. Выборочное статистическое наблюдение и некоторые вопросы его применения в социологических исследованиях. – Тбилиси: Изд-во Тбилис. ун-та, 2017. – 133 с.

32. Толстова Ю.Н. Основы многомерного шкалирования: Учебное пособие. – М.: КДУ, 2006. – 160 с.

33. Фелингер А.Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. – Новосибирск: Наука, 2015. – 208 с.

Глосарій (словник термінів)

Змінні – узагальнені дані за кожним пунктом анкети.

Метрична (інтервальна) шкала – шкала з рівними значеннями інтервалів між позиціями відповідей.

Номінальна шкала – шкала, в якій код відповіді виступає тільки найменуванням категорії, числа приписуються значенням шкал тільки для того, щоб відрізнити одне значення від іншого.

Опис одержаних фактів – рівень аналізу соціологічних даних, на якому здійснюється оформлення та інтерпретація одно- і двовимірних розподілів респондентів за їхніми відповідями на поставлені в анкеті запитання.

Пояснення одержаних фактів – рівень аналізу соціологічних даних, на якому встановлюються зв'язки між типами відповідей на різноманітні запитання анкети, оцінюється характер і спрямованість цих зв'язків, визначається ймовірність виявлення цих зв'язків на підґрунті зібраного матеріалу.

Порядкова шкала – послідовність відповідей на запитання, за якої кожний наступний варіант відповіді характеризує наступне рангове місце у континуумі значень, кожний пункт порядкової шкали «нижчий», ніж наступний, але не можна сказати наскільки нижчий.

Ряд розподілу – відповідно оформлений запис результатів підрахунку кількості респондентів, які вказали на той чи інший варіант відповіді на поставлене в анкеті запитання.

? Контрольні запитання

1. Охарактеризуйте два рівні аналізу соціологічних даних: опис та пояснення одержаних результатів.
2. Наведіть приклад номінальної шкали. Які математичні перетворення можливі у разі застосування номінальних шкал?
3. Наведіть приклад порядкової шкали.
4. Наведіть приклад метричної шкали.
5. Поясніть відмінність у змісті понять «змінна» та «ознака»?

✍ Теми ІНДЗ

1. Типи шкал: номінальна, порядкова, метрична.
2. Фактори, які впливають на вибір процедур статистичного аналізу.
3. Пояснювальний та описовий рівні аналізу результатів соціологічних досліджень.

ТЕМА 6. АНАЛІЗ ДОКУМЕНТІВ

План

1. Поняття документа. Класифікація документів.
2. Методи аналізу документів.
3. Відбір документів і проблеми якості документальної інформації.

1. Поняття документа. Класифікація документів.

У кожному суспільстві існують спеціальні засоби обміну інформацією, що їх прийнято називати документами. Вони надають соціологу як об'єктивно перевірені факти (структура суспільства, міграції тощо), так і закріплені у цих документах певні форми об'єктивації суспільної свідомості. Реконструкція минулих соціальних перетворень, що здійснюється на підґрунті аналізу документів, теоретична інтерпретація і різноманітний аналіз різних документальних джерел забезпечують можливість дослідникові виявити і сформулювати тенденції формування нових соціальних явищ в історичному процесі.

Аналіз документів забезпечує дослідником можливість «побачити» багато важливих сторін соціального життя, допомагає встановити норми і цінності, властиві певному суспільству у певний історичний період, отримати інформацію, необхідну для описування тих або тих соціальних структур, прослідкувати динаміку взаємодії між різними соціальними групами і окремими людьми тощо.

Можна упевнено стверджувати, що у суспільстві неможливо знайти будь-який елемент структури суспільства, починаючи з найбільших (держава, політична партія) і закінчуючи найменшими (виробнича бригада, сім'я, релігійна община тощо), які не були б оформлені документально. Для таких масштабних елементів структури суспільства, як, наприклад, держава – це конституція, законодавство тощо. Для партій, союзів – статuti, програми. Для маленьких ланок – сім'я, студентська група, підрозділ трудового колективу –

шлюбне посвідчення, свідоцтво про народження дітей, журнал обліку навчання, певне положення, наприклад, про створення кафедри, науково-дослідної лабораторії тощо.

Будь-яка соціальна інформація є результатом певної соціальної діяльності і відображає етнічні, економічні, політичні, культурні тощо взаємозв'язки людей, їх інтереси, потреби тощо. Це відображення визначається світоглядною позицією суб'єктів сприйняття (авторів документів), яка безпосередньо визначається їх місцем у суспільній системі.

Поняття документа. *Документом у соціології називається спеціально створений людиною предмет, призначений для передачі або зберігання інформації.*

До документів не відносяться такі місткі джерела інформації, як предмети матеріальної культури і побуту. Цінність цих об'єктів для отримання певної соціальної інформації не підлягає сумніву, однак віднесення предметів матеріальної культури і побуту до поняття документу привело б до невинновданого розширення поняття, адже у цьому разі документами довелось би вважати будівлі, транспорт, одяг, засоби зв'язку тощо. Розрізнення документів та предметів матеріальної культури і побуту підтверджує також і той факт, що методи аналізу тих і тих якісно відрізняються один від одного.

Коло власне соціологічних документів, які відображають найрізноманітніші аспекти суспільного буття, настільки широке, що будь-яке емпіричне соціологічне дослідження має розпочинатися з аналізу тих документів, які стосуються проблеми, що цікавить науковця.

Щоб добре орієнтуватися у величезній масі документів, найперше необхідно їх класифікувати, підґрунтям для цього стає форма, у якій той або той документ фіксує наявну в ньому інформацію.

Від форми, у якій зафіксована інформація, залежать цілі його використання і методи аналізу.

За формою фіксації інформації документи розрізняються на: письмові документи; архіви емпіричних даних у машинописній формі; іконографічна

документація (кіно -, відео - і фотодокументи, картини тощо); фонетичні документи (магнітофонні записи, платівки, документи в електронній формі).

Письмові документи – найпоширеніший вид документації. Джерелами цього типу документів для соціолога є державні центральні та обласні архіви, а також архіви організацій та підприємств, статистична звітність, наукові публікації, преса, особисті документи тощо.

Державні і центральні архіви. В Україні існує добре організована і широко розгалужена служба архівів. Державна архівна служба України (Укрдержархів) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого забезпечує реалізацію державної політики у сфері архівної справи, діловодства та створення і функціонування державної системи страхового фонду документації, а також міжгалузеву координацію з питань, що належать до її компетенції.

Укрдержархів узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до її компетенції, і в установленому порядку подає Міністру юстиції України пропозиції щодо вдосконалення законодавчих актів, також актів Президента України, Кабінету Міністрів України, нормативно-правових актів міністерств; розробляє цільові програми розвитку архівної справи, діловодства, СФД (страховий фонд документів), у тому числі мобілізаційного та оборонного призначення, визначає заходи щодо їх виконання; здійснює контроль та методичне забезпечення архівної справи і діловодства в органах державної влади, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах та організаціях, незалежно від форми власності

Мережа архівних установ, наукових установ та спеціальних установ СФД налічує 2 677 установ. Із них 9 центральних державних архівів, 2 науково-дослідних інститути та 3 інші центральні державні архівні установи:

- Центральний державний архів вищих органів влади та управління України;
- Центральний державний архів громадських об'єднань України;
- Центральний державний історичний архів України, м. Київ;
- Центральний державний історичний архів України, м. Львів;

- Центральний державний кінофотофоноархів України ім. Г. С. Пшеничного;
- Центральний державний науково-технічний архів України;
- Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України;
- Центральний державний архів зарубіжної україніки;
- Центральний державний електронний архів;
- Український науково-дослідний інститут архівної справи та документознавства;
- Науково-дослідний, проектно-конструкторський та технологічний інститут мікрографії;
- Державна наукова архівна бібліотека, м. Київ;
- Державний центр збереження документів НАФ;
- Дирекція з експлуатації комплексу споруд центральних державних архівів;
- 9 спеціальних установ СФД;
- Державний архів в Автономній Республіці Крим;
- 24 державні архіви областей;
- державні архіви міст Києва і Севастополя;
- 13 галузевих державних архівів;
- 488 архівних відділів райдержадміністрацій;
- 170 архівних відділів міських рад;
- 1956 трудових архівів.

Описуючи методи роботи з документами, багато західних авторів зупиняється на проблемі відкритості архівів. У деяких країнах діє так зване «правило 50 років». Суть його полягає у тому, що громадськість отримує доступ тільки до тих документів, які мають п'ятдесятилітню історію. Доступ до «молодших» документів різко обмежується з інтересів державної безпеки. В Україні такі обмеження не діють. Хоча проблема доступу до документів, зокрема тих, що пов'язані з діяльністю тоталітарного режиму та його каральних органів, організованих та здійснюваних в Україні злочинною КПРС голодоморів 1920 та 1932 – 1933 років остаточно не вирішена.

Особливість усіх досліджень на підґрунті архівної документації зводиться до їх більшої чи меншої ретроспективності. Це стосується не тільки історичних, досліджень, але і тих, що стосуються певних актуальних соціальних явищ (у тому разі, коли актуальне явище трактується як фаза еволюції процесу, що був започаткований у попередні історичні періоди). Аналіз архівних матеріалів може бути необхідним для розробки критеріїв оцінки того або того феномену і у деяких випадках для контролю у дослідженнях, що здійснюються іншими методами.

Архіви організацій і підприємств. Між архівами організацій та іншими архівами має місце істотна для соціолога відмінність. Полягає вона у тому, що за терміном зберігання документи розрізняються на ті, які зберігаються: а) постійно, б) тимчасово. Ця різниця пояснюється цінністю самих документів. Ті, що належать до категорії тимчасових, через деякий, встановлений законом час знищуються, ті ж із них, що відносяться до документів постійного зберігання через 10 років передаються до особливих архівів. Таким чином, документи, що своїм змістом відображають поточний стан справ, знаходяться в архівах організацій.

Досить часто трапляється так, що документи тимчасового зберігання для соціолога мають цінність набагато вищу, ніж ті, що зберігаються вічно. На підґрунті документів, які зберігаються тимчасово, досить часто з'являється можливість прослідкувати спеціально не враховувані процеси, які у своїй сукупності повніше характеризують соціальні процеси у трудових колективах підприємств і організацій.

Поточну документацію можна аналізувати для виконання тих самих завдань, які, зазвичай, досягаються за допомогою спостережень, опитувань, експериментів та інших методів. Поточні документи можуть бути також використані як додаткове джерело інформації і як засіб оцінювання достовірності усього дослідження у цілому.

Статистична звітність. Зв'язок між статистикою і соціологією є настільки тісним, що у багатьох випадках тільки формально можна провести

межу між статистичним і соціологічним дослідженням. Більше того, сама ідея емпіричних соціологічних досліджень, їх методичний апарат в історичному аспекті має тісний зв'язок із соціально-економічною статистикою. Природно, що велика кількість соціологічних досліджень своїм підґрунтям має статистичні дані.

Цінною рисою статистичних даних є методична чіткість їх збирання і обробки і, як наслідок цього, більший ступінь їх відкритості для багатогранного аналізу, більша обґрунтованість та достовірність висновків, отриманих таким чином.

Статистичні дані характеризують певні переваги перед даними, отриманими через безпосереднє спостереження (за умови, що вимірюється один і той самий параметр). Оперативний статистичний облік проводиться постійно – ця обставина забезпечує досліднику можливість відбирати показники за будь-який відрізок часу, порівнювати попередні і поточні дані і в такий спосіб виявляти ті або ті тенденції тощо.

Ступінь використання статистичних матеріалів у соціологічних дослідженнях визначається метою кожного конкретного соціологічного дослідження та тим, наскільки глибоко і всебічно організований оперативний статистичний облік.

Наукові публікації. Друковані наукові публікації є важливим джерелом інформації про розвиток самої науки, теоретичні висновки і практичні результати досліджень, джерелом емпіричних даних для вторинного їх аналізу. Журнальні статті, академічні монографічні дослідження, звіти – це основні форми цього типу документів.

Преса. Преса, тобто газетно-журнальна періодика, постає у соціологічних дослідженнях як джерело найрізноманітнішої інформації за певними соціальними групами, категоріями, явищами і процесами, зокрема вона може виконувати функцію документа для вивчення самої преси як соціального явища.

Преса може бути джерелом інформації для відновлення суспільно-політичного фону, супутнього тій або тій події, для вивчення громадської думки, для уточнення офіційної оцінки, тлумачення тієї або тієї події тощо. У таких випадках увага приділяється, перш за все, передовим статтям, інформаційним повідомленням про факти тощо.

Аналіз газетних текстів допомагає скласти уявлення про те, які події і явища привертали до себе найбільшу увагу за той або той відрізок часу, тих або тих соціальних страт. Такий аналіз допомагає через певний час відновити і по-новому осмислити участь у соціальних явищах і процесах певних соціальних груп. Преса виконує функцію джерела інформації у випадку вивчення діяльності певного громадського руху чи політичної партії.

Дослідження поширеності тих або тих друкованих видань у певних регіонах, професійних, етнічних, релігійних, вікових тощо групах забезпечує цінну інформацію щодо світоглядних, соціокультурних орієнтацій цих районів і груп.

Публікації, що аналізуються з метою дослідження самої преси як соціального явища, також є надзвичайно потужним джерелом інформації. У цьому аспекті увага акцентується на змісті матеріалів, їх об'єктивності, на повноті відображення актуальних проблем суспільства, на її оперативності, дієвості. Предметом аналізу тут можуть бути обсяг і періодичність публікацій за окремими темами, соціально-демографічні характеристики авторів публікацій, спосіб аргументації і стиль звернення до читачів, доступність мови для окремих читацьких груп та багато іншого. Можна також проаналізувати поширеність преси у певних районах або серед певних соціальних, професійних, етнічних, вікових тощо груп. У такому випадку аналіз проводиться не з метою отримання додаткових характеристик регіонів і груп, а для визначення характеру того або того друкованого органу.

Особисті документи. У соціології особистими називаються документи, складені приватною особою і з власної ініціативи. Це листи, автобіографії, мемуари, щоденники, промови тощо. Для соціолога їх цінність полягає у тому,

що ці документи фіксують майже нічим не обмежені висловлювання людей на вільно обрану тематику. Особисті документи, перш за все, є джерелом вивчення суспільної думки у її індивідуальних формах об'єктивації.

Залежно від мети, або усе дослідження вибудовується на підґрунті особистих документів, або ж вони виконують функцію додаткового джерела інформації.

У випадку використання особистих документів як джерела інформації, увага соціолога має бути звернена на вибір тематики, що зацікавила автора документа, на відновлення певних фактів, які з тих або тих причин ніде офіційно не були зареєстрованими, на виявлення латентних причин певних історичних подій. Врешті, з особистих документів можна отримати уявлення щодо прихованих оцінок подій, про мотиви поведінки людей тощо. Варто також пам'ятати, що за усієї залежності від спрямованості аналізу і від наявного у користуванні матеріалу, цінність того або того документа багато у чому визначається особистістю автора.

Відзначаючи можливості особистих документів у цілому, необхідно звертати увагу на те, що вони представляють собою добрий матеріал для вивчення суспільної свідомості, дозволяють виявити соціальні механізми утворення ціннісних орієнтацій та їх перетворень (це також стосується мотивів поведінки), несуть інформацію для дослідження залежності між середовищем і поведінкою індивіда; розкривають явище у його історичному розвитку у тривалих, недоступних безпосередньому спостереженню відрізках часу, є підґрунтям для визначення соціального типу особистості, груп, зразків поведінки і суспільних відносин, полегшують розуміння людей, культурних систем і функціонування соціальних структур.

Змістовним матеріалом для соціологічного аналізу вважаються такі специфічні особисті документи, як автобіографії. Це документи, які показують людину, що пише, у неперервності його власної історії і подій, що відбуваються навколо нього. Автобіографії характеризують індивідуальні психологічні особливості автора, показують його у тому соціальному контексті, у якому він

діє, дають відображення великих соціальних процесів і впливів на індивідуальну долю. Такої інформації не можуть дати ні листи, ні інші документи, адже вони своїм змістом відображають тільки якийсь відносно короткий відрізок із життя автора.

Мотивація написання автобіографії, вона обов'язково має бути взятою до уваги соціологом, може бути різноманітною.

1. Бажання осмислити власне життя, підсумувати пройдений шлях для того, щоб узагальнити результати своєї діяльності і зробити висновки на майбутнє.

Автобіографії, написані на підґрунті такої мотивації, можуть містити оцінку пройденого шляху, а можуть і не мати її.

2. Автобіографія – це мемуари, що є цінним історичним джерелом психологічної та соціологічної інформації.

3. Матеріальна зацікавленість (наприклад, оголошення через газету конкурсу автобіографій).

4. Вимога написати автобіографію (керівником, дослідником як умова прийому на роботу тощо).

5. Автобіографія як вихід із внутрішньої напруги (наприклад, листи-сповіді правопорушників, прощальні листи осіб суїцидального типу тощо).

6. Самовиправдання у власних очах або очах тих, хто оточує.

7. Прагнення показати себе, ствердити свою особистість.

Соціолог, що використовує автобіографічний матеріал для своєї дослідницької роботи, мусить пам'ятати, що, зазвичай, написання автобіографії спричиняється дією не одного, а певного комплексу мотивів.

Автобіографії є достатньо складним для однозначної інтерпретації і застосування у дослідженні первинним соціологічним матеріалом. Власна інтерпретація дослідника відіграє у даному разі визначальну роль.

Вирізняються такі напрямки використання автобіографій:

1) конструктивний метод. Дослідник вивчає біографії під певним кутом зору, вибудовує картину соціального явища на підґрунті уже сформованої

соціологічної теорії цього явища. У процесі аналізу він перевіряє гіпотези, що знаходяться у загальній теорії. У такому разі важливу роль відіграє інтуїція дослідника, наприклад, у класифікації факторів, що були вичленовані в описуваних явищах. Якщо інтуїція підводить, результати дослідження будуть недостовірними.

2) метод екземпліфікації.³ Він полягає в ілюстрації гіпотез прикладами з автобіографії. Матеріал у такому разі не перевіряє гіпотез. Наукова цінність такої обробки незначна, навіть за істинності тієї або тієї спеціальної теорії.

3) метод аналізу змісту. Основним чином він полягає у дослідженні частоти настання певних подій і обставин, за яких ці події відбуваються.

4) статистична обробка. Статистичний аналіз допомагає встановити залежність між різними соціальними вимірами авторів, їх статусами та прагненнями. Якщо автобіографії отримані від однорідної соціальної сукупності, до якої входить кількост людей, потенціал такого аналізу є достатньо високим. Статистичні методи забезпечують більші можливості елімінації суб'єктивізму соціолога, що інтерпретує біографії.

Однак оголошення конкурсу на автобіографії, щоб обмежитися тільки їх статистичним аналізом, є невиправданим, тому що для цього набагато ефективнішим інструментом є анкета, а випадковість походження біографій не виконує основної умови – забезпечення репрезентативності матеріалу.

5) типологічний аналіз. Він зводиться до визначення певних типів особистості, типів поведінки, типів стилів життя, що виявляються у різних сукупностях.

Саме у такому встановленні типів є максимальна користь, яку може забезпечити аналіз автобіографій.

У контексті типологічного аналізу увага акцентується на кількісному аспекті явищ, хоча і не так суворо, як у статистичному аналізі.

До найбільших вад особистих документів, зазвичай, відносять такі:

- відсутність репрезентативності;

³ Exemplifikation (нім) – пояснення за допомогою прикладів, що їх супроводжує ілюстративний матеріал.

- осіб, що пишуть автобіографії, сам цей факт вирізняє серед інших;
- складність отримання особистих документів;
- ці документи з різних причин можуть бути необ'єктивними або сфальсифікованими;
- описувані події можуть раціоналізуватися тим, хто їх описує;
- описування може бути породженим певним психологічним станом автора
- вибірковість пам'яті, яка забуває неприємні моменти, що може деформувати картину опису;
- опис може бути зроблено за певними принципами або понятійною системою, незрозумілою для дослідника;
- автобіографія може бути близькою до літературного вимислу.

Таким чином, якщо переваги особистих документів, дійсно, роблять їх великою цінністю у пізнанні соціальної дійсності (особливо у сфері соціальної свідомості), то вади не дозволяють використовувати їх як єдине джерело інформації. Із цієї причини можна визначити особисті документи як джерело цінної додаткової інформації у соціологічних дослідженнях.

Архіви емпіричних даних у машинописній формі. Значний обсяг даних, що акумулюються у процесі проведення різноманітних статистичних досліджень, масових вибіркового опитувань населення, стимулював розвиток усе ефективніших засобів їх накопичення і зберігання. Із розвитком електронної обчислювальної техніки з'явилася нова форма збереження даних – на електронних носіях (різноманітні диски, флешки тощо). Збереження інформації у такому вигляді забезпечує можливість обробки і користування нею за допомогою ЕОМ.

Сукупність різноманітних масивів даних (або іншої інформації) у машинописній формі і відповідної їй документації називають «Архівами даних» (іноді «Базами даних», «Банками даних»).

Можна вирізнити три основні функції, що їх виконують архіви даних у соціологічній науці: акумуляція і збереження даних; розповсюдження даних

серед різноманітних центрів; розвиток методів і процедур для стимулювання ширшого і ефективнішого використання отриманої інформації (для порівняння і повторного аналізу).

Іконографічні документи. До цієї категорії відносяться кіно-, відео і фотодокументи. Іконографічна документація – це твори образотворчого мистецтва: картини, гравюри, скульптури тощо. Їх можна аналізувати у трьох площинах:

- 1) як документи минулих історичних епох, що дозволяють робити висновки про ті або ті аспекти і деталі духовного чи матеріального життя цих епох, їх побуту тощо;
- 2) як документи з образотворчого мистецтва у тому випадку, якщо саме це мистецтво як соціальне явище стає предметом дослідження;
- 3) як «людські документи», тобто документи, які формують образи їх авторів. Це тим важливіше, що авторами творів мистецтва, зазвичай, стають люди, духовне багатство яких є надзвичайним, порівняно з рештою обивателів, які залишають по собі особливо яскравий культурний спадок.

У подібних, хоча і дещо відмінних площинах, аналізуються фото- і кінодокументи.

Як документальні свідчення про події, соціальні явища, факти документальні кінофільми та фото є особливо цінним матеріалом, необхідним джерелом інформації у дослідженні кіно і телебачення як соціальних явищ. Ці дослідження є особливо актуальними, адже телебачення, Інтернет стали одним з найважливішими засобами соціальної маніпуляції.

Як «людські документи», фільми і фото є певною цінністю. Але тут слід пам'ятати, що кіно - і фотомистецтво з моменту їх зародження були занадто тісно пов'язані з комерцією, з певною маніпуляцією свідомістю широких мас.

Фонетичні документи. Цього типу документи мають для соціолога певну цінність як репродукції минулих подій. Наприклад, фонетичний запис певних

зборів, мітингу, конференції тощо цікавий звучанням виступів (на відміну від тексту чи стенографічного запису тощо), безпосередньою реакцією слухачів.

Усе ж найбільший інтерес для соціолога фонетичні документи мають як джерело лінгвістичної інформації. Дослідника тут може цікавити структура мови, вивчення якої багато у чому сприяє вивченню структури і культури мислення, порівняння різних мовних особливостей, що характеризують ті або ті мовні групи.

Інші способи класифікації документів. Оригінали і копії. Поділ документів на оригінали і копії визначається тим, що багато з документів існує тільки в одному екземплярі, а тому користування ними без їх копіювання або значно ускладнюється, або узагалі стає неможливим. Достовірність, точність копії завше має бути обґрунтована, доведена у встановленому законом порядку. Щодо оригіналу, то проблема його достовірності з'являється значно рідше – тільки у тому разі, коли існує підозра підробки.

Іноді багато документів класифікується у залежності від того, як вони використовуються чи можуть бути використаними. За цим критерієм вирізняється три типи документів: ті, що забезпечують можливість тільки ідеального відновлення певних подій, дізнатися що-небудь про певне явище; які забезпечують можливість зробити певні висновки про авторів, їх думки, ставлення до тих або тих явищ і подій тощо; ілюстративні документи – для наведення прикладів, посилань, з метою доступнішого пояснення сказаного тощо.

Такий розподіл, власне, є досить умовним. Існує велика кількість документів, що можуть використовуватися у всіх трьох аспектах. Якщо статистичні цифри дійсно забезпечують можливість тільки дізнатися певні кількісні характеристики явищ і процесів суспільного життя і не дають будь-якої інформації про їх автора, то історичні мемуари можуть бути використані і як «історичний довідник», і як документ, що відображає соціальні виміри автора, і як матеріал для відбору ілюстрацій.

Застосування документів у соціологічному дослідженні. Різноманітні документи знаходять найширше застосування у конкретних соціологічних дослідженнях.

Цінність документів для емпіричного соціологічного дослідження найперше закорінена в інформації про сам об'єкт. Аналіз документів забезпечує можливість вирішення певної множини важливих соціологічних завдань, що мають зв'язок із дослідженням окремих характеристик об'єкта, що вивчається, аналізом його структури та зовнішніх взаємозв'язків, із вивченням різних аспектів його функціонування.

Дослідження, що мають зв'язок переконань і орієнтацій, вимагають вивчення особистих документів і відповідей на соціальні проблеми. Якщо мова йде про дослідження певного об'єкта або явища у його історичному розвитку, джерелом інформації стають офіційні і не офіційні – переважно архівні – документи, змістом яких є інформація з досліджуваної проблеми. У випадку дослідження структурних характеристик малих груп або окремих людей можна поєднувати аналіз відповідей досліджуваних на соціальні проблеми анкет та інтерв'ю, даних, отриманих за допомогою тестування, і особистих документів – щоденників, листів, автобіографій тощо. Таким чином, для вирішення різних дослідницьких завдань потрібно спеціально підбирати відповідні документи.

Документи можуть бути важливим джерелом інформації на початковій стадії, коли ще не зовсім добре окреслені контури проблеми дослідження. Детальне знайомство з документами забезпечує досліднику можливість формулювати гіпотези щодо тих характеристик об'єкта які його цікавлять. Робота з документами допомагає створити певне цілісне уявлення об'єкта, локалізувати проблему. Отже, у певних випадках аналіз документів виявляється доцільним на різних стадіях дослідження, тоді як збирання основної інформації про об'єкт у подальшому буде здійснюватися за допомогою інших методів, наприклад, опитування чи спостереження.

Варто зважити і на те, що документи іноді можуть стати основним чи навіть єдиним джерелом інформації щодо вимірів об'єкта дослідження.

Зазвичай це буває тоді, коли досліджуються великі соціальні системи і групи, такі, як соціальні інститути або етнічні спільноти, або коли йдеться про дослідження динаміки подібних об'єктів протягом тривалого часу, тобто якщо мається на увазі історико-соціологічний аналіз.

Аналіз документів може застосовуватися як спосіб перевірки даних, отриманих через застосування інших методів. Так, наприклад, отримана за допомогою опитування інформація, що стосується рівня відвідування лекцій, характеру читаної літератури тощо може бути доповнена аналізом журналів відвідування групи, бібліотечних карток.

Статистичні дані можуть бути корисними у будь-якому з соціологічних досліджень, незалежно від того, якими будуть наступні методи збирання інформації. Будучи за своєю сутністю інформацією, яка періодично збирається про одні й ті ж характеристики об'єкта, вони, зазвичай, стають важливим матеріалом для соціолога.

Дослідник може порівняти ту перемінну, що його цікавить, з сукупністю фактів, що подає статистика. Наприклад, вивчаючи рівень престижу професій, можна порівнювати отримані результати з рівнем освіти, чисельністю людей, що працюють у тій або тій сфері діяльності, іншими статистичними даними.

Загальні статистичні дані можна використовувати також і для побудови репрезентативної вибірки об'єкта дослідження. Офіційні документи окремих індивідів (бібліотечні формуляри, особові листки з обліку кадрів, автобіографії тощо) можуть стати джерелом найзагальнішої, початкової інформації про тих кого вони стосуються. Уже на підґрунті таких повідомлень соціолог отримує можливість робити певні припущення або формулювати гіпотези.

Так, аналіз бібліографічних формулярів допомагає створити уявлення про сферу інтересів окремої людини або про те, наскільки популярною є та чи інша книга у певний відрізок часу серед тієї або тієї сукупності читачів. Аналіз інформації, що є у документах, які зберігаються у відділах кадрів, може стати, наприклад, джерелом гіпотез щодо визначення рівня впливу на плінність

кадрів віддаленості підприємства чи установи від місця проживання працівників.

Особисті документи дозволяють фіксувати індивідуальні форми виявлення суспільної свідомості, відновити відсутні ланки певних подій, доповнити або зібрати найзагальнішу інформацію щодо окремих людей.

Найважливішим джерелом соціологічної інформації є документи, що спеціально складені для проведення дослідження: листки опитування, анкети, інтерв'ю, різного роду тести, щоденники і звіти інтерв'юерів, протоколи спостережень тощо.

Робота з документами потрібна і у тому разі, коли програма дослідження передбачає побудову репрезентативної вибірки. Тут вибір документів залежить від того, яким чином вибудовується репрезентативна вибірка. Це можуть бути звичайні списки, наприклад, списки виборців, списки працівників у відділі кадрів, якщо вибірка здійснюється суто математичними методами, або ж документи, спеціально складені дослідником, у яких відображені певні істотні характеристики генеральної сукупності, якщо вибірка формується логічним шляхом.

У тих випадках, коли аналіз документів застосовується як основний метод отримання соціологічної інформації, вибір тих або тих додаткових методів визначається завданнями, що постають перед дослідником у процесі аналізу основного матеріалу. Ці завдання умовно можна розмежувати на дві групи: завдання, що мають зв'язок із зовнішнім аналізом документів (найперше оцінка достовірності як самого документа, так і даних, що він містить), завдання, пов'язані з поглибленим внутрішнім аналізом.

У першому разі діапазон застосовуваних додаткових методів практично не обмежений: від масових опитувань (наприклад, учасників або очевидців певних подій, описаних у документі) до окремих інтерв'ю. Особливо тут потрібно вказати на дієвість усіх видів спостережень, аж до включеного. Ці методи можуть бути найефективнішими тоді, коли слід оцінювати сам процес

народження документа, методику збирання зафіксованих у ньому даних, наприклад, методику отримання статистичної звітності.

У другому випадку найчастіше застосовується метод окремих інтерв'ю, що мають характер консультативних бесід зі спеціалістами. Потреба у таких бесідах досить часто з'являється під час проведення спеціальних – юридичних, психологічних – методів аналізу документації. Для оцінки і контролю результатів психологічного аналізу документів можуть бути (за наявності такої можливості) використані і проєкційні методи.

2. Методи аналізу документів.

Методи аналізу документів характеризуються, по-перше, великою різноманітністю і, по-друге, вони постійно поповнюються і вдосконалюються. Ця особливість методів аналізу документів пояснюється як практичними потребами, специфікою форм документів, так і напрямками та цілями аналізу. Однак у цьому багатоманітті можна виокремити *два основні типи аналізу: традиційний (класичний) і формалізований (кількісний, контент-аналіз)*. Істотно відрізняючись між собою, вони не заперечують, а взаємно доповнюють один одного, дозволяють компенсувати вади один одного, тому що врешті-решт кожен із них прагне однієї і тієї ж мети – отримати достовірну і надійну інформацію необхідну для соціолога.

Традиційний аналіз. *Під традиційним (класичним) аналізом розуміється усе розмаїття розумових операцій, спрямованих на інтерпретацію інформації, що міститься у документі, з певної точки зору, обраної дослідником у кожному конкретному випадку.* Інформація, яка закладена у документі і цікавить соціолога, зазвичай, є відкритою. Вона знаходиться у формі, що відповідає меті, для якої документ був створений, однак вона далеко не завжди відповідає меті соціологічного аналізу. Проведення традиційного аналізу означає перетворення первісної форми цієї інформації у необхідну

дослідницьку форму. По суті, це є нічим іншим, як інтерпретацією змісту документа, його тлумаченням.

Традиційний аналіз – це послідовність розумових, логічних конструкцій, спрямованих на виявлення суті аналізованого матеріалу. Він забезпечує можливість схоплювати основні смисли й ідеї, прослідковувати їх генезу, прояснювати логіку їх обґрунтування, зважувати результати.

Традиційний, класичний аналіз дозволяє охоплювати глибинні, латентні аспекти документа: цей аналіз спрямовується на повне проникнення у сутність документа, вичерпне тлумачення його змісту. Традиційний аналіз – це аналіз інтенсивний.

Основною вадою цього методу є суб'єктивність. Навіть за максимальних зусиль дослідника бути неупередженим, об'єктивним, його інтерпретація усе ж буде суб'єктивною.

Аналіз документа у межах кожного дослідження є самостійним творчим процесом, залежним від форми і змісту самого документа, мети і завдань здійснюваного дослідження, досвіду і творчої інтуїції дослідника тощо. Проте можна вирізнити і певні загальні вимоги.

Здійснюючи традиційний аналіз, соціолог має відповісти на такі запитання:

чим є той або той конкретний документ? (Звертаючи до себе це запитання, слід акцентувати увагу на виді, формі документу, вирішити, чи потребує його аналіз якихось спеціальних методів тощо).

Яким є його контекст?

Хто його автор?

Із якою метою було створено документ?

Якою є надійність документа?

Яким є ступінь достовірності зафіксованих у ньому фактів?

Яким є ступінь суспільної дієвості, суспільного резонансу документа? (Це питання визначається тією обставиною, що документи можуть бути тільки свідченнями певних суспільних явищ, наприклад, мемуари певного політика

щодо деяких подій, а можуть і самі бути цими явищами, наприклад, публічний виступ того ж таки діяча).

Яким є оціночний зміст документа? (Результатом відповіді на це запитання має бути повна ясність відносно того, що саме у документі можна вважати вираженням оцінок, мотивів, орієнтацій – узагалі ціннісних суджень, що знайшли у цьому документі своє відображення).

Які висновки можна зробити про факти, що складають зміст документа?

Які висновки можна зробити про оціночні орієнтації, що знаходяться у документі?

Які висновки можна зробити про автора документа? Це запитання дослідники ставлять собі далеко не завжди, але тільки у тих випадках, коли метою дослідження є формування уявлення про особистість автора, про ціннісні уявлення соціального середовища або епохи, до якої належить автор.

Чи достатньо повні відомості, що містяться у проаналізованому документі, наскільки ця інформація відповідає меті дослідження, чи є необхідність залучати до подальшої роботи додаткові матеріали?

Перераховані запитання виконують функцію орієнтирних пунктів для формулювання конкретніших запитань.

Наприклад, якщо публічні виступи, агітаційні документи виборчих кампаній аналізуються на предмет їх дієвості, то дійсність документа майже завжди очевидна, однак постає запитання щодо правдивості фактів, посиленнями на які аргументувалася агітація. Якщо людям, до яких була звернена агітація, заздалегідь було відомо про недостовірність фактів, на які посилалися агітатори, то ця обставина не могла підвищити ефективність агітації. У такому разі найважливішого значення набуває проблема суспільного резонансу документа. Однак запитання щодо висновків, які можна зробити відносно фактів і оцінок, а також відносно автора і контексту документа, виникає тільки у тому випадку, якщо дослідник ставить додаткове запитання: чому та або та конкретна агітація мала саме такий, а не інший вплив.

Якщо історичний документ аналізується з метою встановлення достовірності фактів, то не важливо, які висновки можна зробити з його змісту, який суспільний резонанс він мав у свій час. Тут основного значення набуває проблема достовірності документа.

У традиційному аналізі розрізняють зовнішній і внутрішній.

Зовнішній аналіз – це аналіз «історичного контексту» документа, тобто аналіз у прямому розумінні цього слова і всіх тих обставин, що були супутніми його появи. Мета зовнішнього аналізу – встановити вид документа, його форму, час і місце появи, автора, ініціатора, мету його створення, наскільки він надійний і достовірний, яким є його контекст.

Нехтування таким аналізом у багатьох випадках несе загрозу хибним тлумаченням змісту документа. Певна політична ситуація може сприяти тенденційному висвітленню подій у ЗМІ; тиск цензури може примусити автора приховати свої погляди або показати їх у завуальованій формі; внутрішні суперечності між членами керівництва якоїсь організації можуть позначитися на змісті документів, що описують діяльність цієї організації тощо.

Внутрішній аналіз – це дослідження змісту документа. По суті, уся робота соціолога спрямовується на проведення внутрішнього аналізу документа. До цього аналізу входить з'ясування різниці між фактичним і літературним змістом, з'ясування рівня компетентності автора документа у справах, про які він висловлює своє судження, з'ясування його особистого ставлення до фактів, що описуються в документі.

Упередженість або симпатії автора часто стають причиною умисних або ненавмисних перекручень. Однак спотворення можуть з'явитися не тільки через особисті симпатії або антипатії автора, чинником перекручень може стати і методологічна позиція автора. Так, наприклад, автори, що сповідують різні світоглядні позиції, можуть визнати суттєвими у поясненні певного конкретного явища два різні факти.

Окремі види документів через свою специфіку потребують спеціальних методів аналізу і залучення до їх виконання спеціалістів у певних сферах знань.

Юридичний аналіз застосовується для всіх видів юридичних документів. Його специфіка полягає у тому, що і у правовій науці розроблено особливий словник термінів, у якому значення кожного терміна чітко і однозначно визначено. Незнання юридичного словника у процесі аналізу юридичного документа може спричинити грубі помилки дослідника.

Психологічний аналіз. Цей вид аналізу застосовується, зазвичай, для аналізу особистих документів. Його основна мета – отримати висновки про автора документа на підґрунті аналізу інформації, що знаходиться у документі.

Це питання може бути дещо розширене: увага може бути акцентована, наприклад, не на особистості автора, а на його ставленні до якогось політичного або соціального явища. У результаті може бути сформоване уявлення про формування суспільної думки, суспільних орієнтацій тощо.

Формалізований аналіз. Прагнення усунути суб'єктивність, що характеризує традиційний аналіз, спричинило розробку принципово нових, формалізованих, або, як часто їх називають, кількісних методів аналізу документів (контент-аналіз). Сутність цих методів зводиться до того, щоб знайти такі легко підраховувані ознаки, риси, властивості документів (наприклад, частота вживання певних термінів), які за необхідності відображали б певні істотні аспекти змісту. Тоді зміст набуває придатності для вимірювання, здійснення математичних підрахунків. Рівень об'єктивності результатів вимірювання значно підвищується. Обмеженість формалізованого аналізу полягає у тому, що тільки незначна частка усього багатства змісту документа може бути виміряна за допомогою формальних показників.

Формалізований, кількісний аналіз охоплює, зазвичай, широкий матеріал і кваліфікується як екстенсивний. Його основним недоліком слід уважати неповне, відносно вузьке розкриття змісту документа.

Контент-аналіз – це побудова висновків на підґрунті об'єктивного і систематичного виявлення адекватних завданням дослідження характеристик тексту. При цьому розуміється, що застосування такої техніки передбачає

здійснення певних стандартних процедур, зокрема вимірювання. Отримані дані мають відповідати передбаченому у дослідженні рівневі узагальненості.

На практиці визначилися певні загальні принципи щодо доцільності застосування контент-аналізу:

коли потребується високий ступінь точності або об'єктивності аналізу;
за наявності широкого за обсягом і несистематизованого матеріалу, коли безпосереднє застосування останнього ускладнене;

коли категорії, важливі для цілей дослідження, характеризуються певною частотою появи у досліджуваних документах, наприклад, під час роботи з відповідями на відкриті запитання, анкет або глибинних інтерв'ю;

коли велике значення для досліджуваної проблеми має мова досліджуваного джерела інформації, її специфічні характеристики.

Основними напрямками використання контент-аналізу є: а) виявлення і оцінка характеристик тексту як показників певних сторін досліджуваного об'єкта; б) з'ясування причин, що спонукали повідомлення; в) оцінки ефекту впливу повідомлення.

Дослідження характеристик тексту відбувається з метою перевірки гіпотези про місце концентрації уваги, основних тенденцій або ж особливостей різних джерел комунікації. Інакше кажучи, мова йде про пошук відповіді на питання: «Що?» (тобто, що хоче підкреслити комунікатор у своєму повідомленні). Такий пошук доцільно проводити під час порівняння різних засобів масової комунікації (наприклад, змісту теле- і радіопередач, матеріалів преси) або повідомлень певних засобів масової комунікації у часі.

Багато інформації може дати також вивчення характеристик змісту різного роду офіційних документів. Так, на підґрунті даних про те, якого роду інформація передається від одного підрозділу організації до іншого або від однієї організації до іншої, можна формувати уявлення про характер функціональних зв'язків, що існують між ними.

Аналіз особистих документів із цієї точки зору може допомогти з'ясувати найважливіші, визначальні події, які справляли вплив на автора у момент

складання документа (широко відомі щоденники періоду Другої світової війни).

Вивчення характеристик тексту дозволяє з'ясувати, як зміст повідомлення буде змінюватися залежно від аудиторії (тобто відповідь на питання: *кому передається повідомлення*).

Наприклад, досліджуючи ефективність пропагандистської роботи можна проаналізувати відмінність текстових характеристик лекцій одного і того ж лектора у залежності від різного складу слухачів (професійного, вікового тощо).

Важливим аспектом вивчення характеристик тексту є дослідження стилістичних особливостей тих або тих документів. Це пов'язано з відповіддю на запитання: *як побудоване повідомлення*. Такого роду аналіз може дати уявлення про певні структурні характеристики об'єкта дослідження або стилістичні особливості тексту, адресованого конкретному об'єкту (групі людей), можна розглядати як один із показників стану цього об'єкта.

Працюючи із матеріалом ЗМІ, можна вирішити проблему порівняння статистичних особливостей повідомлень на одну і ту ж тему, одне з яких виявилось ефективнішим ніж друге. Вивчаючи соціальну організацію (міністерства, промислового підприємства, наукової установи тощо), з'ясуємо, що відхилення від звичайного стилю офіційних документів у деяких випадках можуть розглядатися як ознаки зміни стану тих або тих підрозділів цієї організації. Нарешті, вивчення стилю особових документів дозволить повніше описати непересічність особистості автора.

Постановка завдання дослідження причин появи повідомлення найперше має зв'язок зі спробою встановити співвідношення між фактами змісту і процесами, що відбуваються в об'єктах, що породжують повідомлення. Мова йде про відповіді на запитання: *хто і чому передає повідомлення*.

Між змістом повідомлення, його окремими характеристиками і намірами комунікатора існує певний зв'язок. Отже, можна знайти такі характеристики тексту, які виконуватимуть функцію індикатора станів або процесів, намірів або

установок комунікатора. Проблема, однак, полягає у тому, щоб це порівняння було обґрунтованим.

У будь-якому процесі комунікації досить важливою є проблема, відповіді на запитання, наскільки ефективним був вплив комунікаторів на адресата, тобто наскільки те, що хотів повідомити перший, було зрозуміло другим, наскільки це було сприйнято чи не сприйнято. Такого роду запитання можна вирішити шляхом аналізу змісту якихось повідомлень адресата, переданих після того, як вплив було вчинено.

Досить важливим є питання про те, як змінюються орієнтації того, хто сприймає повідомлення, залежно від характеру самого повідомлення. Зазвичай, таке дослідження є експериментальним і проводиться у лабораторії. За допомогою спеціально розроблених шкал оцінюються орієнтації досліджуваних до і після отримання ними того чи того повідомлення. Порівнюючи різні повідомлення зі ступенем зміни орієнтації, можна зробити висновок про те, наскільки ефективною була дія такого повідомлення. Потім можна розпочати пошук відповіді на запитання, чому одне повідомлення виявилось ефективнішим за інше.

Вимога об'єктивності аналізу робить необхідним переклад досліджуваного матеріалу на мову гіпотез в одиницях, які дозволяють точно описати характер тексту. У зв'язку з цим дослідникові доводиться розв'язувати низку проблем, пов'язаних: а) із розробкою категорій аналізу; б) із виокремленням одиниць аналізу; в) із виокремленням одиниць підрахунку.

Категорії аналізу – це поняття, у відповідності з якими сортуються одиниці аналізу (одиниці змісту).

Розробляючи категорії, важливо враховувати, що від їх вибору буде значним чином залежати характер отриманих результатів. У такому разі дослідник постає перед необхідністю кілька разів переходити від теоретичної схеми до документальних даних, а від них знову до схеми, щоб сформулювати категорії, адекватні завданням дослідження.

Категорії мають бути вичерпними, тобто охоплювати усі частини змісту, що визначаються завданнями цього дослідження, відповідати вимозі взаємного незаперечення (одні й ті ж частини не можуть належати до різних категорій).

Категорії мають бути надійними, тобто їх потрібно сформулювати таким чином, щоб у різних дослідників був високий ступінь згоди щодо того, які частини змісту слід віднести до тієї або тієї категорії. Чим однозначніше визначені категорії, тим менш проблемним стає віднесення частин змісту до певних категорій.

Найрадикальнішим способом збільшення ступеня надійності категорії є його вичерпне визначення (перерахування усіх елементів, що до нього входять – частин змісту). Тоді функції обробника тексту зводяться до чисто технічних, йому не доводиться будь-що вирішувати з власної ініціативи. Однак такі випадки трапляються досить рідко, і вичерпне визначення категорії можливе для вирішення вузького кола порівняно нескладних завдань.

Оцінюючи надійність категорій, слід пам'ятати, що тонке градування категорій, коли вони стають дрібними і складеними із дробів, спричиняє те, що кодувальники розходяться в оцінці приналежності того або того елементу змісту до даної категорії.

Цей недолік можна подолати шляхом укрупнення категорій. Однак укрупнення слід здійснювати у чітко визначених межах, що визначаються метою дослідження. Надмірне укрупнення може стати причиною зменшення ступеня диференціації досліджуваного явища, тобто дослідник утратить здатність фіксувати ті відмінності, що можуть бути істотними для мети дослідження.

Проблема прийняттого рівня надійності вирішується тільки у межах програми кожного конкретного дослідження. Висока надійність категорій, зазвичай властива спрощеним формам контент-аналізу. Ускладнення, деталізованіша диференціація категорій пов'язані з пониженням їх надійності, однак це робить інформацію про об'єкт дослідження багатогранною і

глибинною. Вирішення проблеми балансу надійності і значущості категорій здійснюється на підґрунті дослідницьких завдань, поставлених науковцем.

Для проведення формалізованого аналізу змісту потрібно чітко знати ознаки, за якими певні одиниці відносяться до певних категорій. *Одиницею аналізу – смисловою або якісною – є та частина змісту, що виокремлюється елементом, який підводиться під ту або ту категорію.*

Виокремлення одиниць аналізу є важливим методологічним завданням, вирішення якого визначається початковими теоретичними посиланнями дослідника, його світоглядними засадами.

Смисловою одиницею контент-аналізу має бути соціальна ідея, соціально значуща тема. У тексті вона може бути відображена по-різному: одним словом, деякими стійкими поєднаннями слів, може взагалі не мати чіткого термінологічного виразу, а подаватися описово або приховуватися у заголовкові абзацу, розділу тощо. У зв'язку з цим перед дослідником постає завдання виокремлення ознак (показників), за якими окреслюється наявність у тексті теми або ідеї, значущої з позиції мети дослідження.

Показники за своїм характером можуть бути неоднорідними: такими що стосуються до теми слова і словосполучення, термінів, імен людей, назв організацій, географічних назв, згадувань про історичні події тощо.

Під час вивчення політичних проблем смислові одиниці можуть включати і зовнішні міжнародні події, осіб і авторів, що описують ці події, або тих, що є їх ініціаторами і пропагандистами, ставлення до подій (оцінки) у термінах: «за - проти», «вигідно – не вигідно»; «добре – погано», у чийх це інтересах, наскільки доцільними є дії тощо; цільову установку діяльності суспільних організацій, партій, осіб, інтереси і потреби, що їх прагнуть досягти (політичні, економічні, партійні, етнічні, особисті), об'єкт спрямованої діяльності (конкретні лозунги, програми, цілі), спосіб досягнення мети (переконання, насилля, економічний тиск, моральний або політичний вплив); характер авторитетів, до яких апелюють у документах (діячі, організації,

друковані органи, логічні висновки, емоційні стереотипи), адресат діяльності або пропаганди (які соціальні прошарки, суспільні групи тощо).

У дослідженнях повідомлень засобів масової комунікації, де контент-аналіз є найпоширенішим, визначилися деякі «стандартні» смислові одиниці.

Поняття, виражені окремим словом, терміном або поєднанням слів. Застосування такої смислової одиниці є доцільним для вивчення стилю того або того джерела інформації, а також способів, за допомогою яких джерело інформації організує повідомлення, передає свої наміри тим, до кого вони спрямовані.

Тема, виражена в одиницях судження, смислових абзацах, цілісних текстах. Тема є важливою смисловою одиницею для аналізу спрямованості інтересів, ціннісних орієнтацій, установок тих, хто передає повідомлення. Однак визначення теми досить часто ускладнюється у зв'язку з її розмитістю у тексті. Тому, хто проводив аналіз, доводиться визначати тему і її межі у самому тексті. Вибір теми у значенні одиниці аналізу передбачає також внутрішнє розмежування тексту на певні частини (одиниці контексту), всередині яких тема може бути визначена.

Імена людей, географічні назви, згадування певної події, назви організацій. Вичленування такого типу фактів у значенні смислової одиниці визначене тим впливом, який, на думку комунікатора, вони можуть справити на реципієнта. З іншого боку, частота і тривалість проміжку часу, у межах якого вони присутні у повідомленні, можуть стати показником їх важливості, значущості для досліджуваного об'єкта.

Обравши смислову одиницю і її показники, дослідник мусить також визначитися і з одиницею підрахунку, вона стане підґрунтям для кількісного аналізу матеріалу. Одиниця підрахунку може збігатися, а може і не збігатися з одиницею аналізу чи її показником.

Одиницю підрахунку характеризує різний ступінь точності вимірювання, різним є також час, що витрачається на кодування, яке потрапляє до вибірки. Зазвичай, чим вища вимога до точності, тим більші затрати часу на кодування.

Водночас велика точність стає причиною диференційованіших результатів, а це, у свою чергу, забезпечує більший обсяг інформації про об'єкт. Тобто інформація про об'єкт стає більш суттєвою, багатогранною, глибинною. Тому, розпочинаючи дослідження, попередньо слід вирішити проблему ступеня точності диференціації, необхідної для вирішення поставлених завдань, і як бажану точність можна отримати з мінімальними витратами. Досвід емпіричних соціологічних досліджень допоміг визначити певні загальні одиниці підрахунку, що відповідають різноманітним дослідницьким вимогам.

1. *Час – простір*. Підрахунок у цій системі придатний в основному під час дослідження повідомлень, що передаються засобами масової комунікації. За одиниці відліку тут беруть кількість стрічок, абзаців, квадратних сантиметрів площі, знаків, шпальт, де йдеться про ту або ту проблему, думку, оцінку тощо. Для Інтернету, кіно, радіо, телебачення одиницею підрахунку може бути час, протягом якого висвітлюється певна подія, кількість «закачаної» інформації у байтах тощо. Вимірюється, наприклад, кількість сантиметрів шпальт, частота згадування тем і кількість заголовків тощо. Зазвичай ці способи дають подібні результати, однак кодування за одиницею простору у більшості випадків займає набагато менше часу.

Варто відзначити, що система підрахунку «простір – час» здатна зафіксувати тільки загальні характеристики змісту і не придатна для оцінки орієнтацій, намірів тощо.

2. *Поява ознак у тексті*. Така система підрахунку передбачає необхідність відзначати наявність певної характеристики змісту у будь-якому її прояві у кожній із одиниць контекстів (тобто частин, на які розбивається текст, що аналізується). У такому разі іноді спостерігається тільки поява ознаки, а повторення даної характеристики у середині одиниці контекстів не враховується.

Наприклад, якщо за одиницю контексту взято абзац, то поява будь-якої ознаки значущої смислової одиниці зараховується тільки один раз, безвідносно до кількості повторень її ознак у даному абзаці.

Така система підрахунку передбачає припущення, про те, що не існує лінійної залежності між частотою появи у контексті і значущістю смислової одиниці; важливою є тільки її наявність або відсутність у певних частинах тексту.

Цей спосіб простий у застосуванні; кодувальнику доводиться зупинитися на найпростішому рішенні (наявність - відсутність), що у свою чергу забезпечує його достатньо високу надійність. Інформація, закодована таким чином, може бути представлена у числовому вираженні (наприклад, відсоткове співвідношення елементів тексту, в яких ця смислова одиниця з'явилася).

3. Частота появи. Найпоширенішим способом вимірювання характеристик змісту є підрахунок частот їх вживання, коли фіксується кожна поява будь-якої ознаки даної характеристики. Залежно від того, які одиниці підрахунку було обрано, частота появи може використовуватися для вирішення різних завдань.

Частота появи теми у тому або тому документі може виконувати функцію показника її значущості з точки зору автора документа. Підрахунок оціночних характеристик тексту (наприклад, усіх «за» і «проти» щодо певного питання або події) дозволяє підійти до дослідження орієнтацій автора повідомлення і до виявлення намірів, які були визначені повідомленням.

Врахування мети дослідження є обов'язковою умовою визначення специфічних одиниць аналізу і одиниць обрахунку під час розробки конкретних методик контент-аналізу.

Так, російський соціолог **А. Баранов** визначив метою свого дослідження вимірювання питомої ваги суб'єктивного фактора у житті суспільства і виявлення динаміки суспільних оцінок мотивів людської поведінки. Для цього він провів дослідження газети "Известия" за період приблизно 50 років і обрав у значенні показників присутності суб'єктивного фактора на сторінках газети інформацію щодо психологічних характеристик особистості або групи. Конкретна процедура, по суті, полягала у підрахунку частоти згадувань

психологічних характеристик особистості або групи у заголовках статей і їх контексті.

Подібний приклад описаний у монографії Т. Новикової із контент-аналізу посадових інструкцій працівників підприємства. Компоненти посадової діяльності фіксувалися шляхом підрахунку окремих слів, груп слів, висловлювань, що відповідають одиниці інформації про елементи регламентації.

Соціологи **В. Коган** та **Ю. Скворцов**, аналізуючи газету «Труд» за чотири місяці, виокремили у значенні розподілу газетної площі за темами, жанрами і за стабільністю цієї площі. Автори вичленували основні класи тем і жанрів, а потім виміряли кількість стрічок, що були відведені під ці групи тем. Аналізувався ступінь стабільності кількості стрічок під ці теми. У результаті співставлення показників було зроблено висновок про «безперервність впливу» видання на аудиторію.

Додаткові можливості застосування контент-аналізу відкриваються із залученням до нього лінгвістики і психолінгвістики, що успішно пояснюють багато питань аналізу текстів.

У лінгвістиці існують методи, за допомогою яких можна виокремити один і той самий смисл у різних за написанням словах і мовних зворотах (тобто встановити семантичну рівність різних форм). У контент-аналізі для оцінки ступеня збігу смислового змісту, що міститься в окремих словах (або словосполученнях) конкретного тексту, із тим, що цікавить дослідника, зазвичай, покладаються на здоровий глузд кодувальника. У свою чергу, лінгвістика дає можливість об'єктивно з'ясувати збіг смислового змісту. Із кількох синонімів у мові різних груп певні із них використовуються частіше порівняно з іншими. Можна вирізнити частотні норми вживання різних значень одного і того ж слова та використати індивідуальні відхилення від загальних норм як змістовні характеристики.

3. Відбір документів і проблеми якості документальної інформації.

Вирішення кожного дослідницького завдання вимагає визначення того, яку кількість документів потрібно вивчити, щоб дані про об'єкт були достовірними, тобто вирішення проблеми побудови вибірки.

Для аналізу документів, спеціально зібраних для конкретного дослідження, ця проблема вирішується доволі просто: аналізуються усі без винятку документи. Якщо ж йдеться про документи не залежні від дослідника, то під час формування вибірки з'являється потреба у відборі джерела інформації, відборі документів.

Відбір джерел інформації. Плануючи аналіз змісту документів, дослідник, перш за все, має відповісти на питання, які джерела мають найповнішу інформацію про ті характеристики об'єкта, що його цікавлять. Якщо вважається, що усі документальні джерела інформації однаково важливі для мети дослідження, то може бути сформована випадкова вибірка за допомогою одного із стандартних методів.

Наприклад, у процесі дослідження лекційної пропаганди може з'явитися питання щодо рівня інтересу до тієї або тієї тематики у певні відрізки часу. Якщо за один із критеріїв інтересу взяти кількість і характер поставлених лектору запитань, то зникає потреба розглядати зміст усіх запитань, що були поставлені на кожній із прочитаних лекцій. Тут можна побудувати випадкову вибірку і проаналізувати питання, поставлені на тих лекціях, які до неї потраплять, тому що можна поррахувати, що однаковість теми визначає рівнозначність для дослідника усіх об'єднаних нею лекцій.

Якщо припущення про рівнозначність не обґрунтоване, можна застосувати розширену вибірку, що відображає ті якісні або кількісні аспекти джерел інформації, які дослідник вважає важливими і обирає у знанні критеріїв розширення.

Так, досліджуючи ефективність діяльності організації, можна зіткнутися з питанням про те, як ця організація оцінює власну організованість. Тут

показовими документами можуть стати матеріали багатотиражної газети або стіннівки, накази керівництва. Тому до вибірки потраплять не усі матеріали названих джерел, а тільки ті, що безпосередньо відносяться до досліджуваного явища. Вивчаючи процес формування організаційних рішень, аналізуватимемо тільки документи певним чином пов'язані з цим процесом, а інші матеріали дослідник не розглядатиме.

Питання про те, якого роду джерела інформації мають потрапити до вибірки, можна вирішити і за допомогою експертної оцінки. У наведеному прикладі характер вибірки визначається якісними критеріями. Для вирішення інших завдань дослідження важливішими можуть виявитися кількісні критерії.

Найперше це стосується засобів масової комунікації. Тут вибірка може будуватися у відповідності з такими кількісними критеріями, як тиражність газет і журналів, відвідуваність кінофільмів тощо.

Відбір документів. Часто уже сам відбір джерел інформації обмежує кількість документів, що підлягають аналізу до прийняттого обсягу, однак і після цього обсяг матеріалу може бути досить широким. Тоді доцільно провести відбір документів.

Так, якщо мова йде про вивчення «самооцінки» організації за матеріалами її багатотиражки або стіннівки, то таким елементарним документом може бути будь-яке повідомлення, що має зв'язок із внутрішніми справами досліджуваної організації.

Розбудовуючи вибірку, слід взяти до уваги факти, що можуть мати значний вплив на отримані результати.

Найперше слід визначити, який обсяг вибірки дозволить перенести отримані результати на досліджувану генеральну сукупність із необхідним для даного дослідження ступенем точності. Обсяг вибірки буде варіюватися залежно від завдань дослідження та від характеру отримуваних даних.

Так, якщо дослідникові важливо оцінити динаміку виконання плану випуску продукції підприємством, наприклад, протягом 10 років, його може задовольнити аналіз річних звітів підприємства щодо виконання виробничого

плану за досліджуваними показниками. Відповідно буде визначатися і обсяг вибірки. Якщо ж додатково до цього буде поставлене завдання визначити наскільки рівномірно протягом кожного із досліджуваних років розподілялося виконання планового завдання, то обсяг і характер вибірки змінюється. Це станеться за рахунок включення додаткових матеріалів, що містять дані принаймні щодо поквартального виконання плану.

Однак, який би не був обсяг вибірки, слід переконатися, що вона не залежить від циклічних коливань, властивих генеральній сукупності.

Так, оцінюючи ефективність діяльності підприємства, де одним із джерел інформації стає багатотиражка або стіннівка, важливо взяти до уваги те, що відповіді про діяльність підрозділів підприємства, зазвичай, з'являються тут ближче до кінця кварталу і кінця року. Якщо такого роду коливання не враховуються, то це може спричинити перекручення достовірності отриманих даних безвідносно до того, наскільки добре була складена програма дослідження.

Вирішуючи питання побудови вибірки, варто пам'ятати, що немає таких процедур, що їх можна застосовувати до будь-якого поставленого завдання. У кожному дослідженні, що здійснюється за допомогою аналізу документів, це питання вирішується кожного разу особливим чином, залежно від мети дослідження, від наявних у користуванні документів, від необхідного рівня точності результатів. Очевидно, що будь-яка із прийнятих схем побудови вибірки привносить у дослідження певні припущення (наприклад, випадкова вибірка передбачає припущення рівнозначності усіх елементів, що входять до генеральної сукупності). Це може справити вплив на отримувані результати, тому побудову вибірки за тією або тією схемою слід обґрунтувати у програмі дослідження, а пов'язані з цією схемою припущення і обмеження взяти до уваги, інтерпретуючи результати.

Однією з передумов успіху емпіричного соціологічного дослідження, яке здійснюється на підґрунті аналізу документів є критичне ставлення до них. Зі словом «документ», зазвичай, пов'язується уявлення про достовірність,

точність, перевіреність, беззаперечність. Однак достовірність документів, що застосовуються в емпіричному соціологічному дослідженні, завжди потребує спеціальної перевірки. Сліпа довіра до документа (особливо вона стосується так званих офіційних документів) може стати причиною серйозних помилок. Тому документи, якими б достовірними і правдивими вони не здавалися, з першого погляду вимагають до себе критичного ставлення. І тільки після того, як послідовно перевірені та проаналізовані усі пункти, щодо яких є сумніви, вони можуть бути долучені до роботи.

Розробляючи програму дослідження потрібно чітко визначити, які характеристики об'єкта вивчатимуться, і у залежності від цього оцінювати документи з точки зору їх адекватності, надійності, достовірності.

Адекватність документа визначається як ступінь, у межах якого він відображає ту характеристику об'єкта, яка цікавить дослідника, наскільки він відповідає предмету дослідження.

Якщо мова йде про оцінки ефективності діяльності підприємства як системи за допомогою аналізу документів, набір документів має бути таким, щоб досліджувана організація була відображена багатопланово. Якщо в основному будуть відібрані документи, що стосуються тільки виконання виробничого плану, то вони дадуть неповну картину діяльності досліджуваної організації. Таким чином, дані, отримані у процесі аналізу тільки цих документів, не можуть бути джерелом обґрунтованих висновків.

Адекватність самого документа ще не гарантує адекватності інформації, отриманої через нього. Соціальна інформація, що її отримує дослідник із документа, вирішальним чином залежить від надійності використовуваних для його аналізу категорій. Якщо вирізнені категорії не відповідають основним вимогам, що до них звернені, то під кожен із них виявиться можливим підвести різноманітну інформацію. Отримані дані матимуть невизначений характер і не можуть бути достатньою підставою для обґрунтованих і достовірних висновків.

Щоб зробити певні висновки щодо надійності змісту, необхідно порівняти усі дані змісту з якимись іншими даними. Тут можливі кілька варіантів перевірки.

Один із них – порівняння змісту документів, що мають спільне джерело. Таке порівняння може здійснюватися: а) у часі, коли порівнюються характеристики повідомлень одного і того ж джерела у різні відрізки часу; б) у різних ситуаціях, наприклад, у межах високої і низької соціальної напруженості; в) у різних аудиторіях. У цьому варіанті перевірки йдеться про обґрунтованість твердження стабільності певних характеристик, що характеризують певне джерело інформації. Порівняння повідомлень у відповідності з одним або кількома із названих критеріїв дозволяє вирізнити мінливі характеристики, відмежувати їх від постійних.

Інший варіант – метод незалежних джерел. У цьому випадку перевірка, зазвичай, зводиться до такого: обирають значущі для мети дослідження характеристики із двох (або більше) різних джерел інформації, потім відмінності у характеристиках порівнюються з відмінностями у змісті повідомлень, що надходять із цих джерел (повідомлення мають бути на одну і ту ж тему). Те у змісті, що не піддається викривленню та визначається специфікою джерела, можна буде вважати достовірною інформацією. У такому випадку викривлення можна розглядати як пов'язане з відмінностями у виокремлених джерелах.

Ще один варіант перевірки надійності змісту – порівняння даних із стандартами. У такому разі отримані дані порівнюються з певними нормативними уявленнями, що можуть формулюватися різним чином. Це можуть бути стандарти або критерії, виведені індуктивно із даних змісту. У значенні стандарту можуть бути також теоретичні висновки або експертні оцінки.

Достовірність документів. Однією з головних проблем в оцінці достовірності документів є встановлення оригінальності. Її гострота визначається типом документа. Важливо зазначити, що майже ніколи не

виникає складнощі із встановлення оригінальності документів, сутністю яких є те або те соціальне явище. Такі документи (наприклад, преса, друковані тексти публічних виступів тощо) найчастіше з'являються масовими тиражами, і дослідник, зазвичай, має справу із їх оригіналами. Значно важче встановити оригінальність документів, що описують події, особливо якщо це історичні документи, тобто час їх створення знаходиться у далекому минулому. Варто також остерігатися фальшивих документів тоді, коли дослідник має справу з документацією фінансовою, судовою тощо, тому що саме тут найчастіше трапляються фальсифікації.

У дещо іншому аспекті постає перед дослідником проблема оригінальності копій. Залежно від виду копії та способів копіювання, оригінальність її також має бути перевіреною.

Переконавшись в оригінальності документа, дослідник, перш ніж використати його у своїй роботі, мусить перевірити достовірність зафіксованої у ньому інформації. Не можна поставити питання щодо достовірності політичної програми або певних естетичних чи моральних орієнтацій, але завжди необхідно з'ясувати, об'єктивно чи необ'єктивно описані факти, чи точно зафіксовані показники того або того процесу тощо.

Первинні документи у цьому відношенні, зазвичай, достовірніші ніж вторинні. Аналізуючи первинні документи, важливо перевірити, чи дійсно автор документа був свідком зафіксованої у його змісті події чи він описав її на підґрунті інформації, отриманої від інших свідків. Необхідно також з'ясувати, чи було зроблено опис події безпосередньо після її закінчення, чи через певний проміжок часу. Зрозуміло, що записи учасника події надійніші, ніж записи, зроблені на підґрунті чийось розповідей, а безпосереднє описування точніше, ніж те, яке було зроблене через якийсь відрізок часу.

Важливо також звернути увагу на те, для чого складався документ. Це може допомогти визначити «величину» і спрямованість можливих фальсифікацій. Документ можна оцінювати і щодо повноти інформації про описувану подію, яка у ньому міститься, і щодо спотворення дійсних

характеристик явища (процесу, події тощо). Найперше, що інформація про подію може бути неповною. У документі можна знайти інформацію щодо перебігу самої події, але у ньому можуть бути відсутні дані щодо контексту, у якому подія відбувалася.

Наприклад, якщо дослідник має справу з протоколом певних зборів, у якому не фіксується поведінка і реакції його учасників, то йому важко буде оцінити, яким чином і чому учасники зборів прийняли те а не інше рішення. Для розуміння цього потрібна інформація про те, яка була ситуація на зібранні: відбувалися збори спокійно і за раніше встановленою схемою або ж бурхливо і стихійно. У такому випадку, щоб оцінити значення того, що відображено у документі, дослідникові у певний спосіб потрібно відновити умови, за яких мав місце перебіг події, тобто потрібно доповнити інформацію.

Оцінку достовірності зафіксованих у документі даних найкраще здійснювати шляхом послідовного перегляду джерел тих помилок, що трапляються у документі. Джерела помилок умовно можна розрізнити на дві категорії: випадкові і систематичні.

Випадкові помилки (наприклад, друкарська помилка у статистичних звітах) менше позначаються на результатах дослідження. По-перше, вони певною мірою статистично самокомпенсуються, по-друге, великі помилки такого роду легко виявляються, тому що, зазвичай, вони різко дисонують із рештою матеріалу.

Набагато важливішим є виявлення систематичних помилок. Їх, у свою чергу, також розділяють на два типи: свідомі і несвідомі.

Свідомі «помилки» часто визначаються тими намірами, якими керується автор, складаючи документ. Це однаковим чином стосується і офіційних, і неофіційних документів. Складаючи офіційний документ, автор може прагнути показати перебіг подій більш або менш тотожним, порівняно із дійсним, станом справ.

Наприклад, політично заангажоване видання найімовірніше подаватиме тенденційну інформацію про події. Такого роду помилки виявляють шляхом

зовнішнього аналізу (іноді певні внутрішні суперечності у змісті можуть бути виявлені і шляхом внутрішнього аналізу). Тут важливо розуміти: чи було комусь із учасників створення документа вигідно сказати правду?

Документи критичного характеру, зазвичай, акцентують увагу на негативних аспектах того чи іншого соціального явища і у дуже незначному ступені вказують на його позитивні аспекти. З іншого боку, автори, що складають звіти про виконану роботу, схильні зображувати ситуацію у сприятливому для себе світлі.

Викривлення правди у дійсних документах може бути як свідомим (через певні зовнішні обставини), так і несвідомим – у тих випадках, коли, наприклад, автор щоденника «добросовісно помиляється» відносно власних почуттів і мотивів власної поведінки. Нарешті, почуття порядності та елементарний такт також дуже обмежує щирість особистих документів. Помилки в особистих документах виявляються як шляхом зовнішнього аналізу, так і шляхом порівняння збігу змісту певного документа з іншими даними про автора. Виявлення мотивів складання особистого документа вимагає старанного аналізу його змісту відповідно до попередньо розроблених процедур, а також порівняння змісту документа з інформацією про описані у ньому події, почерпнутою із незалежних джерел.

Оцінюючи достовірність інформації, що знаходиться у неофіційних особистих документах, важливо також брати до уваги ставлення автора до викладених ним фактів. Розрізняють кілька типів таких відношень, що можуть вважатися ознаками достовірності інформації.

1. Факти, що безпосередньо не торкаються особистих інтересів автора.
2. Факти, повідомлення яких може завдати певної шкоди автору, але які мають для нього певну соціальну і психологічну цінність.
3. Те, що повідомляється у документі, у момент запису було загальновідомим.
4. У тексті повідомляються певні деталі події, неістотні з позицій ставлення до них автора.

5. Автор розповідає про факт, до якого він ставиться доброзичливо, або ж те, про що він розповідає, знаходиться у суперечності з поглядами автора, але їх сповідує дослідник.

Найсерйознішою небезпекою у досліджуваній сфері є неусвідомлені методичні помилки. Для їх виявлення потрібно старанно проаналізувати методику, за якою складався даний документ. Найчастіше такі помилки можна зустріти у статистичних документах. Методика, за якою велося спостереження, могла бути недостатньо старанно розроблена, деякі істотні показники процесу, що спостерігається, могли виявитися нерозкритими для спостерігача. Цього типу помилки фіксуються тільки спеціально передбачуваними засобами контролю і перевірки зібраного матеріалу.

Оцінюючи документи, що містять статистичне групування даних, необхідно виявляти підґрунтя класифікації. Якщо це підґрунтя не відповідає мові гіпотези дослідження, соціологу доводиться вирішувати проблему перегрупування даних у відповідності до поставлених ним завдань.

Використання у конкретному соціологічному дослідженні документів як джерела соціальної інформації передбачає систематичне вивчення їх змісту для здобування інформації про різні аспекти відображеного у них явища. Узагальнення отриманих даних і порівняння висновків із сформульованими гіпотезами дозволяє робити висновки уже про об'єкт дослідження. Дані, отримані через аналіз документів, мають відповідати певному рівневі узагальнення; необхідно, щоб отримана інформація характеризувалася теоретичною значущістю. Звичайний опис змісту, не віднесений до характеристик досліджуваного об'єкта, не має будь-якої наукової значущості.

Використана і рекомендована література

1. Анализ нечисловой информации в социологических исследованиях. – М.: Наука, 2015. 211 с.
2. Андреенков В.Г. Логика социологического исследования. – М.: Наука, 2017. 220 с.

3. Баскаков А.Я., Туленков Н.В. Методология научного исследования: Учеб. пособ. – К.: МАУП, 2012. 249 с.
4. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная социология: В 15 т. – 5.№ 4. Методика и техника исследования. – М.: ИНФРА-М, 2004. 428 с.
5. Миллс Р. Интеллектуальное мастерство // Социол. исследования. – 2014. – №1.
6. Как провести социологическое исследование. – М.: Прогресс, 2016. 249с.
7. Методы выборочного исследования. – М.: Статистика, 2015. 273 с.
8. Паніна Н.В. Технологія соціологічного дослідження. – К.: ІС НАН України, 2007. 320 с.
9. Паниотто В.И. Качество социологической информации. – К.: Наук. думка, 2012. 273 с.
10. Рабочая книга социолога. – М.: Прогресс, 2015. 419 с.
11. Шаленко В.Н. Программа социологического исследования. – М.: Прогресс, 2015. 179 с.
12. Ядов В.А Социологическое исследование: методология, программа, методы. М.: Наука, 2015. 317 с.

Глосарій (словник термінів)

Абстрагування – один із моментів пізнання, процес мисленого виокремлення, ізолювання одних ознак, властивостей, зв'язків і відношень конкретного предмета або явища з численних інших ознак. У процесі мислення людина виокремлює випадкове, неістотне і прагне до пізнання суттєвого, важливого, істотного. Абстрагування – це рух думки у внутрішню будову, структуру предмета або явища, їх уявне розчленування, перетворення споглядань та уявлень у поняття. За допомогою процедури абстрагування було сформовано усі поняття та категорії, у змісті яких відображено істотні й необхідні властивості явищ і процесів дійсності.

Абстракція – відмова від несуттєвих, малозначущих сторін явища для розкриття його внутрішніх, сутнісних, сталих і загальних зв'язків. Результатом

абстрагування (поряд із використанням інших елементів діалектики) є обґрунтування соціологічних категорій. Абстракція тільки відображає у формі думки зміст, закладений у речах, предметах. Для пізнання соціальних явищ і процесів використовуються абстракції багатьох рівнів. Чим ширші, місткіші абстракції продукує соціологічна теорія, тим повніше й точніше вони відображають дійсність, тим ефективніше їх застосування як інструменту пізнання. Визначення абстракції як процесу мисленевого вичленування істотних ознак й ігнорування неістотних є тільки одним із аспектів методу абстракції. Ще один важливий ракурс цієї процедури – необхідність розгляду соціальних явищ, процесів під певним кутом зору за одночасного ігнорування всіх інших властивостей.

Автентичний текст – текст документа, офіційно визнаного рівнозначним іншому тексту, укладеному, зазвичай, іншою мовою і який має однакову з ним юридичну силу.

Акт – 1) одинична дія, вчинок; 2) офіційний документ, який видається державним органом, посадовою особою в межах їхньої компетенції в установленій формі (закон, указ, постанова тощо).

Аналіз документів – метод збирання первинних соціальних даних, в якому джерелом інформації є текстові повідомлення, які знаходяться у будь-яких документах, протоколах, доповідях, резолюціях та рішеннях, газетних і журнальних публікаціях, художніх творах, ілюстраціях тощо. Аналіз документів забезпечує можливість отримати інформацію про минуле, безпосереднє спостереження якого фізично неможливе.

Контент-аналіз – 1) метод якісного аналізу змісту документів для виявлення тенденцій розвитку соціальних фактів; 2) формалізований метод дослідження змісту соціальної інформації шляхом виявлення стійких повторюваних смислових одиниць тексту (назв, понять, імен, суджень тощо). Об'єктом контент-аналізу може бути зміст газет, кінофільмів, публічних виступів, теле- і радіопередач, суспільних і особистих документів, соціологічних інтерв'ю, відповідей на відкриті запитання анкет тощо.

? Контрольні запитання

1. Зробіть порівняльний аналіз видів документів з позицій їх соціологічної значущості.
2. Зробіть порівняльний аналіз якісного і кількісного методів аналізу документів.
3. Порівняйте переваги і вади методу аналізу документів з іншими методами збирання первинної соціологічної інформації.
4. Поясніть автобіографію як документальне джерело первинної соціологічної інформації.

✍ Теми ІНДЗ

1. Монографічне дослідження У. Томаса і Ф. Знанецького «Польський селянин в Європі та Америці» як класичний зразок методу аналізу документів.
2. Досягнення представників Чиказької школи соціології в розробці методів аналізу документів.
3. Порівняння ефективності методів аналізу документів.
4. Переваги і вади аналізу документів як методу збирання первинної соціологічної інформації.

ТЕМА 7. СПОСТЕРЕЖЕННЯ ЯК МЕТОД ЗБИРАННЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

План

1. Поняття спостереження.
2. Програма спостереження.
3. Характеристики видів спостереження.
- 4 Фіксація результатів. Підготовка спостерігача.

1. Поняття спостереження.

Терміном «спостереження» у соціології позначають специфічний метод збирання первинної соціологічної інформації про досліджуваний об'єкт шляхом безпосереднього сприйняття і прямої реєстрації усіх вимірів, що стосуються досліджуваного об'єкта і є значущими з точки зору мети дослідження. Систематичність, системність і цілеспрямованість – характерні риси спостереження як методу конкретного соціологічного дослідження.

Соціологічне спостереження характеризує низка особливостей. *Перша з них – це зв'язок спостерігача з об'єктом спостереження.* У жодній іншій науці дослідникові не доводиться вивчати те, до чого він сам належить, часткою чого він сам є, те, від чого він залежить. Соціолог досліджує суспільство, соціальні явища і процеси і водночас сам є частинкою цієї спільноти, нерозривно пов'язаний із ним, знаходиться під його впливом, змінюється разом із ним. Цей нерозривний зв'язок спостерігача з об'єктом спостереження позначається і на сприйнятті соціальної реальності, і на розумінні соціальних процесів, явищ, дій окремих індивідів, і на його інтерпретації баченого.

Сприйняття спостерігачем соціальної дійсності обов'язково знаходиться під впливом світогляду дослідника. Світогляд – це небайдуже, незворушне дзеркальне відображення світу, а система орієнтацій, через які виявляються інтереси і потреби певних соціальних верств. Тому пізнання соціальної

дійсності завжди нерозривно пов'язане з ставленням суб'єкта пізнання до об'єкта (проблеми), що пізнається і завжди має ціннісний характер.

Об'єктивність соціального дослідження полягає не в тому, щоб нівелювати це особистісне ставлення, а в тому, щоб не підмінювати емоційними, моральними та іншими ціннісними критеріями виміри наукового дослідження, щоб пафос особистісного ставлення до досліджуваної проблеми був нерозривно пов'язаний із пафосом наукового дослідження, із чітким логічним аналізом досліджуваних передумов, із послідовністю їх критичної перевірки тощо – із усім тим, що складає сутність наукового способу мислення. Саме об'єктивність, (а не «об'єктивізм») дослідження, коректність висновків, спрямованих на вирішення конкретних соціальних проблем, їх «соціальна корисність» є формою виявлення науковості соціологічного дослідження.

Друга особливість спостереження у соціології тісно пов'язана з першою, є її похідною. Вона полягає у тому, що спостерігач не може позбутися суто людської риси - емоційності сприйняття. І якщо явища неживої природи можуть не мати емоційного забарвлення, то соціальні явища, їх сприйняття й інтерпретація своїм атрибутом мають емоційність. І ця емоційність спостереження тим вища, чим тісніше спостерігач пов'язаний із об'єктом спостереження.

Навіть переглядаючи світлини, зроблені «неупередженим» спостерігачем – відеокамерою, варто пам'ятати те, що камеру спрямовувала людина. Ця особливість спостереження у соціології має враховуватися у будь-якому соціологічному дослідженні як одне з джерел можливого викривлення даних спостереження.

Третя особливість цього типу збирання емпіричного соціологічного матеріалу – складність повторного спостереження. Повторне спостереження навіть повсякденного соціального факту є достатньо складним, тому що соціальні процеси знаходяться під впливом величезної кількості найрізноманітніших факторів, а тому такі факти дуже рідко можуть мати ідентичні виміри. Тому тільки старанне і багаторазове спостереження певного

соціального явища може, по-перше, дозволити вважати інформацію про нього сутнісною, глибокою і, по-друге, стати підґрунтям для інтерпретації даних.

Складнощі спостереження, як методу збирання первинної соціальної інформації є наслідком його особливостей і розрізняються на суб'єктивні (тобто такі, що пов'язані з особистістю спостерігача) і об'єктивні (отже не залежні від характеристик того, хто спостерігає).

До суб'єктивних складнощів спостереження серед іншого відноситься розуміння і тлумачення дослідником поведінки і дій інших людей через призму власного «я», через свою унікальну систему ціннісних орієнтацій, а також емоційну забарвленість людського сприйняття і тієї обставини, що на результати спостереження обов'язковий вплив має попередній досвід спостерігача.

До об'єктивних труднощів спостереження найперше слід віднести вузькі часові межі, у яких триває спостереження певного соціального явища, події. Крім того, далеко не всі соціальні факти можна спостерігати безпосередньо.

Спостереження і висновки. Будь-яке сприйняття є результатом поєднання відчуттів, що фіксуються органами чуття на кожен даний момент, і попереднього досвіду. Усе, що сприймає спостерігач, він порівнює, відносить до того, що вже знає, тобто спостереження і висновки практично не роздільні.

Як наслідок постійної присутності елементів пам'яті у сприйнятті спостерігача можна розглядати і той факт, що сам об'єкт спостереження є результатом вибору з усіх відкритих для спостереження об'єктів. Попередній досвід спостерігача значним чином визначає його точку зору, систему класифікацій явищ, у яку одні факти легко укладаються (здаються звичними), а інші не знаходять у ній місця (уважаються такими, що не мають значення), ними нехтують.

Сприйняття включає усвідомлення об'єктів, що спостерігаються, і своїм підґрунтям має залучення кожного разу нових отриманих вражень у систему уже наявного знання. Інакше кажучи, спостерігач, що має на момент початку спостереження певний досвід (знання), у процесі сприйняття безперервно

порівнює те, що він відчуває, із тим, що він уже знає, і на такому підґрунті робить певні висновки, які узгоджуються з його попереднім досвідом.

Дж. Мейдж наводить такий приклад⁴ : учасникам досліду були роздані картинки із зображенням обнесеного парканом заміського котеджу. На передньому плані світлини було видно хвіртку, а біля неї на стовпі якусь табличку. Букви тексту на табличці були настільки дрібними і нерозбірливими, що прочитати напис було неможливо навіть за допомогою новітніх комп'ютерних технологій. Однак на питання експериментатора, чи можуть вони прочитати напис на табличці, біля 80% учасників досліду відповіли, що вони розбирають слова: «Стороннім прохід заборонено, Приватна власність». Звісно, учасники досліду змогли «прочитати» табличку тільки тому, що вони багато разів бачили такі написи раніше, тобто досвід «підказав» їм, як слід сприйняти малюнок.

Вплив взаємодії спостерігача і спостережуваного. Спостерігаючи соціальний процес або явище, потрібно постійно мати на увазі можливі деформації результатів спостереження, породжені як самим фактом спостереження, так і фактом присутності спостерігача.

У природничих науках наявність спостерігача, зазвичай, не чинить впливу на досліджуваний процес (об'єкт спостереження), навпаки, у соціології такий вплив є атрибутом процесу спостереження. Тобто, присутність спостерігача істотно впливає на перебіг події, що спостерігається. Характеристики процесу (явища) набувають якісно нових вимірів, особливо у тому разі, коли йдеться про дослідження незначних за своєю чисельністю соціальних груп.

Присутність спостерігача може стати причиною знічення, сором'язливості у тих, за ким спостерігають, особливо тоді, коли ситуація розходиться з їх уявленнями про її нормативність. Особистісні риси спостерігача, об'єктивовані ним у ставленні до подій, що відбуваються, можуть також справляти значний вплив на поведінку тих, за ким спостерігають.

⁴ Madge J. The Tools of Social Science. N.Y., 1965

Застосування спостереження в емпіричному соціологічному дослідженні визначається його особливостями. Спостереження рідко буває основним методом збирання первинної соціальної інформації. Зазвичай, воно застосовується поряд з іншими методами і виконує специфічні завдання. Як частина дослідження, спостереження з необхідністю підпорядковується меті усього дослідження. Ця обставина визначає і місце спостереження у дослідженні, і специфічну мету власне процесу спостереження.

Спостереження може бути застосованим тоді, коли інформація, необхідна дослідникові, не може бути отримана ніяким іншим способом. Так буває тоді, коли люди не мають бажання або не можуть детально описати всю послідовність своїх дій. Зазвичай, це стосується звичних, часто повторюваних ситуацій, які потребують великої емоційної напруги. У звичних ситуаціях дії людей у більшості випадків набувають «автоматичного» характеру. Людині у такому випадку важко згадати, яку саме зі звичних дій вона вчинила і чому. Окрім того, сама повторюваність ситуації стає для неї чимось даним у свідомості, і її особливості, її характерні риси стираються. За надмірної емоційної напруги людина діє немовби не роздумуючи, за першим покликом, і опісля їй важко пояснити, чому вона здійснила саме цю, а не іншу дію.

Обидва типи ситуацій мають для дослідника значний інтерес. Спостерігаючи за діяльністю, що є об'єктом дослідження, можна зафіксувати такі її характеристики, як послідовність і частоту тих або тих дій, зміни емоційної атмосфери тощо, тобто отримати інформацію яку неможливо отримати через застосування інших методів.

Як самостійний метод спостереження найчастіше і найуспішніше застосовується у монографічному дослідженні, до якого не ставляться вимоги репрезентативності відносно до генеральної сукупності.

У дослідженнях пошукового типу, тобто коли у дослідника ще не сформувався чіткий образ проблеми дослідження і завдання зводиться до з'ясування проблематики, попереднього формулювання робочих гіпотез та їх первинної перевірки, спостереження у поєднанні з вивченням літератури і

логічним аналізом може застосовуватися на всіх етапах дослідження. Особливого значення воно набуває для формулювання робочих гіпотез, коли є підґрунтям цього формулювання, а також для первинної перевірки робочих гіпотез.

Наприклад, у дослідженні лекційно-пропагандистської роботи може з'явитися питання про причини недостатньої активності аудиторії. Очевидно, що дослідник не зможе на рівні розмірковувань сформулювати загальну гіпотезу, яка дасть відповідь на це запитання. Тільки спостереження різних аудиторій дозволить йому виокремити набір гіпотетичних причин, які він згодом закладе підґрунтям побудови подальших кроків у дослідженні. Йому потрібно спостерігати за різними типами аудиторій, за поведінкою слухачів на лекції, пов'язати ці повідомлення з тематикою лекцій, з особливостями читання лекцій різними лекторами.

Зразком такого використання методу може бути дослідження, здійснене укладачем цього навчального посібника. У ньому передбачалося вивчення системи групових цінностей трудового колективу однієї з державних установ міста. Для досягнення цієї мети застосовувалися методи анкетного опитування та інтерв'ю. Однак для підтвердження правильності даних, отриманих у формі письмових та усних відповідей представників групи, у якій проводилося дослідження, необхідно було перевірити, наскільки те, що висловлюється, відповідає дійсним діям і поведінці досліджуваних. Тут спостереження не тільки допомогло підтвердити результати, отримані іншими методами, але і дало можливість дослідникові сформулювати деякі прогнози щодо механізму дії групових цінностей.

У зв'язку з тим, що у пошуковому дослідженні вимога репрезентативності також відсутня (достатньо, щоб досліджувані ситуації були типовими), метод спостереження знаходить тут найширше застосування.

В описаному вище дослідженні метод спостереження застосовується рідше, тому що однією з найважливіших вимог у такому випадку є репрезентативність досліджуваної сукупності і отримуваних даних, а

спостереження, зазвичай, рідко коли має масовий характер. У дослідницьку групу неможливо залучити велику кількість кваліфікованих спостерігачів. Крім того, масове спостереження, особливо із застосуванням сучасних технічних засобів (відео, стрім тощо), є одним із найдорожчих методів.

Завдання спостереження у цьому випадку є значно скромнішим: перевірка соціальної інформації, отриманої за допомогою інших методів, а також спостереження на початковому етапі дослідження, коли потрібно скласти попереднє уявлення про безпосередній об'єкт дослідження. Як основний метод збирання первинної інформації у розвідувальному дослідженні, воно застосовується у невеликих за масштабами дослідженнях. У роботах експериментального плану застосування спостереження є досить обмеженим, у більшості випадків для визначення змін у структурі або взаємозв'язках досліджуваного соціального процесу, спричинених впливом експериментальних факторів.

Таким чином, спостереження у соціологічному дослідженні може спрямовуватися на досягнення різних цілей. Воно може застосовуватися як джерело інформації для побудови гіпотез, виконувати функцію перевірки даних, отриманих за допомогою інших методів, за його допомогою можна отримати додаткову інформацію про досліджуваний об'єкт. Спостереження завжди підпорядковується загальній меті дослідження, і це окреслює сферу того, що спостерігається, робить спостереження селективним, тобто примушує спостерігача реєструвати одні факти і не брати до уваги інших.

Планування є атрибутивною рисою спостереження. Щоб отримати необхідну для дослідження інформацію, тобто, щоб зібрати дані про важливі характеристики досліджуваного об'єкта, не змарнувати якихось важливих фактів, пов'язаних із його буттям, або значущих даних про нього, слід попередньо старанно розробити план і програму спостереження. Організація роботи передбачає чітке визначення термінів спостереження і засобів збирання інформації. Крім того, дослідникові важливо вирішити питання про обмеження сфери діяльності за наявних у нього можливостей (час, фінанси, кількість

помічників і їх кваліфікація), а також врахувати можливі перепони (адміністративні або психологічні ускладнення, та складнощі, пов'язані з отриманням й фіксуванням інформації).

Зазвичай, вирізняються такі етапи проведення спостереження:

1) *визначення об'єкта і предмета дослідження*, визначення мети, формулювання конкретних дослідницьких завдань;

2) *забезпечення доступу до середовища*, отримання відповідних дозволів, встановлення зв'язків із людьми;

3) *вибір способу (виду) спостереження* і розробка процедури на підґрунті попередньо зібраних даних;

4) *підготовка технічних документів і обладнання* (тиражування карток, протоколів, інструкцій, підготовка технічного обладнання, письмового приладдя, комп'ютерних програм аналізу первинного соціологічного матеріалу) тощо;

5) *проведення спостережень*, збір даних, накопичення інформації;

6) *записування результатів спостереження* робиться у формі: а) короткочасного запису, що проводиться одразу після події, наскільки це дозволяють обставини; б) карток, які виконують функцію реєстрації інформації, що стосується осіб, явищ, процесів, за якими спостерігають; в) протоколу спостереження, що є розширеним варіантом картки; г) щоденника спостережень, до якого систематично заносяться усі необхідні дані, висловлювання, поведінка окремих осіб, власні роздуми, складнощі; д) відео, світлина, звукозапис тощо;

7) *контроль спостереження*, який здійснюється різними способами: а) проведенням бесіди з учасниками ситуації; б) зверненням до документів, пов'язаних із даною подією; в) перевіркою результатів власних спостережень, спостереженнями, які здійснив інший кваліфікований спостерігач; г) надсиланням рапортів про спостереження іншим соціологам для здійснення повторних спостережень;

8) звіт про спостереження має містити: а) старанне документування часу, місця та інших обставин проведення спостереження; б) інформацію про роль спостерігача у колективі, способи спостереження; в) характеристики осіб, за якими проводиться спостереження; г) детальне описування фактів, що спостерігаються; д) власні помітки та інтерпретації спостерігача.

2. Програма спостереження.

Складання програми спостереження ставить дослідника перед необхідністю вирішення певної множини досить складних завдань. Адже спостереження – це, у першу чергу, вивчення об'єкта у ситуаціях діяльності. Наприклад, студентської групи у процесі навчання, релігійної общини у часі обрядових та інших дій, виконання виробничих завдань трудовим колективом, освітньої діяльності у школі тощо. Тобто, мова тут іде про вивчення перебігу певного процесу.

Розробляючи програму спостереження, слід дотримуватися умов, що чинять визначальний вплив на якість отримуваної інформації:

- розчленування об'єкта спостереження на складові елементи має бути логічно виправданим, відповідати органічній природі об'єкта та забезпечувати його реконструкцію (інтеграцію складових елементів у системну цілісність);

- розчленування має здійснюватися у термінах, адекватних тим, що ними дослідник має намір оперувати, аналізуючи отриману інформацію;

- виокремлені елементи об'єкта спостереження (одиниці спостереження) мають однозначно інтерпретуватися, тобто не допускати двозначного трактування.

Обирати для проведення дослідження колективи та індивідів, визначати умови, у яких відбуватиметься спостереження, факти, що спостерігатимуться, забезпечувати достовірність отримуваної інформації – усе це слід робити заздалегідь, щоб спостереження могло відбуватися організовано і послідовно, відповідно до попередньо розробленого проекту.

Процес розробки програми спостереження складається найперше з побудови дослідником системи класифікації тих фактів, що складають явище, яке вивчається, і забезпечують виконання конкретних дослідницьких завдань. Без створення такої системи зафіксовані спостереженням факти будуть ізольованими, невизначеними і, отже, не матимуть будь-якої наукової цінності. Водночас система класифікації фактів не мусить бути занадто жорсткою, адже у такому разі дослідник мав би відкидати усі факти, що не вкладаються у його ідеальну структуру.

Спостерігач, у якого відсутня система класифікації, може побачити багато, але зафіксувати і визначити дуже мало. Дослідник, що застосовує занадто жорстку систему класифікації, фіксуватиме тільки ті явища і факти, що підтверджують його попередньо сформульовану концепцію.

У процесі спостереження відбувається накопичення даних і їх попередній аналіз, що забезпечує можливість уточнення завдань дослідження. Запроваджуються чіткіші категорії, виокремлюються найзначущіші із точки зору завдань дослідження, аспекти явищ і подій, що спостерігаються. Тому програма спостереження має бути достатньо широкою і гнучкою. Навіть у тих випадках, коли завдання і гіпотези дослідження визначені попередньо, у процесі роботи вони можуть бути переформульованими кілька разів. Якщо таке відбувається, необхідно фіксувати відповідні зміни та вносити їх до програми дослідження.

Для того, щоб із необхідною достовірністю вивчити загальну складну ситуацію і правильно упорядкувати факти, які спостерігаються, у програмі спостереження потрібно вирішити питання про наукові межі співставлення. Тобто, потрібно визначити, по-перше, у яких термінах буде проводитися дослідження – соціологічних, соціально-психологічних, психологічних. По-друге, на якому рівні буде проводитися спостереження – на рівні колективу як цілого, на рівні частини колективу, чи на рівні окремих індивідів, які складають колектив.

Розробка точних меж співставлення, включно з можливостями переходу від одного рівня до іншого і від однієї системи понять до іншої, сприяє отриманню чіткої і диференційованої інформації. Дані, отримані у процесі спостереження, стають зрозумілими іншим дослідникам, таким чином забезпечуються умови порівняння результатів спостережень різних дослідників.

Важливим підготовчим етапом роботи є чітке визначення об'єкта дослідження. Уже формулювання мети і виокремлення конкретних дослідницьких завдань визначають певні характеристики (галузь промисловості, тип підприємства, професійний, соціально-демографічний склад тощо) досліджуваних колективів.

Наприклад, якщо мета дослідження – вивчення засобів підвищення ефективності лекційної роботи у студентському середовищі, то спостерігатися мають дві категорії соціальних суб'єктів: студентська молодь і викладачі. Тут попередньо потрібно, по-перше, визначити вік тих, хто позначається як студентська молодь і, по-друге, професійний і віковий склад викладачів. Також попередньо може бути визначений і специфічний склад студентської аудиторії, наприклад, студенти математичного, природничого, філологічного, історичного факультетів.

Якщо ж мова йде про вивчення впливу згуртованості трудового колективу на продуктивність праці промислового підприємства, то досліджуватимуться бригади робітників у їх природному складі, тобто вікові критерії досліджуваних попередньо не встановлюються.

У разі конкретизації об'єкта спостереження надзвичайно важливою є фіксація того, хто спостерігатиметься. Цей аспект також потрібно визначити на етапі розробки програми спостереження. Наприклад, досліджуючи лекційну роботу, дослідникові потрібно вирішити, розглядатиме він однорідні чи змішані студентські аудиторії, буде спостерігати роботу одного і того ж лектора, який читає різні теми, чи кількох лекторів, які читають одну і ту ж тему. Важливо

також визначитися з кількісним складом аудиторій, у яких проводитимуться спостереження за лекційною діяльністю.

У випадку дослідження бригад робітників попередньо вирішується питання, якими будуть підприємства (чисельно великими або малими), буде спостерігатися одна, чи кілька бригад. Якщо кілька, то чи будуть це бригади одного і того ж підприємства чи різних. Важливо також встановити: бригади є однаковими чи різними за родом своєї діяльності. Вибір конкретного об'єкта спостереження передбачає також необхідність визначення, чи буде досліджуваний колектив спостерігатися як цілісне утворення, чи ж увага акцентуватиметься на діях окремих індивідів. Рішення щодо рівня спостереження визначається метою і завданнями дослідження. Якщо метою спостереження є загальний опис досліджуваного колективу, то доцільніше спостерігати його як ціле. Якщо дослідник намагається пізнати механізм діяльності усієї цілності, попередньо сформулювати певні гіпотези, що до цього відносяться, то тут слід також звернутися до вивчення колективу на рівні окремих індивідів, що входять до нього. Так, наприклад, на будь-яких зборах можна спостерігати їх загальний перебіг, кількість виступів, емоційну атмосферу (спокій, збудженість), ступінь організованості (упорядковані, неупорядковані). Це буде характеризувати групу як певну цілісність.

З іншого боку, можна спостерігати за тими, хто демонструє у перебігові зборів підвищену активність: виступає з трибуни або подає репліки з місця, звертається із запитаннями і зауваженнями до тих, хто виступає або ділиться враженнями із сусідами, їх зауваження мають конструктивний чи деструктивний характер тощо. Тут мова йде про спостереження на рівні окремих індивідів, тобто складових ланок досліджуваної групи. Цікаві результати можуть бути отримані у тому разі, коли спостереження здійснюються одразу на обох рівнях.

Визначення ситуації та умов діяльності об'єкта, за яким здійснюється спостереження – ще одна важлива передумова успішності спостереження. Розробляючи програму спостереження, необхідно визначити найзначущіші

характеристики умов і ситуацій, у яких відбувається діяльність того, за ким здійснюється спостереження тобто, вирішити питання про те, у якому місці і у який час слід проводити спостереження. Найважливіше - визначитися, чи буде здійснюватися спостереження за колективом в умовах, наприклад, тільки професійної діяльності, або тільки у сфері дозвілля, або в обох площинах.

Спостереження за об'єктом у різних умовах дозволяє фіксувати його різноманітні аспекти, дає можливість точніше визначити певні його атрибутивні виміри, тобто повніше описати цей об'єкт. Наприклад, якби вдалося спостерігати за членами досліджуваної бригади у процесі роботи, під час перерви, у позаробочий час, то це дало б можливість побачити, наскільки робітники у різних реальних життєвих ситуаціях керувалися тими цінностями, які вони назвали найважливішими відповідаючи на запитання анкети й інтерв'ю, і наскільки указана ними ієрархія цінностей відповідає дійсності.

Важливо фіксувати загальний емоційний стан, у якому відбувається діяльність колективу, за яким ведеться спостереження, наприклад, доброзичливість чи конфліктність. Істотною характеристикою діяльності є її інтенсивність, вона, у свою чергу, чинить вплив на стан людей і на характер їх взаємовідносин, тому важливо фіксувати, наскільки спокійно або напружено працює досліджуваний колектив.

Важливо визначитися, у яких ситуаціях слід спостерігати досліджуваний колектив. Його діяльність може відбуватися у звичайних, буденних, часто повторюваних ситуаціях, коли можна вважати, що в основному дії його членів здійснюються на рівні автоматизму. У такому разі дослідник має справу зі звичайною ситуацією.

У житті колективу трапляються ситуації, коли ці автоматичні, рутинні дії виявляються малоефективними, наприклад, коли колектив отримує нове, до цього не знайоме йому завдання, коли виникає гострий внутрішньогруповий конфлікт або, навпаки, відбувається якась радісна, але виняткова подія. У такому випадку дослідник має справу з важливою для колективу проблемною ситуацією.

Якщо дослідника цікавить уміння колективу справлятися з новими завданнями, його реальна структура, процес прийняття колективного рішення, йому доцільно спостерігати за колективом у проблемних ситуаціях. Таким чином, науковець отримує можливість у природних умовах слідкувати за процесом обговорення загальної проблеми, спостерігати, як відбувається вироблення і прийняття рішень. Усе це є джерелом цікавої інформації для побудови гіпотез і подальшого експериментування у цій сфері. Інформації, що отримуються у процесі спостереження за колективом як у звичайних, так і у проблемних ситуаціях, взаємно доповнюють одна одну і забезпечують можливість пізнання досліджуваного об'єкта більш різнопланово і багатогранно.

Отже, визначення умов, у яких відбувається спостереження за діяльністю, пов'язане з фіксуванням таких аспектів:

- 1) Ситуації, яка визначає вид діяльності, що спостерігається (наприклад, виробничі або невиробничі умови);
- 2) оточення і емоційний стан, у якому відбувається діяльність об'єкта дослідження;
- 3) характер ситуації – проблемної чи буденної.

Мета, завдання і структура діяльності досліджуваної групи – необхідні складові спостереження як певної системи. Розробляючи програму спостереження, слід взяти до уваги той факт, що мета і завдання, на вирішення яких спрямована діяльність колективу, можуть аналізуватися принаймні у двох аспектах. В одній площині – як досягнення цілей, поставлених перед колективом системою, структурною ланкою якої є цей колектив. Тут аналізується розподіл функцій між членами колективу і координація їх діяльності. В іншій існує проблема підтримки у колективі міжособистісних стосунків, тобто взаємовідносин між його членами. Тут з'являються інші проблеми, вони мають зв'язок із тим, що люди різним чином ставляться один до одного, наприклад, один представник колективу намагається заслужити повагу в іншого або у колективу в цілому тощо. Таким чином, у процесі

спостереження потрібно враховувати, що, крім «чисто» функціональних, наприклад, виробничих проблем, колективу доводиться вирішувати і питання, які пов'язані із забезпеченням міжособистісних стосунків.

Ще однією обов'язковою ланкою процедури спостереження є визначення предмета спостереження. Залежно від дослідницьких завдань, як предмет дослідження, зазвичай, визначається якийсь один із аспектів об'єкта. Наприклад, досліджуючи процес прийняття колективного рішення, можна акцентувати увагу на структурі комунікацій, тобто обміні інформацією між представниками колективу або на виявленні лідерів, найактивніших учасників обговорення проблеми, що постала перед колективом. Якщо перед дослідником постало питання, чому в конкретній бригаді низька продуктивність праці, цю бригаду доцільно розглядати у різних площинах: дослідити її діяльність у різних ситуаціях, оцінити умови праці, кваліфікацію її представників тощо.

Важливо відзначити, що не всі аспекти соціальної матерії відкриті для безпосереднього спостереження. Наприклад, неможливо безпосередньо спостерігати структуру колективу, індивідуальну і спільну цілі, нормативно-ціннісну систему, ціннісні орієнтації, мотиви поведінки тощо. Однак саме ці явища, зазвичай, найчастіше цікавлять соціолога, тому що такі знання забезпечують можливість наблизитися до розуміння механізмів колективної діяльності і взаємодії соціальних суб'єктів. Про названі вище сутності можна формувати уяву через найрізноманітніші спостереження, фіксацію форм виявлення тих соціальних вимірів, що цікавлять соціолога.

Перш ніж починати спостереження, слід вибрати ознаки, на підґрунті яких потім можна буде скласти уяву про ситуацію, що цікавить дослідника. Визначення ознак є, по суті, перетворенням безперервного процесу діяльності у відкриті для безпосереднього спостереження і реєстрації одиниці актів поведінки, що їх можна звести у систему, яка відображає важливі властивості спостережуваної ситуації. Тут важливо щоб розроблювана система із максимально можливою точністю передбачала розмір одиниць або набір показників, що відповідають зафіксованому на певному рівні явищу.

Виокремлені у процесі розробки програми спостереження явища, події, дії, форми поведінки, витлумачені в адекватних поняттях, стають підґрунтям для розробки категорій, тобто стають одиницями поведінки і показниками якихось загальних властивостей або соціально важливих дій досліджуваної сторони діяльності.

У значенні одиниці поведінки можна виокремити і зафіксувати будь-який складний набір дій різного характеру. Одна така одиниця не повинна містити надмірної кількості дій, мати більший розмір, тому що це може зашкодити точності й чіткості результатів. Одиницею поведінки можна обирати і найменший сегмент мовної і немовної комунікації, що його можна виявити і класифікувати за однією з категорій у тривалих і повторюваних спостереженнях. Або, іншими словами, дії можна розглядати як ілюстрації тієї категорії, до якої вони відносяться.

Визначення понять і розробка категорій – важливий індикатор науковості соціологічного спостереження. Для того, щоб дані спостережень були зрозумілі іншим дослідникам, а результати однотипних досліджень можна було порівнювати, *необхідно розробити таку систему понять*, за допомогою якої будуть описуватися результати дослідження. Важливо, щоб використовувані поняття визначалися операціонально, тобто, щоб за ними було закріплене певне значення і була наявна можливість фіксації цього значення.

Розробляючи категорії, важливо пам'ятати, що вони мають відповідати таким вимогам: кожна з окремих категорій має бути чітко визначена, вона не має пересікатися з іншими категоріями, її має характеризувати спільний ступінь загальності, вона також має відображати якийсь певний аспект дослідницького завдання.

Якщо, наприклад, темою дослідження є «Вплив науково-технічної революції на відносини співробітництва працівників промислового підприємства», то головним завданням спостереження можна визначити конкретне дослідження основних зв'язків між науково-технічною революцією і відносинами всередині колективу.

Можна вивчати такі структури, як функціональна робоча структура, політико-організаційна структура, соціально-психологічна структура, нарешті, структура позаекономічних інтересів.

Центром уваги у розробці категорій мають стати найважливіші проблеми. Для означеної теми це будуть питання соціальних контактів, відносин між окремими членами колективу, роль і реальні функції авторитету колективу у різних ситуаціях і з різним ступенем інтенсивності. Отже, категорії їх мають відображати. Спостереження цих явищ має винятково важливе значення для дослідження актуального стану і тенденцій розвитку промислового виробництва.

Характер категорій частково визначається уже рівнем проведення спостереження. Так, якщо досліджується емоційний стан колективу, то можна спостерігати його загальні форми об'єктивації (шум, крики, хаос) або форми виявлення емоційного стану окремих індивідів (спокій чи, навпаки, збудженість). Однак і у цьому разі мова йде про загальні вияви цього стану: вербальна діяльність у спостереженні не оцінюється. Відповідно категорії, що фіксують поведінку членів колективу, будуть відноситися саме до того класу явищ, який спостерігається.

Зазвичай, соціологу доводиться стикатися з необхідністю спостерігати об'єкт на різних рівнях, і кожному рівневі тут мають відповідати свої категорії. Наприклад, якщо спостерігаються якісь збори або дискусія, то їх можна розглядати на різних рівнях: здійснити загальне описування перебігу, систематизувати види індивідуальної поведінки їх учасників, спробувати виявити установки або мотиви рівнів, і усе це передбачає специфічну, тільки їй властиву категоризацію. У випадку, коли соціолог хоче виявити, яким чином колектив виробляє рішення, він застосовує такі категорії, як «пошук інформації», «пропозиція рішення» тощо.

Застосовуючи спостереження, дослідник не зможе обійтися без стандартизації використовуваних категорій. Він мусить однозначно фіксувати одні й ті ж явища, дії тощо у різних ситуаціях. Стандартизовані категорії

спостереження заносяться або у книгу, або у спеціальну карту. Кожному члену колективу, за яким ведеться спостереження, може відповідати спеціальне цифрове позначення, яке може збігатися із номером карточки або вводиться додатково. Акти поведінки, за якими спостерігає науковець, заносяться до карти.⁵

Кількість категорій спостереження залежить від теми дослідження, від глибини проблематики і не в останню чергу від майстерності спостерігача. Не потрібно формулювати надмірну кількість категорій, тому що вона спричинює дроблення спостережуваного на надмірно дрібні одиниці, і спостерігач може потрапити у скрутне становище, не орієнтуючись, куди потрібно віднести сукупність дій, що одразу потрапляють під кілька категорій. Водночас недостатня кількість категорій стає причиною втрати інформації про специфіку однотипних дій і поведінки. Результати спостережень тільки тоді увінчуються глибокими і змістовними гіпотезами, точним описуванням об'єкта, коли система категорій дозволяє зібрати достовірну інформацію. Поняття достовірності включає оцінку адекватності й надійності, які входять до системи категорій, а також точності їх фіксації.

В оцінюванні адекватності категорій мова йде про те, чи вимірюють вичленувані категорії те, що вони мали б вимірювати. Категорії, що фіксують явища, які спостерігаються безпосередньо, є адекватними за визначенням. Це стосується таких категорій, як кількість спілкувань між учасниками взаємодії, послідовність дій у виконанні тієї або тієї виробничої операції тощо. Якщо ж вимірюються такі явища, характеристики, як наявність суперечностей між окремими членами колективу, незадоволеність, або, навпаки, задоволеність результатами якоїсь колективної події, а також нормативно-ціннісна система колективу, з'являється проблема об'єктивності. У зв'язку з тим, що у соціальних науках не існує еталону вимірювання, що виконував би функцію незалежного критерію визначення адекватності, вона виводиться емпіричним шляхом. Це означає, що атрибутивною рисою виокремлених категорій має бути

⁵ Зразок карти спостереження розробленої фахівцями служби СОЦІСГЕЛАП подано у кінці цього параграфа.

прогностичність. Так, адекватність категорій, що констатують суперечності всередині колективу, може бути перевірена фактом розколу колективу або через фіксацію процесів, що виявилися зовні. Однак такого типу докази не можуть бути отримані за бажанням дослідника. Іноді їх доводиться чекати досить довго.

Надійність категорій оцінюється за тим, наскільки збігаються висновки кількох спостерігачів під час проведення тих або тих одиниць спостереження під ті чи інші категорії. Зазвичай, застосовується один із таких трьох видів оцінок: а) коефіцієнт згоди спостерігачів (одна і та ж подія спостерігається одночасно різними спостерігачами); б) коефіцієнт стійкості (один і той самий спостерігач здійснює спостереження у різний час); в) коефіцієнт надійності (різні спостерігачі проводять спостереження у різний час). Однак ступінь надійності одних і тих самих категорій буде змінюватися, залежно від того, який показник буде підраховуватися. На практиці, зазвичай, підраховується коефіцієнт згоди.

Нижче подано зразок картки спостерігача, розроблений службою СОЦСГЕЛАП

* Підрозділ 4.1. Робочі контакти

Картка спостерігача

Спостерігач _____ (п.і. п\б)

Підприємство _____

Цех _____

Відділок _____

Робоче місце _____

Дата спостереження _____

Час спостереження _____

початок _____

закінчення _____

Загальна тривалість _____

Підпис спостерігача _____

Інструкція спостерігачеві ⁶

Основною метою цього дослідження є встановлення того, як науково-технічний прогрес і тісно пов'язана з ним автоматизація промислового виробництва впливають на зміст праці робітника, на умови праці, на загальне ставлення робітника до життя і праці.

Більшу частину інформації про зміст і умови праці передбачається отримати за допомогою методу спостереження, застосовуючи для цього спеціальні картки спостереження.

Від того, наскільки акуратно і точно проводитиметься спостереження, значними чином залежить обґрунтованість висновків дослідження. Тому ми переконливо просимо виконати доручену Вам справу максимально уважно і акуратно. Особливу увагу слід звернути на таке.

1. Перед тим, як розпочати безпосереднє спостереження, необхідно:

а) ознайомитися з технологією того виробництва, яке обране для спостереження;

б) уважно проглянути усі пункти картки; запитання, що у зв'язку з цим виникли, потрібно негайно вирішити в особи, яка відповідає за проведення дослідження;

в) провести кілька випробувальних спостережень з метою відпрацювання вимірювальних процедур.

2. Спостереження необхідно проводити чітко за тим робочим місцем, яке вказано майстром.

3. Результати спостереження мають бути зареєстровані значком «+» у відповідних стрічках і стовбцях.

4. Порядок фіксації результатів спостереження має відбуватися у тій послідовності, яка визначена порядком чергування пунктів у картці.

5. Реєструючи час, необхідно точно реєструвати його за допомогою секундоміра.

⁶ У всіх картках застосовувалася одна і та ж інструкція для спостерігача

6. Після закінчення спостереження заповнену картку потрібно здати особі, відповідальній за проведення дослідження.

Щиро дякуємо Вам за допомогу і співробітництво.

3. Характеристики видів спостереження.

Щоб дані про об'єкт вивчення відповідали визначеним критеріям якості, дослідник має вибрати той спосіб спостережень, який є найпродуктивнішим для збирання необхідної інформації. Як спосіб збирання інформації спостереження, зазвичай, класифікують за ступенем формалізації процедури, за становищем спостерігача, за умовами організації і частоти проведення.

За ступенем формалізації спостереження розрізняються на неструктуровані і структуровані. У неструктурованому (неконтрольованому) спостереженні дослідник не визначає попередньо, які саме елементи досліджуваного процесу (ситуації) він спостерігатиме. Він не має чіткого плану, попередньо визначеним є тільки безпосередній об'єкт дослідження.

За допомогою цього виду спостереження дослідник з'ясовує соціальну атмосферу, в контексті якої здійснюється явище чи подія, межі об'єкта і його основні елементи, визначає, які з цих елементів є найзначущішими для дослідження, отримує первинну інформацію про взаємодії цих елементів.

Однак усі виміри спостерігати неможливо. Найкращий спостерігач, подібно як і група найкращих спостерігачів, ніколи не зможе дати повний звіт про події, які спостерігалися, навіть якщо, на перший погляд, вони є зовсім простими. У процесі спостереження розуміння ситуації, яка спостерігається, часто змінюється, а це, у свою чергу, призводить до зміни напрямку, досить часто – радикально. Поряд зі змінами напрямку спостереження може відбуватися звуження його поля, коли увага спостерігача, спрямована спочатку на певну множину елементів досліджуваної інформації, поступово, у процесі зміни дослідником об'єкта вивчення, зосереджується на одному або кількох

елементах, що їх він визначає як найважливіші із точки зору завдань дослідження, тобто відбувається процес структурування спостереження.

Ці зміни пов'язані з відповідями на питання про склад і структуру досліджуваного колективу, умови, ситуації, у яких колектив, що спостерігається, функціонує, вивчення його мети, особливостей поведінки учасників тощо. Із практики соціологічних досліджень і методологічної літератури можна зробити такий приблизний перелік цих питань:

Ті, що спостерігаються. Скільки людей бере участь у ситуації? Хто вони? Якими є їх взаємини? Якою є їх роль у цій ситуації? Чи є вони знайомими? Яким є зв'язок між ними (формальний або неформальний)? Яка структура виникнення групувань (ядра, лідери, ізольовані індивіди)?

Обстановка. Де має місце ситуація, яка спостерігається? Якого типу соціальну поведінку ця обстановка заохочує, а якому суперечить? Якого типу поведінку варто очікувати, який буде неочікуваним?

Мета. Чи є якісь формальні цілі, заради яких зібралися учасники, чи вони виявилися разом випадково? Чи наявні неформальні цілі? Спільні чи полярні цілі різних учасників ситуації?

Соціальна поведінка. Що і як роблять учасники ситуації? Які стимули активують ту або ту форму поведінки? Що є об'єктом даної форми поведінки, на кого чи на що вона спрямована? Як поводить себе об'єкт спостереження (говорить, жестикулює, плаче, сміється тощо)? Які напруженість, стабільність, емоційність, тривалість цієї форми поведінки? Яким є ефект даної форми поведінки?

Частота і тривалість. Коли виникла ситуація і як довго вона тривала? Ця ситуація унікальна чи повторюється? Як часто вона виникає? Що її генерує? Наскільки вона типова?

Відповіді на ці запитання потребують відповідної підготовки спостерігача, тому успіх неконтрольованого спостереження вирішальним чином залежить від його кваліфікації. Зазвичай, спостереження проводиться

самим дослідником або його найближчими помічниками, які добре розуміють предмет і цілі дослідження та добре володіють професійними навиками.

Вадою неконтрольованого спостереження є небезпека суб'єктивного ставлення спостерігача до об'єкта, що може стати причиною спотворення результатів. Саме тут проблема «спостереження – висновок» може проявитися найяскравіше.

Неконтрольоване спостереження найчастіше зустрічається у монографічних соціологічних дослідженнях, воно також застосовується у розвідувальних дослідженнях або на початковому (пошуковому) етапі ширшого соціологічного дослідження.

Структуралізованим (контрольованим) називається такий вид спостереження, за якого соціолог попередньо визначає, які із елементів досліджуваного процесу або ситуації мають найбільше значення для його дослідження, і концентрує на них свою увагу, складаючи спеціальний план запису спостережень до початку збирання інформації.

Найчастіше структуровані спостереження у соціологічних дослідженнях застосовують для перевірки результатів, отриманих іншими методами, їх уточнення. Вони можуть застосовуватися і як основний метод збирання інформації для точного описування перевірки гіпотез у дослідженнях незначного масштабу.

Його застосування вимагає досконалого попереднього знання предмета дослідження, тому що у процесі розробки процедури структурованого спостереження соціолог мусить збудувати систему класифікації явищ, що складають ситуацію, яка спостерігається, і стандартизувати категорії спостереження. Система класифікації мусить бути виражена у тих термінах, у яких передбачається проводити наступний аналіз.

Кількість категорій на початку роботи має бути досить значною, однак у процесі апробації від багатьох із них доведеться відмовитися як від таких, що не працюють, або як від недостовірних. У процесі пілотажного дослідження корисно перевірити дієвість вибраних для фіксації категорій шляхом

проведення інтерв'ю з деякими із тих людей за якими ведеться спостереження, дізнатися, збігаються чи ні їх самооцінки із самооцінками дій, що їх робить спостерігач.

Контроль результатів здійснюється найперше стандартизацією процедури спостереження, оформленням виокремлених у процесі розробки програми факторів, що будуть спостерігатися, у вигляді таблиць, карток, протоколів спостереження, а також використанням додаткових технічних засобів (відео, звукозаписувальної апаратури). Крім того, контроль здійснюється шляхом збільшення кількості спостерігачів і порівняння результатів їх спостережень, а також через інтенсифікацію спостережень – проведення серії спостережень за одним і тим самим об'єктом. Тільки виконання усіх цих умов робить спостереження дійсно контрольованим.

Якщо дослідник стверджує, що представники якихось певних соціальних груп рідше читають газети, ніж це роблять у загальному, то він зобов'язаний визначити «середній вимір» читання газет і порівняти із цим середнім виміром частоту читання газет даною соціальною групою. Якщо така операція не проводиться, то можна стверджувати, що свій висновок він робить на підґрунті неконтрольованого спостереження.

Контрольоване спостереження широко застосовується в експериментальних та описових дослідженнях. Навпаки у розвідувальних дослідженнях контрольоване спостереження застосовується дуже рідко. Пояснюється це тим, що відсутність достатньої кількості інформації унеможлиблює проведення задовільного структурування.

Залежно від ступеня участі спостерігача у досліджуваній соціальній ситуації, розрізняється включене і невключене спостереження. За невключеного спостереження дослідник або його помічник знаходяться за межами досліджуваного об'єкта. Вони ззовні спостерігають процеси, що відбуваються, не втручаються у їх перебіг, не ставлять будь-яких запитань, а тільки реєструють перебіг подій.

Невключене спостереження застосовується у випадку вивчення масових процесів, коли спостерігач, для того, щоб контролювати увесь процес, мусить знаходитися на певній відстані від об'єкта спостереження. Воно застосовується для описування соціального середовища, у якому має місце явище що зацікавило дослідника.

Зовнішній спостерігач може бачити і фіксувати акти так званої «відкритої поведінки». Але, як людина стороння, він не може точно знати, що приховується за цими актами, тому його інтерпретації баченого можуть виявитися не завжди достовірними. Можна підвищити об'єктивність невключеного спостереження через збільшення кількості спостерігачів, але є й інший спосіб. Суть його полягає у підвищенні коректності висновків спостерігача. Іншими словами, акти поведінки мають набути для спостерігача того ж значення, що і для тих, за ким ведеться спостереження.

Зовнішнє (невключене) спостереження може проводитися не тільки самим спостерігачем, але й спеціально підготовленими для цього помічниками науковця. Однак це стає можливим тільки у тому разі, коли процедура досить добре відпрацьована і перевірена надійність категорій.

Якщо мова йде про серії спостережень, дослідникові доцільно проводити перші спостереження самому або бути присутнім під час проведення їх помічниками, щоб переконатися, чи не відбувається втрата інформації.

Невключене спостереження, спрямоване на опис характеристик соціального середовища, застосовується у монографічному дослідженні (на «пошуковому» його етапі) і у дослідженнях описового характеру. Крім того, невключене спостереження застосовується в експериментальних дослідженнях або на етапі експериментальної перевірки гіпотези у лабораторних умовах. Зазвичай, цей вид спостереження застосовується і в соціометричних дослідженнях.

Включеним називається такий вид спостереження, за якого спостерігач у тому чи тому ступені безпосередньо долучається до перебігу процесу, який він досліджує, знаходиться у прямому контакті з людьми, що їх він

спостерігає, бере участь у їх діяльності. Ступінь входження спостерігача у досліджувану ситуацію може коливатися у досить широкому діапазоні: від спостереження «пасивного», воно знаходиться близько до невключеного і у певному смислі подібне спостереженню через скло, що є прозорим тільки для спостерігача, до спостереження «активного», коли спостерігач настільки «зливається» з досліджуваним колективом, що ті, за ким ведеться спостереження, спостерігача починають вважати членом свого колективу і відповідним чином ставляться до нього.

Включене спостереження в усіх його видах забезпечує можливість зібрати інформацію, недоступну для збирання іншими методами. Дослідникові тут відкриваються значущіші для колективної діяльності процеси і явища. У зв'язку з тим, що під час тривалого спостереження члени досліджуваного колективу, зазвичай, встигають звикнути до спостерігача, вони повертаються до своїх звичних дій і поведінки, до своїх звичайних правил і норм, тобто до усього того, що для них є характерним у повсякденних умовах. Спостерігач поступово починає розуміти глибинні ланки колективного життя: дізнається про те, що, зазвичай, обговорюють у колективі і те, що не обговорюється, що заохочується, а що забороняється, якою є емоційна атмосфера, у якій живе колектив тощо.

Виокремлюють різні типи включення, соціологи називають їх «ролями» спостерігача.

Повне включення (спостереження проводиться латентно,зсередини). «Учасник», його справжня сутність і завдання як дослідника невідомі тим, за ким ведеться спостереження. Він вступає у досліджуваний колектив і бере участь у його діяльності рівноправно з іншими. Таке інтенсивне спостереження «зсередини» може допомогти отримати дані, які неможливо отримати шляхом зовнішнього спостереження. Цей різновид спостереження застосовується, зазвичай, під час дослідження «закритих» колективів, які неможливо спостерігати зовні, а також під час дослідження соціальної взаємодії всередині малих груп.

За включеного спостереження дослідник може вибрати для себе нейтральну позицію і не брати активної участі у колективній діяльності. Так, в умовах виробництва він може взяти на себе роль стажера або практиканта. Спостерігаючи за лекційною роботою або певним зібранням, дискусією дослідник може без особливих складнощів перебрати на себе роль звичайного учасника. І у першому, і у другому випадках цього достатньо, тому що він має можливість вести відповідні записи, не провокуючи будь-яких підозр.

Найскладнішою позиція спостерігача є тоді, коли він починає виконувати роль члена досліджуваного колективу, тоді, коли цей колектив досить стабільний і нечисленний. У такому випадку будь-яка особа своєю присутністю вносить у його діяльність певні збурення, які можуть деформувати картину його повсякденного життя, і дослідник мусить бути надзвичайно уважним і обережним. Щоб уникнути можливих у такому випадку перекручень, важливо керуватися такими правилами:

- взяти на себе роль рядового члена колективу;
- бути пасивним і не демонструвати підвищеної зацікавленості у тому, що відбувається у колективі;
- більше слухати і спостерігати, ставити менше запитань;
- висловлювання мають бути нейтральними і не мати оцінювального характеру.

Щоб добре розуміти внутрішню логіку подій, що відбуваються у колективі, потрібно досить довго брати участь у його житті. Однак занадто тривала і активна участь у колективних процесах має свої небезпеки. Дослідник звикає до поведінки і дій членів колективу, а також до їх реакцій настільки, що все, що відбувається навколо, починає здаватися йому само собою зрозумілим, і він починає втрачати здатність фіксувати особливість цього колективу. Крім того, тут існує певний ризик, пов'язаний із тим, що дослідник починає схилитися до підтримки того чи того внутрішньогрупового об'єднання, або приєднається до чиеїсь позиції у процесі вирішення важливих для колективу проблем. Якщо дослідник відверто віддасть перевагу якійсь зі сторін, то може

втратити довіру тих, кого він вивчає. Отримані дані можуть виявитися необ'єктивними і тоді, коли він «внутрішньо» приєднається до чиєїсь позиції.

Для того, щоб цього не трапилося, можна рекомендувати спостерігачу різні способи перевірки «зовні» – інтерв'ю, анкетування тощо, обговорити усе бачене з кимось із колег. Іноді дуже корисно на кілька днів зупинити спостереження, щоб потім повернутися до нього і побачити ситуацію новими очима.

Включене спостереження добре контролюється збільшенням кількості спостерігачів, що одночасно досліджують одну і ту ж ситуацію. Наступне порівняння їх записів (їх спостерігачі повинні проводити незалежно один від одного), дозволить, по-перше, усунути наслідки якихось побічних впливів (суб'єктивних і об'єктивних). По-друге, виявити у того чи того спостерігача так звані «мертві точки», тобто не побачені ним події. Крім того, спостерігачі мають можливість бачити дії один одного і реакцію тих, за ким спостерігають на присутність спостерігачів. Це дозволить спостерігачам перевірити правильність своїх дій, тому якщо упродовж усього дослідження участь кількох спостерігачів неможлива, вона дуже бажана хоча б на початковому етапі роботи.

Застосування включеного спостереження завжди має бути морально виправданим. Ніхто не має права спостерігати за тими явищами і подіями, що їх люди навмисно приховують від сторонніх. Дослідник може вивчати тільки те, що члени колективу не приховують один від одного, що у їх поведінці вважається само собою зрозумілим.

Включене спостереження, зазвичай, застосовується у монографічних дослідженнях, тому що така методика за природою своєю унеможливорює масовість, а результати спостереження за повного входження у колектив, за яким ведеться спостереження, з потугами піддаються кількісному відображенню.

«Учасник - спостерігач» – це форма спостереження, за якої дослідник не приховує своєї ролі і за згодою колективу спостерігає за його життям

протягом відносно тривалого часу, має можливість розмовляти з його членами, брати участь в обговоренні проблем колективу.

У цьому аспекті дуже вигідну позицію посідає заводський соціолог. У зв'язку з тим, що він є членом того ж підприємства, що і досліджуваний ним колектив, він досить легко може увійти до його складу, не приховуючи своїх дослідницьких намірів, а на додаток до власних спостережень може звертатися за поясненнями до тих або тих членів колективу.

Відносно тривала присутність одного і того ж спостерігача у ситуації, яка досліджується, досить швидко перестає чинити на неї будь-який вплив. Людям легше звикнути з присутністю спостерігача, ніж змінити форми поведінки, що стали звичними.

«Спостерігач – учасник» – ця роль характеризується тим, що спостереження має формальніший характер. Контакт спостерігача з членами колективу, за яким здійснюється спостереження, є мінімальним, дослідник не приховує своєї наукової мети. Зразком може бути спостереження, що його веде інтерв'юер за тією особою, у якої він бере одноразове інтерв'ю.

«Спостерігач» – роль, яка багато у чому подібна до невключеного спостереження. Зазвичай, тим, за ким ведеться спостереження, невідомі завдання, які ставить перед собою дослідник; вони можуть навіть не знати, що є об'єктом спостереження. Спостерігач контактує із ними настільки, наскільки його до цього спонукає ситуація: відповідаючи на запитання щодо мети своєї присутності, пояснює її якимись правдоподібними причинами.

Ступінь участі включеного спостерігача у досліджувану ситуацію багато у чому визначається характером самого дослідження, його конкретними дослідницькими завданнями. У розвідувальних дослідженнях перевагу слід надавати повному включенню для кращого розуміння досліджуваного явища. У дослідженнях експериментального характеру на етапі перевірки гіпотези корисніше застосовувати спостереження з меншим ступенем участі.

За місцем проведення і умовами організації *спостереження розрізняються на польові і лабораторні. Польові спостереження проводяться*

у природних умовах, реальних життєвих ситуаціях, у безпосередньому контакті з досліджуваним об'єктом.

Більшість емпіричних соціологічних досліджень відбуваються у формі саме польових досліджень. Їх може характеризувати різний ступінь структуралізації і включеності, а застосовуватися воно може у дослідженнях будь-якого типу – від пошукового до експериментального. Польове дослідження проводиться на різних етапах, воно може виконувати функцію як основного методу збирання первинної інформації, так і додаткового (попереднє знайомство з об'єктом, контроль результатів, поглиблення уявлень про об'єкт, збирання додаткової інформації).

Лабораторне дослідження – це такий вид спостереження, за якого умови навколишнього середовища і ситуація, що спостерігається, визначаються дослідником. Основна його перевага – це максимальна, порівняно з іншими видами, можливість виявити усі фактори, ситуації і розкрити зв'язок між ними. Основна вада – це неприродність ситуації, яка, незважаючи на усі старання дослідника, може різко міняти поведінку учасників.

Лабораторне спостереження найчастіше застосовується у дослідженнях експериментального типу або на етапі експериментальної перевірки гіпотез і, зазвичай, полягає у фіксації змін, що відбуваються через вплив експериментальних факторів. Для здійснення лабораторного спостереження широко застосовуються найрізноманітніші технічні засоби.

За критерієм регулярності проведення розрізняються спостереження систематичні й випадкові. Визначальною рисою систематичних спостережень є регулярність фіксації дій, ситуацій, процесів протягом певного відрізка часу. Систематичне спостереження забезпечує можливість виявити динаміку процесів, значно підвищити достовірність екстраполяції їх розвитку. Спостереження можна проводити щодня, один раз на тиждень або один раз на місяць тощо. Вести спостереження можна: 1) за певною групою, наприклад, студентською, трудовим колективом чи його окремим підрозділом, релігійною

громадою тощо, на протязі місяця, кварталу, півріччя, року тощо; 2) за певним процесом у різних групах, наприклад, за зростанням рівня патріотизму, громадянської свідомості як окремого індивіда, так і певних груп; 3) за певним процесом у певній групі, наприклад, зміна ставлення до навчання у студентів першого і четвертого курсів тощо.

Залежно від місця проведення спостереження і рівня дослідженості об'єкта, систематичне спостереження може бути польовим (природним) або лабораторним, мати різний ступінь контрольованості і включеності спостерігача, зберігаючи усі їх переваги і вади. Досконала система класифікації, детальна категоризація дозволяє проводити зміну спостерігачів, й таким чином знижувати помилки, пов'язані із включеністю. Сфера застосування систематичного спостереження є досить широкою – від розвідувального до експериментального дослідження.

До випадкових відносяться спостереження явищ, процесів діяльності, соціальної ситуації тощо, які попередньо не організовувалися. Наприклад, здійснюючи планове спостереження за змінами змісту навчальної діяльності, соціолог може зіткнутися із загальними або диференційованими змінами ставлення до навчання, проведення дозвілля, соціальної активності тощо і зафіксувати усе це як важливу інформацію.

Зміст навчання конкретних членів студентської групи може змінюватися не тільки через зміни у навчальних програмах, але стати також наслідком покращення організації праці та навіть зміни у неформальних стосунках між членами групи.

Від випадкового спостереження потрібно відрізнити випадкове виявлення і фіксування фактів у ситуації спостереження, прогнозованого саме за цією діяльністю. Виявлення такого типу фактів є основним завданням неструктурованого спостереження за попередньо визначеною ситуацією, але вона може відбуватися і у процесі контрольованого спостереження.

Так, наприклад, фіксуючи зміст навчальної діяльності студентів за попередньо розробленою програмою у картці, соціолог може виявити, що не всі факти, що стосуються процесу навчання, знайшли у ній відображення.

Випадкове спостереження, зазвичай, не планується як самостійна процедура збирання первинної інформації.

Важливою передумовою успіху дослідження є правильне визначення виду спостереження. У «чистому» вигляді той або той із зазначених видів спостереження у емпіричному соціологічному дослідженні не зустрічається. Запропонована типологія є умовною і відображає тільки найважливіші для збирання первинної соціологічної інформації характеристики спостереження, що не мають бути незалежно один від одного, а завше знаходяться у комплексі. Які з цих характеристик будуть найвизначнішими у конкретному дослідженні, соціолог визначає на підґрунті специфіки дослідження. Наприклад, його проекту, умов збирання інформації, предмета дослідження і ступеня знайомства з ним, складу виконавців, наявних коштів, часу тощо.

На початковому етапі роботи у дослідженнях розвідувального типу, зазвичай, застосовується неконтрольоване (неструктуроване) польове спостереження. Цей вид спостереження може характеризувати різний рівень інтегрованості спостерігача в об'єкт спостереження та регулярності процедури спостереження, наприклад, перехід від випадкового до систематичного.

На етапі збирання конкретного емпіричного матеріалу в описовому дослідженні застосовується структуроване (контрольоване) систематичне спостереження, в якому інтегрованість спостерігача в об'єкт спостереження може бути різною.

В експериментальних дослідженнях застосовують структуроване (контрольоване) систематичне спостереження, в якому інтегрованість спостерігача в об'єкт спостереження визначається специфікою предмета і умов спостереження. Тут набагато частіше, ніж в інших випадках, спостереження може бути лабораторним. Якщо спостереження застосовується для контролю даних, отриманих іншими методами, воно обов'язково має бути максимально

структурованим, проводиться систематично і в тих умовах, у яких збиралася контрольована інформація. Формулювання загального принципу застосування спостереження у конкретному соціологічному дослідженні може бути таким: чим складнішим, багатовимірнішим є об'єкт спостереження, чим специфічніші завдання дослідження, тим інтенсивнішим має бути спостереження, тим суворіше потрібно дотримуватися правил проведення процедури, старанніше повинні контролюватися отримані результати.

Зразком організації спостереження можна, наприклад, розглядати дослідження «Суспільна думка», одна з тем якого називалася «Збори, як канал відображення суспільної думки і реакція на них державних і громадських інститутів». У межах названої теми передбачалося проведення дослідження зборів методом спостереження, воно мало своїм завданням отримання даних, що стосуються тільки процесу зборів.

Проект дослідження передбачав вирішення таких завдань:

- фіксування характеристик зборів, що є об'єктами спостереження;
- фіксування характеристик інформації, що знаходиться у доповідях і виступах;
- отримання даних про поведінку учасників зборів;
- отримання даних про тих, хто виступає на зборах і ставлення до них аудиторії;
- отримання даних про часову структуру зборів.

Об'єктом дослідження є сукупність зборів різних типів, рівнів і тематики. Дослідження було спрямоване на отримання таких даних про феномен зборів (зібрання), які могли б дати відповідь на такі питання: Хто виступає на зборах? Що промовці повідомляють аудиторії, яким є зміст їх виступів? Як реагує аудиторія на інформацію, що до неї доноситься? Як відбувається процес прийняття рішень? Що характеризує перебіг зібрання у цілому? Якими є часові характеристики зібрання?

Інформація, отримана через проведення цього дослідження, з одного боку, доповнювала результати інших досліджень, стала матеріалом для

якісного аналізу, а з іншого – дозволяла певним чином контролювати ці результати.

Документом, за допомогою якого здійснювалося збирання первинної соціологічної інформації, стала спеціально розроблена «Картка спостереження на зборах».

Картка спостереження складалася із дев'яти окремих бланків, назви яких збігалися з певними етапами у процесі зібрання:

- Ситуація безпосередньо перед початком зборів (бланк II).
- Організаційний період (бланк III).
- Карточка доповідача, промовця (бланк IV).
- Реакція зібрання на доповідь, виступ (бланк V).
- Загальна ситуація під час обговорення (бланк VI).
- Ситуація під час прийняття проекту рішення (бланк VII).
- Ситуація під час прийняття поправок і доповнень до проекту рішення (бланк VIII).
- Ситуація під час закінчення зборів (бланк IX).
- Загальна характеристика зборів (бланк I).

Бланк I, власне, не мав зв'язку з процесом зборів, а був, по суті, спеціальним завданням спостерігача, у якому попередньо визначалося підприємство (установа) або його підрозділ, у якому мали відбутися збори; порядок денний із виокремленням того пункту, який мав спостерігатися; тип зборів; місце і час їх проведення.

Поведінка аудиторії (учасників зібрання) під час доповіді та її обговорення розглядалося у термінах прояву ними свого ставлення (позитивного, нейтрального, негативного) та інтересу до інформації, яка повідомлялася, тобто у термінах реакції аудиторії на висловлене.

У процесі спостереження увага спостерігача зосереджувалася на актах так званої «відкритої поведінки» учасників зборів (в основному вербального). Відповідно у карточці спостереження були виокремлені такі елементи

«відкритої поведінки», які сприяли вирішенню завдання дослідження і могли бути однозначно інтерпретовані під час аналізу результатів.

Такі акти поведінки, інтерпретація яких не могла бути однозначною, потрапляли у спеціально відведену, додаткову категорію («ситуація незрозуміла», «ставлення нейтральне, не виражене», «розмови, тему яких неможливо визначити») і в аналізі не враховувалися.

Для збирання первинних емпіричних даних було використано такий різновид методу спостереження, який кваліфікується як польове, контрольоване, включене, систематичне спостереження.

Згідно описаним вище визначенням, мова йшла про спостереження, що здійснюється у безпосередньому контакті з об'єктом спостереження, характерно, що явища, які спостерігаються (елементи ситуації), фіксувалися у момент їх прояву.

Додатковий контроль отримання даних, окрім категоризації, здійснювався методом одночасного спостереження об'єкта двома спостерігачами з наступним порівнянням результатів.

Спостерігач був безпосередньо включений (фактом своєї присутності на зборах) у досліджуваний процес, знаходився у контакті з людьми, за якими велось спостереження, і брав участь у їх діяльності, одночасно спостерігаючи за нею, тобто впливав на ситуацію, що спостерігалася, і водночас знаходився під її впливом. Ступінь включення його у ситуацію був незначним.

Фіксація результатів спостереження відбувалася на тому бланкові картки спостереження, який відносився до ситуації, що спостерігалася, шляхом окреслення відповідного елемента, який спостерігався (аспекта), ситуації цифрового індексу і шляхом детального описування цього елемента на спеціально відведеному для цього місці. Таке числове позначення полегшувало запис результатів спостереження, а опісля спрощувало опрацювання даних та їх аналіз.

Картка спостереження мала гарантувати отримання максимально об'єктивних даних. Це завдання вирішувалося двома способами: по-перше,

категорії спостереження (елементи ситуації) були виокремлені у картці спостереження таким чином, що спостерігач був позбавлений можливості привносити оціночні судження; по-друге, майже у кожному бланкові-картці були виокремлені спеціальні рубрики, де спостерігач описував реальні акти поведінки (слова, фрази, жести тощо), на підґрунтя яких він фіксував прояви того або того структурного елемента ситуації.

Програма дослідження попередньо, до початку процедури спостереження, визначала аспекти (структурні елементи) досліджуваного об'єкта (зборів) або ситуації досліджуваного процесу, які вважалися найважливішими щодо завдань дослідження. І спостерігачі саме на них зосереджували свою увагу, фіксуючи їх наявність або відсутність у картці спостереження.

Були виокремлені такі значущі з точки зору завдань дослідження елементи поведінки учасників зборів, які розкривали позитивне ставлення до інформації, яка повідомлялася (схвальні репліки, вигуки, оплески тощо), негативне ставлення до інформації, що повідомлялася (осудливі вигуки, репліки тощо), наявність зацікавленості у повідомлюваній інформації (вимога додаткової інформації, питання до доповідача, розмови, пов'язані із питанням, що доповідалося), відсутність інтересу до повідомлюваної інформації (розмови на сторонні теми, заняття сторонніми справами).

Одночасно фіксувалася сила прояву того або того елемента поведінки, тобто кількість людей, у поведінці яких спостерігався виокремлений елемент, за таким групами:

- 1 – президія зборів,
- 2 – більшість аудиторії,
- 3 – приблизно половина аудиторії,
- 4 – меншість аудиторії,
- 5 – кілька осіб,
- 6 – одна людина.

Картка спостереження набула, врешті, такого вигляду:

Елементи поведінки	Сила прояву реакції за групами	Місце для зауважень спостерігача (тут спостерігач має фіксувати факти, що їх неможливо формалізувати)
Схвальні репліки, вигуки, аплодисменти	1 2 3 4 5 6	
Огуджувальні репліки, вигуки тощо	1 2 3 4 5 6	
Вимоги додаткової інформації	1 2 3 4 5 6	
Розмови, що мають відношення до обговорюваного питання	1 2 3 4 5 6	
Запитання до промовця	1 2 3 4 5 6	
Відсутність реакції (нейтральне ставлення)	1 2 3 4 5 6	
Заклики до дотримання порядку	1 2 3 4 5 6	
Заклики до дотримання регламенту	1 2 3 4 5 6	
Розмови, теми яких визначити неможливо	1 2 3 4 5 6	
Розмови, не пов'язані з обговорюваним питанням (сторонні)	1 2 3 4 5 6	
Заняття сторонніми справами	1 2 3 4 5 6	

4. Фіксація результатів. Підготовка спостерігача.

Основна вимога до фіксації результатів спостереження полягає у тому, що запис має вестися на місці спостереження і в момент здійснення події, яка спостерігається. Такий запис є одночасно засобом подвійного контролю: за

спостерігачем і за можливими відхиленнями у межах ситуації чи процесу який спостерігається.

Універсального способу запису, придатного до всіх випадків життя, фактично не існує. Тому слід застосовувати найпростіші, економічні і надійні способи запису. Конкретний вибір того чи іншого способу ведення запису прямо залежить від того, яке спостереження застосовується.

Неконтрольоване спостереження, що ставить своєю метою описування широкого спектру явищ, найчастіше не має жорстких форм запису. Тут насамперед важливо, щоб запис давав можливість визначити, що є тільки спостереженням, а що – певним чином інтерпретацією подій, що спостерігаються. Здійснити процедуру такого розмежування нелегко, але необхідно, тому що в іншому разі дані спостереження змішаються із висновком.

У контрольованому спостереженні ще до початку його здійснення у дослідника є чіткий план і система категорій (які він розробив на етапі підготовки дослідження), за допомогою яких він описуватиме явище чи процес, які ним спостерігаються. Система категорій оформляється у вигляді таблиці, картки або протоколу. У такому разі запис результатів зводиться до того, що попередньо обумовленим знаком (плюс, мінус, цифровий чи буквений індекс тощо) спостерігач відзначає прояви тієї чи тієї форми поведінки або фіксує її відсутність.

Як у контрольованому, так і в не контрольованому спостереженні для фіксації інформації можна використовувати відео - та аудіозаписуючі пристрої.

Для обробки результатів спостереження, що проводиться за структурованою карткою, складається код для шифрування, потім результати спостереження (їх цифрові позначення) заносяться до комп'ютера для їх подальшої обробки та аналізу.

Вимоги до спостерігача. Застосування методу спостереження у соціологічному дослідженні ставить високі вимоги до особи спостерігача. Від його світогляду, кваліфікації, від його уміння знаходити спільну мову з тими, за

ким ведеться спостереження, залежить успіх цієї процедури. Крім інших особистісних рис (увага, терпіння, здатність до аналітичного мислення), однією з найважливіших якісних рис спостерігача має бути відповідальність. Спостерігач мусить безперервно контролювати свої дії, щоб їх вплив на ситуацію, яка ним спостерігається, а отже на виміри ситуації були мінімальними.

Спостерігач у своїх діях мусить керуватися не тільки інтересами дослідження, але й інтересами людей, яких він спостерігає. Спостереження має відповідати чітко визначеній, дійсно, науковій меті дослідження і нічим не зашкодити тим, за ким спостерігають.

Важливою передумовою успіху спостереження як способу збирання первинної соціологічної інформації є підготовка спостерігачів та розробка інструкції. Безпосередньо перед початком виконання самої процедури спостереження необхідно, щоб кожен спостерігач пройшов відповідну підготовку. Навчання спостерігача передбачає одночасний розвиток у нього здатності бачити важливі дії, а також здатності до запам'ятовування і уміння вести точні записи.

Необхідно пам'ятати, що навіть велике бажання спостерігача не пропустити нічого важливого з нюансів ситуації, яку він спостерігає, не убереже його від можливих помилок. Спостерігач, наприклад, не зможе охопити її своєю увагою цілком, адже обмеженою є його здатність до сприйняття. За своїми природніми задатками у кожний окремий момент людина здатна сприймати від п'яти до дев'яти дискретних одиниць одночасно.

Якщо мова йде про досить широку сферу спостереження, доцільно доручити роботу кільком спостерігачам, чітко розподіливши їх функції. Наприклад, одному з них може бути доручено спостереження загального перебігу процесу спостереження, другому – мовна поведінка, спостереження за тим, хто і що говорить, третьому – за мімікою і жестами учасників взаємодії тощо.

Найкраще готувати спостерігачів за допомогою вправ, коли ті хто навчається, ведуть записи, спостерігаючи або спеціально розігрувані, або зняті на відео ситуації.

Якщо такої можливості немає, то дослідник може проводити підготовку помічників на початкових етапах спостереження. Для цього потрібно, щоб вони разом були присутні під час спостереження і вели паралельні записи. Після завершення спостереження записи дослідника і того, хто навчається, порівнюються і дослідник додатково пояснює найважливіші і найскладніші моменти.

У процесі підготовки варто розпочинати з того, що навчити спостерігача, по-перше, старанно розрізняти факти, за якими ведеться спостереження, і ті реакції, чинниками яких є дані факти, по-друге, уміти вирізнити у цих фактах максимальну кількість елементів.

Важливим етапом у підготовці спостерігача є підготовка інструкції. Добре підготовлена інструкція полегшує працю спостерігача щодо збирання та уніфікації первинного матеріалу.

Найперше в інструкції важливо визначити рівень, на якому спостерігач буде фіксувати свої судження, а також дати точні вказівки щодо того, за якими критеріями та чи інша дія, явище, подія будуть підводитися під ту або ту категорію. Крім того, важливо підкреслити необхідність ведення запису відповідно до наявних категорій. Наприклад, спостерігач не може відзначити «прояв агресивності», якщо ця категорія не відзначена у коді.

Інструкція повинна містити, нарешті, також вимоги до способів запису спостережень, або, іншими словами, вона мусить відповідати на питання, як фіксувати.

Можна відзначити наявність або відсутність у кожний конкретний момент якоїсь дії і завершальний протокол частоти спостережень певного явища. В інструкції обов'язково вказується, чи мусить спостерігач просто реєструвати факти, чи до його обов'язків відноситься також їх кодування та інтерпретація. Якщо під час запису потрібна інтерпретація намірів досліджуваних осіб, то в

інструкції важливо або вказати принцип, або перерахувати показники, на підґрунті яких спостерігач буде робити певний висновок. Усе це необхідно для того, щоб спостерігачі за можливості однаково оцінювали те, що вони спостерігають.

Інструкція має бути підготовлена попередньо, її формулювання слід перевірити у процесі попередніх спостережень і, якщо це буде потрібно, зробити необхідні уточнення. Від інструкції залежить, наскільки добре спостерігач зрозуміє мету спостереження і свою роль у дослідженні. Необхідно, щоб усі положення інструкції були сформульовані чітко й однозначно.

Інструкція обов'язково має бути друкованою, а її зміст залишається незмінним із того моменту, коли закінчується підготовчий етап дослідження.

Спостереження, як метод збирання первинної соціологічної інформації має і певні переваги, і вади. Спостереження сприяє отриманню досить цінної інформації, яку іноді неможливо здобути через застосування інших методів. Зазвичай, спостереження забезпечує описовий характер інформації. Тому його застосовують на тих стадіях дослідження, де потрібна інформація про процеси, що відбуваються, поведінку колективу, окремих осіб. Спостереження надає дослідникові ряд переваг, реалізація яких забезпечує багатою інформацією про досліджуваний об'єкт. Найважливішою перевагою спостереження є його безпосередність. Найціннішим у безпосередності спостереження є те, що таким чином фіксуються різні зміни досліджуваного соціального об'єкта у момент їх здійснення. Дослідник має можливість спостерігати за розвитком подій у досліджуваному колективі і вивчати поведінку його членів у природних умовах. Особливо це стосується включеного спостереження: застосування цього методу дозволяє отримати доступ до надзвичайно важливих соціальних вимірів колективу – побачити процеси, які, зазвичай, є латентними. Таку інформацію неможливо отримати за допомогою опитування. Безпосереднє спостереження за поведінкою індивідів у певній соціальній ситуації може виявити характерні для цих індивідів і ситуацій зразки поведінки і точніше, ніж

у випадку застосування інших методів, передбачити появу їх у майбутніх ситуаціях.

Спостерігаючи різноманіття колективних та індивідуальних проявів, дослідник може точніше виявити смисл процесів, що відбуваються. Це забезпечує йому можливість формулювати змістовні гіпотези для нових досліджень. Саме тому матеріал спостережень має високу ціну на початку дослідження, коли багато яких аспектів об'єкта ще не відомі науковцям, а тому основні гіпотези сформульовані не достатньо чітко. Безпосередній контакт із об'єктом дослідження забезпечує можливість аналізу його різноманітних аспектів та отримання щодо нього тієї інформації, яка допоможе уточнити або сформулювати нові гіпотези.

Однак серйозні переваги методу спостереження не повинні приховувати його вад. Найпершою з них є втручання дослідника у природний перебіг соціального процесу. Адже, незаперечно, присутність спостерігача завжди справляє вплив на природний перебіг соціальних процесів. Найголовніше полягає у тому, що ступінь цього впливу визначити надзвичайно складно.

До вад, які є атрибутами спостереження як методу збирання первинної соціологічної інформації, потрібно віднести і те, що спостереження, особливо включене, зазвичай, здійснюється однією людиною, а це завше тягне за собою серйозні загрози. Людське сприйняття обмежене, а це означає, що дослідник може не помітити якихось важливих вимірів досліджуваного об'єкта. Крім того, спостерігач, який прагне за короткий час зафіксувати якомога більше характеристик досліджуваного об'єкта, може не знайти їм місця у цілому. Тобто, не знайти їм місця у контексті процесів, які є атрибутами об'єкта як системного явища. У такому випадку результати його спостережень залишаться певним набором розрізнених вражень. Такі ситуації найчастіше виникають тоді, коли об'єкт спостерігається усього один-два рази.

Крім того, спостереження є досить витратною процедурою. Оформлення висновків спостереження у формі записів займає значно більше часу, ніж безпосереднє спостереження.

І, нарешті через спостереження майже неможливо виявити думки і судження респондентів із питань, що цікавлять соціолога. Без залучення додаткової інформації неможливо також встановити, наскільки поведінка людей, що спостерігаються, типова для їх оточення.

Використана і рекомендована література

1. Андреев В.Г. Сравнительный анализ организационных принципов развития эмпирических социологических исследований в США // Методологические и методические проблемы сравнительного анализа социологических исследований. Кн.2. - М.:–ИСИ АН СССР, 1982. – С. 187 – 216.

2. Войнова В.Д., Чернакова Н.Е. Организационно-методические особенности группового опроса // Организационно-методические проблемы социологического опроса. – М.: ИСИ АН СССР, 1986. – С. 50 – 69.

3. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 1998. – 208 с.

4. Паниотто В.И. Качество социологической информации. – К.: Наук. думка, 2016. – 207 с.

5. Сиповская И.В. Выборочное статистическое наблюдение и некоторые вопросы его применения в социологических исследованиях. – Тбилиси: Изд-во Тбилис. ун-та, 2017. – 133 с.

6. Толстова Ю. Н. Логика математического анализа социологических данных. – М.: Наука, 2019. – 111 с.

7. Толстова Ю.Н. Существует ли проблема социологического измерения? // Социология. М. – 2015.

8. Человек и его работа. Социологическое исследование. – М.: Мысль, 2017. – Приложение А. Документы относящиеся к сбору первичной информации. – С. 323 – 335.

9. Фелингер А.Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. – Новосибирск: Наука, 2015. – 208 с.

Глосарій (словник термінів)

Спостереження – 1) безпосереднє сприйняття предметів і явищ; 2) метод збирання первинної соціологічної інформації шляхом прямої і безпосередньої реєстрації дослідником подій, явищ і процесів, які відбуваються за певних умов. На спостереженні позначається безпосередній зв'язок спостерігача з об'єктом спостереження: суб'єктивні емоційно забарвлені фіксації спостережуваних явищ, зумовлених складом особистості спостерігача, його впливом на об'єкт, який спостерігається; впливом об'єкта, який спостерігають, і подій, які відбуваються, на спостерігача тощо. За рівнем формалізації спостереження розрізняються на стандартизовані (контрольовані) і не стандартизовані (найчастіше застосовуються на початку дослідження для з'ясування проблемної ситуації); за умовами участі спостерігача у спостереженні вони розрізняються на включені і невключені. За умовами організації спостереження розрізняються на лабораторні, польові та лабораторно-польові, а за регулярністю проведення – систематичні, епізодичні, випадкові. Спостереження, зазвичай, застосовується у комплексі з іншими методами збору первинної соціологічної інформації.

Верифікація – 1) в соціології означає перевірку істинності теоретичної моделі соціального об'єкта шляхом дослідного емпіричного порівняння її з реальністю. Дійсно науковим є тільки таке знання, яке ґрунтується на спостереженні, соціальному експерименті тощо. Особливо важлива верифікація у процесі наукового обґрунтування соціологічних гіпотез, які таким чином або підтверджуються, або спростовуються.

Обсяг вибірки – загальне число одиниць спостереження, що включені до вибіркової сукупності. Обсяг вибірки визначається: а) завданням дослідження; б) ступенем однорідності генеральної сукупності, зважаючи на якісні характеристики, які досліджуються; в) величиною довірчої вірогідності, гарантією достовірності результату; г) точністю результатів, тобто величиною припущеної (граничної) помилки репрезентативності.

? Контрольні запитання

1. Зробіть порівняльний аналіз основних типів спостереження.
2. Дайте обґрунтовану оцінку спостереження як джерела первинної соціологічної інформації.
3. Розкрийте морально-етичний аспект включеного спостереження.
4. Охарактеризуйте методологічні та технічні проблеми фіксації результатів спостереження.

✍ Теми ІНДЗ

1. Особливості соціологічного спостереження.
2. Методологічні проблеми організації соціологічного спостереження.
3. Характеристики етапів підготовки соціологічного спостереження.
4. Методологічні аспекти підготовки спостерігача.

ТЕМА 8. ЗБИРАННЯ ПЕРВИННОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ МЕТОДОМ ОПИТУВАННЯ

План

1. Поняття опитування.
2. Критерії якості даних опитування.
3. Основні етапи опитування.
4. Порівняльний аналіз основних видів опитування.
5. Емпіричне обґрунтування методики опитування.

1. Поняття опитування.

Соціолог досить часто потребує інформації про такі явища і процеси, які є закритими для прямого спостереження і не знаходять належного відображення у різноманітних документах, що використовуються у соціологічному аналізі. Наприклад, інформація про мотиви, орієнтації, інтереси людей, що складають підґрунтя їх поведінки, життєвих планів, структуру відносин у трудових колективах, сімейному житті, побутовій діяльності тощо. Джерелом такої інформації, необхідної для наукового вивчення соціальних процесів, є безпосередні учасники цих процесів – люди, їх висловлювання про власні думки, настрої, вчинки і навколишній світ. *Отримати таку інформацію можна тільки за допомогою опитування.*

Соціальна активність широких верств українського народу, яка невпинно зростає, закономірно підвищує цінність методу опитування як засобу отримання даних про стан громадської думки, свідомості і поведінки людей. У зв'язку з цим удосконалюються методичні й організаційно-економічні засади методу, розвивається цілий ряд його переваг у порівнянні з іншими методами емпіричної соціології.

Метод опитування, підґрунтям якого є правильно сформована вибірка, досить економічний, адже дозволяє методом опитування відносно не чисельних

сукупностей формувати уявлення щодо стану і тенденцій розвитку соціальних процесів досліджуваного об'єкта у цілому. Проведення опитування із залученням достатньої кількості анкетерів дозволяє у максимально короткі терміни опитувати великі сукупності людей та отримувати інформацію, необхідну для вироблення оперативних рішень.

Сучасні можливості стандартизації запитань анкети (застосування закритих варіантів формулювання питань) забезпечують можливість отримати уніфікований опис багатьох індивідуальних одиничних висловлювань людей, що, у свою чергу, робить можливим використання для обробки і аналізу оперативної і потужної обчислювальної техніки і методів математичного аналізу.

Нарешті, важливою перевагою методу є широкий вектор охоплення найрізноманітніших сфер соціальної практики. Здається, немає таких проблем у житті сучасного суспільства, про які соціолог не зміг би отримати інформації звернувшись до найрізноманітніших сфер суспільства із запитаннями анкети. Ця особлива пізнавальна можливість методу часто видається соціологам-початківцям універсальною. Насправді ж це не зовсім так. Застосовуючи метод опитування, науковець має пам'ятати, що інформація, отримана від респондентів, відображає досліджувану реальність у тій формі, яка є своєрідним «переломленням» об'єктивної реальності свідомістю опитуваних. А це означає, що не завжди слід ототожнювати об'єктивну реальність, яка є предметом дослідження, з даними, що відображають думки людей про факти їх поведінки, свідомості, про події і явища. Слід також урахувати можливі деформації, визначені специфікою відображення соціальної практики у свідомості людей, а також напрямки і величину цих зміщень.

Підґрунтям методу опитування є сукупність питань, що пропонуються респонденту, відповіді на які утворюють необхідну дослідникові інформацію. У будь-якому варіанті опитування є одним із найскладніших різновидів соціально-психологічного спілкування. Зв'язок між його головними учасниками –

дослідником і респондентом – забезпечується через різноманітні «проміжні ланки», кожна з яких чинить певний вплив на якість отримуваних даних.

По-перше, це анкета або план інтерв'ю, тобто перелік запитань, змістом яких є емпіричний опис досліджуваної проблеми, «переведений» на мову буденної свідомості респондентів. Соціолог, який формулює питання анкети, створює інструкції для анкетерів та інтерв'юерів, уніфікує, прогнозує майбутні ситуації опитування, які багаторазово «тиражуються» інтерв'юерами у різних районах, колективах, ситуаціях. Важливо зазначити, що автоматично «тиражуються» й усі початкові параметри, якісні характеристики, закладені у ці документи на стадії їх проектування і випробовування.

По-друге, це анкетер або інтерв'юер. Вони безпосередньо забезпечують заповнення листків опитування кожним респондентом. Важливо відзначити, якщо інтерв'ювання передбачає особисте спілкування інтерв'юера з респондентом, то під час анкетування респондент сам заповнює листок опитування після відповідного інструктування, що його проводить інтерв'юер. Саме анкетери та інтерв'юери відтворюють за встановленим зразком передбачені дослідником стандартні ситуації опитування, але роблять вони це через власне розуміння поставлених їм завдань, власну кваліфікацію, досвід, відповідальність, психологічні особливості.

Нарешті, *по-третє*, це ситуація опитування, умови, що складаються з буденних життєвих ситуацій респондентів на момент опитування, їх емоційних станів, їх норм, звичаїв і традицій, уявлень і ставлення до опитування.

Таким чином, соціально-психологічна взаємодія, яка є підґрунтям опитування, має складну і надзвичайно мобільну, мінливу структуру, що включає певну множину факторів, здатних упливати на якість отримуваних даних. Такого різноманіття позитивних і негативних факторів, що є супутніми отриманню інформації від людини, і таких, що зустрічаються у множині мінливих поєднань не має, мабуть, жоден інший метод емпіричної соціології, крім опитування. Дослідження і облік впливу цих факторів для кожного конкретного дослідження вимагає від соціолога старанного теоретичного

обґрунтування методики опитування, а також експериментальної перевірки надійності інструментарію опитування перед початком цієї процедури.

Таким чином, організаційно-економічні переваги на стадії проведення опитування (оперативність, простота, економічність) вимагають від соціолога серйозних додаткових зусиль на етапі розробки програми і методичного інструментарію, пов'язаних із перевіркою і відпрацюванням їх надійності.

Узагальнюючи, доходимо висновку, що *опитування – це метод збирання первинної соціологічної інформації, на підґрунті усного або письмового звернення до досліджуваної сукупності людей із запитаннями, зміст яких визначає проблему дослідження на емпіричному рівні*. Важливо зазначити що спілкування із джерелом відшукованої інформації (респондентом) опосередковується спеціальним методичним інструментом (анкетою або планом інтерв'ю), а також анкетером або інтерв'юером, які виконують функції операторів, що працюють із цим інструментом.

2. Критерії якості даних опитування.

Якісні характеристики первинного соціологічного матеріалу, що буде отриманий у результаті дослідження, значним чином залежить від того, якою є застосовувана методика опитування. Важливо зауважити, що помилки, зроблені під час проектування методики опитування або на етапі його проведення, зазвичай, уже неможливо виправити на наступних етапах дослідження. Або, іншими словами, первинний соціологічний матеріал, зібраний за допомогою ненадійного інструментарію, не стане якіснішим від застосування найвитонченіших методик математичного аналізу, а їх інтерпретація не матиме будь-якого здорового глузду.

Питальник (картка із запитаннями), як інструмент, призначений для збирання первинного соціологічного матеріалу, вважається надійним у тому разі, якщо він: а) обґрунтований відносно мети його застосування, тобто забезпечує отримання інформації, яка відшукується; б) дає достовірну, тобто

таку, що адекватно відображає досліджувані аспекти соціальної реальності, інформацію; в) дає стабільні дані, тобто ті, які відтворюються у повторних дослідженнях за аналогічних умов.

Достовірність інформації – це іманентна характеристика того чи того методу забезпечення науковця інформацією, що адекватно відображає об'єктивні виміри соціальної реальності. Будь-який соціолог, що проводить опитування, врешті-решт постає перед проблемою такої організації умов збирання інформації, щоб отримані дані мали достатньо високий рівень достовірності.

Перш ніж розробити питальник, підготувати інтерв'юерів, дослідникові необхідно розібратися, якою має бути поведінка респондента під час відповіді на питання і за яких умов можна отримати достовірні дані. І тільки після цього дослідник розпочинає розробку питальника, підготовку інтерв'юерів, забезпечення умов, які необхідно створити у процесі опитування, щоб отримати достовірні дані.

Поведінку опитуваного під час заповнення питальника можна зобразити як певну умовну схему:

Сприйняття інформації (зміст питання, інструкції щодо заповнення)	Переробка інформації	Відповіді на запитання
	1) розуміння інформації	1) вибір відповіді на запитання
	2) відтворення необхідних знань із пам'яті	2) вербальне відображення вибраної відповіді (інтерв'ю)
		3) письмова фіксація відповіді (анкетування)

Для отримання достовірних даних необхідно, щоб опитуваний сприйняв потрібну інформацію, правильно зрозумів її, зміг згадати, якщо це потрібно, певні обставини минулого, вибрав або сформулював відповідь, що відповідає його думці або фактичному стану справ, міг адекватно аргументувати вибрану

ним відповідь. Зрозуміло, що цього недостатньо для отримання достовірних даних. Необхідно, щоб респондент не тільки міг, але і хотів відверто відповідати.

Отже, дослідник має так організувати опитування, щоб у процесі цієї процедури здійснювалася актуалізація можливостей респондентів і формувалася мотивація до участі у дослідженні. Якість первинної інформації залежить від якості методики, що застосовується для її отримання, тому оцінку якості первинних даних буде виправдано проводити залежно від якості вимірювального інструментарію.

Призначення соціологічного питальника (бланка інтерв'ю або анкети) у тому, щоб за його допомогою вимірювати певні перемінні, що мають відношення до предмета дослідження, наприклад, думка або установка респондента з питання, що цікавить дослідника, певні соціально-демографічні характеристики респондента тощо.

Під стійкістю інструмента вимірювання розуміється ступінь відтворюваності результатів вимірювання у випадку повторного використання цього інструмента для фіксації характеристик цієї ж групи і у цих же умовах.

Кількісними характеристиками стабільності можуть бути показники стабільності, якими, зазвичай, є діапазон розбіжностей між результатами кількох вимірювань однієї і тієї ж перемінної за допомогою однієї і тієї ж процедури з одними і тими ж умовами вимірювання. Стабільність інструментарію у цілому можна перевірити шляхом повторного опитування.

Під обґрунтованістю вимірювального інструментарію розуміється ступінь відповідності між тими характеристиками, що реєструються у процесі вимірювання, і тими характеристиками, що їх передбачалося вимірювати.

Обґрунтований інструмент вимірювання має бути стабільним. Дійсно, низька кореляція результатів повторних вимірювань через порівняно невеликі відрізки часу вказує або на нестійкість вимірюваної характеристики, або на те,

що інструмент вимірює ще й певну множину супутніх факторів. Наприклад, тих, що мають зв'язок із часом і місцем вимірювання. У зв'язку з тим, що більшість вимірюваних під час опитування факторів (які цікавлять соціолога), зазвичай, порівняно стійкі у межах певних часових інтервалів, єдиним висновком із низької відтворюваності результатів вимірювання є твердження про те, що застосований інструмент вимірювання не є адекватним дослідницькому завданню, тобто його застосування необґрунтоване.

Вибір того або іншого доказу обґрунтованості конкретного інструментарію визначається як типом досліджуваних характеристик, так і завданнями дослідження.

Усю систему доказів можна умовно розрізнити на дві групи. До першої групи входять докази того, що конструкція питань, які увійшли до вимірювального інструментарію, адекватно відображає вимірювані характеристики, дає саме ту інформацію, яку передбачав отримати дослідник під час формулювання запитання.

Серед них можна вирізнити такі:

Релевантність. Визначається тим, наскільки розумно вибрана дана форма інструменту для вимірювання даної характеристики. Поняття релевантності невіддільне від питання про те, чи можна на підґрунті результатів вимірювання робити висновок про наявність у респондентів певного знання, особистісних характеристик, думок і установок. Загального поширення набула помилка, пов'язана з порушенням цієї вимоги, наприклад, у тих випадках, коли для отримання інформації про знання респондента застосовується як єдиний і достатній інструмент анкетне питання, що розкриває оцінку респондентом своїх знань. Припустимо, організаторам семінарів на міжнародні теми необхідні попередні знання про ступінь поінформованості аудиторії щодо конкретних проблем міжнародного життя. У зв'язку з цим автори анкет нерідко звертаються до респондентів із запитаннями такого типу: «Наскільки Ви поінформовані щодо проблеми А, питання Б, події В?».

Відповідаючи на них, респондент, зазвичай, відмічає одну з пропонованих оцінок: «добре», «середньо» або «незадовільно».

За такої побудови питання відбувається не завжди усвідомлювана дослідником підміна інформації про знання інформацією про те як людина оцінює ці знання. Критерії оцінки знань у різних людей досить часто не збігаються з тими, які має на увазі дослідник, коли він ставить питання у питальникові. Мало інформований слухач може бути повністю задоволений власним запасом знань і оцінювати свою інформованість як добру. Водночас людина, що має набагато вищий ступінь обізнаності, але відчуває дефіцит інформації, яка його цікавить, може вибрати оцінку «середньо» або «незадовільно». Однак автори таких запитань тлумачать відповіді на них як дані про фактичний рівень знань респондентів, хоча насправді тут ідеться про самооцінку.

Достовірну оцінку знань можна отримати за допомогою запитань екзаменаційного типу, що містять завдання експериментальної ситуації, вирішення яких потребує від респондента застосування певних знань, навиків, а також знайомства з конкретними подіями, іменами. Запитання такого типу подібні до психологічних тестів. Наприклад, одним з індикаторів поінформованості студентів у певній сфері соціологічної науки може бути знання ними імен класиків світової та зарубіжної соціології. Для визначення ступеня інформованості можна запропонувати список імен, до якого внесено не тільки імена видатних соціологів, але й світових спортсменів, діячів культури та держави. Завданням для того, хто заповнюватиме анкету, стане з'ясування «hue is hue», або прочерк напроти імен йому не відомих.

Іншим необхідним показником інформованості аудиторії з освітніх проблем може стати ступінь знайомства слухачів із термінами, що широко використовуються у тій або тій галузі знань.

Для отримання таких даних до анкети заносяться питання з переліком термінів, значення яких респонденти розкривають у письмовій формі. Отримані відповіді дослідник аналізує та оцінює за такими критеріями: високий ступінь

знання терміна, збіг його з широким аналітичним тлумаченням (визначення у словниках, довідниках, енциклопедіях); середній ступінь знання терміна, збіг із одним зі значень, характерним для конкретного тексту; незнання терміна або його помилкова інтерпретація.

Нейтральність (об'єктивність). Ступінь нейтральності інструменту визначається відповіддю на питання: чи залежить оцінка даної характеристики, що отримується за допомогою даного інструменту, тільки від ступеня її вираження, чи на її значення діють якісь додаткові фактори. Забезпечення цієї вимоги під час конструювання питань анкети пов'язане з обліком різних соціально-демографічних факторів, що позначаються на формулюванні відповідей респондента. Наприклад, питання про знання, які дослідник вважає повністю нейтральними, за певних обставин можуть спричинити потужну дію фактора престижу, самоповаги респондента. Це відбувається тоді, коли мова йде, наприклад, про об'єктивацію рівня професійних знань. Величезна кількість явищ, які цікавлять соціолога, пов'язані з авторитетом, престижем, матеріальними інтересами респондентів. Отримання інформації про соціально схвалювані або неприйнятні моделі поведінки, дані про джерела побічних прибутків, виконання батьківських обов'язків вимагають від дослідника забезпечення нейтрального формулювання питань та експериментальної перевірки їх нейтральності у розвідувальному дослідженні.

Доступність. Смысл цього нормативу полягає у тому, щоб усі респонденти могли зрозуміти зміст завдань чи запитань. Відповідність питання анкети цій вимозі вимагає емпіричної перевірки у розвідувальному дослідженні.

Диференціююча здатність. Інструментарій має бути сконструйований таким чином, щоб фіксувати з необхідним ступенем детальності різницю серед респондентів відносно вимірюваних характеристик. Тут важливо пам'ятати, що з певної порогової величини зростання диференціюючої здатності вимірюючого інструментарію спричиняє зменшення його надійності.

До другої групи відносяться докази обґрунтованості, пов'язані з вирішенням питання про те, наскільки результати, отримані під час застосування певного інструментарію, узгоджуються з інформацією про вимірювані характеристики, отримані іншими способами.

Серед доказів цього типу вирізняються такі:

«Тест за відомою групою». У цьому випадку сконструйований інструмент перевіряється на групі осіб, щодо яких точно відомий розподіл вимірюваних характеристик.

«Обґрунтованість за збігом». Досить часто доказом обґрунтованості розробленого інструментарію вимірювання може бути високий коефіцієнт кореляції результатів, отриманих під час застосування даного інструментарію та іншого (готового) інструментарію, відомого своєю обґрунтованістю.

Перевірка надійності та обґрунтованості вимірювального інструментарію є складною і працездатною процедурою. Але така перевірка є необхідною, тому що в іншому разі неможливо вести мову про наукове значення результатів, отриманих від застосування методу опитування.

3. Основні етапи опитування.

Для оптимізації процесу опитування з точки зору достовірності його результатів у ньому слід вирізнити такі основні етапи: адаптацію, досягнення поставленої мети та зняття напруги.

Будь-яке запитання розпочинається із етапу адаптації, у процесі якого виконуються два важливих завдання: створення у респондентів мотивації на запитання і підготовка їх до дослідження. Етап адаптації складається зі звернення і кількох перших запитань. Звернення – це зав'язка, початок опитування. Почати опитування – це справжнє мистецтво, і від того, як тут поведеться дослідник, багато у чому залежить достовірність інформації.

Для того, щоб респондент зміг надати дослідникові необхідну йому інформацію, респондента потрібно до цього підготувати: пояснити зміст

опитувальника (картки, до якої внесено запитання), тобто про що його будуть запитувати, мету опитування, а у випадку анкети – і правила заповнення опитувальника і поступово, ставлячи запитання, розкрити йому тему дослідження. Забороняється розпочинати опитування з основних проблемних питань. На початковому етапі роботи респондент ще не готовий відповідати на них, його свідомість ще не зорієнтувалася на тему опитування. Респонденту ще потрібна попередня психологічна розминка, для цього йому задаються кілька легких запитань, що «занурили б» його у ситуацію опитування та наблизили б до основної проблематики. Змістом цієї фази є розминка, розвідка, зондаж. Її розробка потребує великої відповідальності та старанності і, крім спеціальних знань у сфері психології, вимагає від дослідника попереднього (у процесі пілотажного дослідження) знайомства з аудиторією, якій адресується питальник інтерв'юера або анкети.

Досвід опитування різних соціальних груп показує, якщо респондент вислухав або прочитав звернення та відповів на перші два-три запитання, то у більшості випадків він відповість і на решту. Тому іноді першими соціолог ставить запитання, відповіді на які не дають пов'язаної з темою дослідження змістовної інформації, але забезпечують виконання іншого важливого завдання – втягують людину в розмову.

Створення в опитуваних мотивації до участі у дослідженні є складнішим завданням. У кожної людини свої інтереси, цінності, потреби. Необхідно зацікавити респондентів у дослідженні, пояснити актуальність, життєву важливість досліджуваної проблеми, досягнути того, щоб відповіді на запитання набули для учасників опитування особистісного смислу. Розв'язування цього завдання залежить від ступеня збігу мети дослідження з життєвими потребами опитуваних.

Однак мета дослідження не завжди збігається з безпосередніми потребами респондента. Наприклад, в експертному опитуванні доцільніше розробляти мотивування іншого типу. Відповідно до мети дослідження, формулюється вступне звернення до респондента, яке має відповідати певній

системі мотивів опитуваного. Найчастіше функцію таких мотивів виконує прагнення принести користь, престиж тощо.

Створення у респондента бажання відповісти на запитання є одним із основних завдань, що стоїть перед дослідником. Ігнорування його нівелює величезну роботу з організації, проведення соціологічного дослідження. Важливим фактором впливу на бажання респондента надати істинну інформацію є страх, що правдиві відповіді зашкодять йому. Застосування анонімного опитування мінімізує вплив цього чинника а тому підвищує достовірність соціологічних даних. Досвід емпіричних досліджень засвідчує, що найбільший вплив анонімність має на людей із низьким статусом у групі. Опитувані, що входять до групи лідерів і мають високі статуси, зазнають мінімального впливу чинника анонімності.

Щодо інтерв'ю, то цей тип збирання емпіричного соціологічного матеріалу не може гарантувати абсолютної анонімності. Інтерв'юер бачить респондента, може дізнатися його ім'я та адресу, тому інтерв'юеру важливо підкреслити, що відповіді респондента будуть відомі тільки у загальній, абстрагованій формі. Однак достовірність у цьому випадку пов'язана, в першу чергу, з особистістю інтерв'юера, із тим, як він уміє налаштувати до себе респондента, вселити в нього упевненість в анонімності відповідей.

Подальше підвищення зацікавленості респондента у зміцненні контактів із дослідником здійснюється у процесі відповідей на перші запитання. Із цією метою застосовуються так звані контактні запитання, відповіді на них є досить легкими, своїм змістом вони мають торкатися злободенних проблем респондента. Водночас вони мають бути близькими до теми опитування і поступово втягувати респондента у досліджувану проблематику.

Респондент може засумніватися в анонімності, якщо дослідження розпочинається з демографічного блоку. Таким чином провокується недовір'я до інтерв'юера, втрачається попередньо налагоджений контакт, знижується ступінь достовірності інформації, тому соціологічно безграмотно буде

розпочинати співпрацю з питань що турбують, або (ще гірше) лякають респондента.

Основним завданням наступної фази опитування є досягнення поставленої мети, тобто збирання основної інформації, необхідної для вирішення поставлених у дослідженні завдань.

У процесі відповіді на цю частину питальника, особливо якщо вона велика, зацікавленість у дослідженні може швидко зменшуватися. Для його підвищення застосовуються функціонально-психологічні запитання, якими переривають занадто об'ємну тему. Зміст їх має бути цікавим для опитуваних. Чоловіків, наприклад, можна запитати про футбол чи бокс, жінок – про нові віяння у моді, стан справ у домашньому господарстві. Такі запитання можуть не мати змістовної інформації. Їх основна мета – зняти втому та підвищити мотивацію респондента.

Закінчення опитування. Закінчити опитування іноді буває складніше, ніж його розпочати. Опитуваний ще не виговорився, у нього може відчуватися певна напруга, тому в кінці питальника пропонуються функціонально-психологічні, легкі питання, які знімають напругу, дають можливість виявити емоції.

4. Порівняльний аналіз основних видів опитування.

Велику кількість запитань, звернених до респондента, можна упорядковувати у трьох найважливіших напрямках:

- 1) мети, з якої ставиться запитання;
- 2) наявності або відсутності можливих відповідей;
- 3) змісту питань.

Залежно від мети постановки питання, вони розрізняються на такі типи: змістовні або результативні і функціональні. За допомогою результативних запитань дослідник робить висновок про певні явища та їх взаємозв'язки. Для функціональних запитань на першому плані знаходиться функція оптимізації,

упорядкування перебігу запитання. Хоча дослідник прагне відібрати такі функціональні запитання, які мають для нього змістовне значення, однак досить часто ці запитання не обробляються і не аналізуються. Можна вирізнити кілька видів функціональних запитань: функціонально-психологічні, фільтри і контрольні.

Функціонально-психологічні запитання застосовуються для зняття напруги, для переходу від однієї теми до іншої, а також для зняття небажаних установок, що можуть з'явитися у респондента.

Якщо у процесі опитування з'являється кілька питань, пов'язаних з службовою діяльністю, а далі без будь-якого логічного зв'язку ідуть запитання про ставлення до сім'ї чи друзів, то такий різкий перехід від однієї теми до іншої спричинить нерозуміння переходу до сімейних справ, які не мають зв'язку з виробництвом. Перехід має бути плавним, респонденту слід показати необхідність наступних питань. Для цього можна використати, наприклад, таку серію функціонально-психологічних запитань.

Після роботи Ви повертаєтесь додому трохи стомленим. Дома Вас очікує дружина і діти. Вас провідують друзі чи Ви гостюєте у них?

Чи подобається Вам перебувати вдома?

Так.....1 *Ні.....2*

Чи бувають у Вас удома друзі?

Так.....1 *Ні* *2*

Після цих запитань зацікавленість дослідника у розгляді стосунків у сім'ї цілком обґрунтована, запитання не викликають незадоволення, тому респондент без спротиву відповідає на них.

Для переходу до іншої теми опитування можна рекомендувати і такі, наприклад, «містки»:

«А тепер кілька запитань про...»

«А зараз трішки про інше»

Запитання-фільтри. Перш ніж ставити респонденту змістовне запитання, доцільно поцікавитися, чи належить він до тієї групи людей, до якої

спрямовується це запитання. В іншому разі усі наступні запитання будуть поставлені не тим людям, яким вони призначені, це стане причиною деформації результатів.

Так, наприклад, перш ніж ставити питання про стосунки з дружиною, варто поцікавитися, чи одружений респондент, або інше до того, як запитати про витрати з сімейного бюджету на навчання у школі, доцільно дізнатися, чи є у сім'ї діти шкільного віку тощо.

Контрольні питання набули поширення в емпіричних соціологічних дослідженнях. Їх функція полягає у перевірці достовірності даних. Наприклад, спочатку можна запитати респондента, чи задоволений він своєю працею, а потім через кілька запитань поставити перше контрольне запитання: «Чи хотіли б Ви перейти на іншу роботу?». Ще через кілька запитань – друге контрольне запитання: «Уявімо, що Ви тимчасово не працюєте. Чи повернулися б Ви на попереднє місце роботи?». Порівняння відповідей на ці три запитання принесе інформацію щодо рівня щирості відповідей респондента. У тому разі, коли відповіді на запитання є суперечливими, такі результати вважаються недійсними або піддаються додатковому вивченню з метою отримання додаткової інформації.

Контрольні запитання можуть виконувати кілька функцій. Із їх допомогою можна відслідковувати відповіді на одну тему, вони можуть також стати підґрунтям для обрахунку коефіцієнта довіри до анкети у цілому або до окремого запитання. Можна ввести в анкету запитання, щодо якого є об'єктивна інформація. Можна вчинити і так: ставиться запитання, а потім пропонуються можливі варіанти відповідей на нього, серед них один, що попередньо відомий. Часто ставиться запитання про вигадану подію або неіснуючих людей.

Такий спосіб контролю має, однак, певну небезпеку. Пряме перенесення результатів контролю на підґрунті однієї альтернативи на усе запитання або на підґрунті одного запитання на всю тему або анкету також відносне. Тому контроль відповідей потрібно проводити обґрунтовано і обережно. Та все ж

контроль кращий, ніж його відсутність. Зазвичай, для здійснення контролю досить обмеженої кількості запитань, що мають зв'язок із основними завданнями дослідження, які розроблені для цього і перевірені на практиці.

Необхідно розуміти, що контрольне запитання ніколи не слід ставити одразу за тим запитанням, відповідь на яке контролюється. Це пов'язано із тим, що відповідь опитуваного на кожне наступне запитання знаходиться під впливом змісту попереднього запитання і відповіді респондента на нього.

Запитання розрізняються на *відкриті* та закриті, залежно від того, чи пропонуються після їх формулювання можливі відповіді.

Закритими вважаються запитання, у яких респонденту пропонуються один або кілька можливих варіантів відповідей. Йому може бути запропоновано певним чином відзначити або підкреслити вибрану відповідь або відповіді в анкеті; у випадку інтерв'ювання можливі відповіді зачитуються або показуються на картках. Існує кілька видів закритих запитань: «так - ні», альтернативні і «запитання - меню».

Найвідомішим видом закритого є «так – ні» запитання. Наприклад, «Чи були Ви учасником подій на Майдані 2013-2014 рр. ?»

1. Так.

2. Ні

«Чи брали Ви участь у звільненні України від агресії московських загарбників ?»

1. Так.

2. Ні.

Специфіка цього виду опитування полягає у тому, що його формулювання не урівноважене, тобто у ньому присутня тільки одна з можливих відповідей, що сприяє вибору її респондентом. Використання цього виду запитань сумнівне у методичному аспекті, особливо у вивченні знань, умінь і установок.

Так, наприклад, запитання: «Чи подобається Вам...?», «Чи хотіли б Ви...?», «Чи задоволені Ви ...?», «Чи любите ...Ви?» - спричиняє, без сумніву,

зсув відповідей у позитивному напрямку. Із цієї причини рекомендується якомога рідше застосовувати такий вид запитань, а використовувати альтернативні запитання.

Альтернативне запитання відрізняється від «так - ні» складною характеристикою, урівноваженістю формулювання. Нижче пропонується зразок альтернативного запитання, порівняйте його із запитанням типу «так - ні».

Як Ви вважаєте, забезпечує чи не забезпечує проживання у студентських гуртожитках рівень комфорту, необхідний для їх успішного навчання?

Відповідає 1

Не відповідає 2

Часто чи рідко Ви відвідуєте університетську бібліотеку?

Дуже часто (щоденно) 1

Часто (двічі, тричі на тиждень) 2

Не дуже часто (3 – 4 рази у місяць) 3

Рідко (1 – 2 рази на місяць) 4

Дуже рідко (ще рідше) 5

Урівноваженість альтернатив у формулюванні питання робить зміщення відповідей набагато меншим, а застосування цього виду запитання має перевагу над попереднім.

Іншою такою ж важливою характеристикою альтернативного запитання є те, що пропоновані відповіді мають взаємовиключний характер. Наприклад, неможливо одночасно відвідувати і не відвідувати університетську бібліотеку.

Цікавим різновидом функціонального питання є *питання-діалог*. В уста псевдо співбесідника вкладаються протилежні висловлювання. Опитуваному пропонують долучитися до чогось одного зі сказаного. Форма діалогу має ту перевагу, що високого рівня абстракції стають очевиднішими. Зображення учасників дискурсу підсилює проєктивний ефект, таким чином забезпечується можливість повніше долучити респондента до ситуації опитування.

Тип *питання-ілюстрації* часто застосовується, наприклад, у газетних опитуваннях. Важливо відзначити, що питання-ілюстрація має відображати розмову чоловіків, коли опитуються чоловіки, чи жінок, коли опитуються жінки. Якщо ця умова не витримується, респонденти, відповідаючи на запитання, можуть звертати особливу увагу на фактори, специфічні для чоловіків або жінок, перебираючи на себе роль того учасника розмови, якого зображено на малюнку. Зміщення можуть виявитися особливо значними під час вивчення тих явищ, де фактор статі справляє значний вплив.

Іноді питання-ілюстрація використовується для отримання висловлювань респондента, що сформульовані у довільній формі. У такому разі одному з учасників розмови приписується певне судження або питання, а роль іншого учасника розмови пропонується респонденту, що має відповісти на питання, або закінчити почате висловлювання.

Шкальне опитування – не менш важливий різновид альтернативного запитання. У цьому разі опитувані мають відзначити інтенсивність якогось явища або певної точки зору. Наприклад, таке запитання, що використовує шкалу самооцінок:

Чи задоволені Ви своїм місцем роботи?

<i>Місцем роботи дуже задоволений</i>	1
<i>Більше задоволений, ніж не задоволений</i>	2
<i>Місце роботи мені байдуже</i>	3
<i>Більше не задоволений, ніж задоволений</i>	4
<i>Місцем роботи дуже незадоволений</i>	5

Можливий і такий варіант шкального запитання:

Яке значення мають для Вас такі характеристики Вашої роботи, як:

Різноманіття

Мале значення	Велике значення
1.....2.....3.....4.....5.....6.....7.....8.....9	

Самостійність

Мале значення	Велике значення
---------------	-----------------

1.....2.....3.....4.....5.....6.....7.....8.....9

Від альтернативного опитування потрібно відрізнити «запитання-меню». Цей вид забезпечує респонденту можливість обрати не одну з кількох, а кілька варіантів відповідей. Цим даний вид відрізняється від альтернативного опитування, у якому можна обрати тільки одну відповідь.

Зразком запитання-меню може бути така варіація:

Яке з перерахованих нижче видань Ви читаєте відносно регулярно?

«Нація і держава»	1
«Україна молода»	2
«Шлях перемоги»	3
«Заграва»	4

Тощо.

Респондент у цьому разі може обрати один, два або більшу кількість варіантів відповідей. Іноді «запитання-меню» розробляються таким чином, що допускається лише обмежений вибір варіантів. Нижче пропонується приклад такого «запитання-меню»:

Як Ви вважаєте, якими знаннями і вміннями має володіти бібліотечний працівник, у першу чергу, щоб успішно і творчо працювати у сфері культурно-освітньої діяльності? (Відзначте не більше трьох відповідей у кожній колонці.)

Бібліотекар повинен знати:	Бібліотекар повинен уміти:
(1)	(2)
Алфавітний і тематичний каталог;	Легко встановлювати контакти,
Потреби студентів у літературі	бути комунікабельним;
із різних факультетів та курсів;	Виявляти до користувачів
Електронний каталог	максимальну доброзичливість;
університетської бібліотеки;	Популяризувати нові
надходження	
Вимоги ВАКУ до оформлення	до бібліотеки;
наукових розвідок;	Користуватися персональним
комп'ютером;	

Не менше однієї міжнародної
електронних

мови;

Основні твори класиків
літератури.

світової та зарубіжної літератури.

Користуватися сайтами

бібліотек;

Робити аналіз прочитаної

Ігнорування відмінностей між альтернативними запитаннями і «запитаннями-меню» стає причиною неправильного їх застосування. Дослідник вважає запитання альтернативним, однак можливі варіанти відповідей на нього не заперечують один одного. Таким чином, ставиться «запитання-меню», і респонденти дають не одну, а кілька відповідей. Зібрана інформація не відповідає проблематиці, необхідні дані, як виявляється, не отримані.

Формування закритих запитань. Закриті запитання завжди містять певний вибір можливих відповідей або категорій, що мають бути розроблені дослідником. Іноді це не складно, наприклад, у випадку «так-ні» запитань, або деяких альтернативних: дихотомічних, шкальних тощо. В іншому разі трапляються певні складнощі. Якщо, наприклад, збирається інформація про причину звільнення працівника з певного підприємства і прогнозується застосування закритого запитання, то, враховуючи, що мотиви плинності кадрів досить різноманітні, необхідно скласти їх детальний перелік.

Класифікація можливих відповідей у такому разі має спиратися на загальну схему досліджуваної ситуації; ця схема мусить містити у собі основні елементи і процеси, які слід вирізнити у цій ситуації для того, щоб можна було їх зрозуміти, передбачити її майбутній стан і застосувати щодо них певні рішення.

Вивчаючи мотиви звільнення з роботи, слід розпочати з аналізу структури трудової діяльності, виокремлення її основних елементів, змісту праці, його умов і організації, результатів праці. Подальша класифікація має відповідати виокремленій структурі трудової діяльності.

Класифікація має бути багатоступеневою, такою, що переходить від загальних категорій до окремих, щоб можна було досліджувати матеріал на підґрунті як загальних, так і особливих та одиничних категорій.

Система відповідей на кожному ступені має характеризуватися однаковим ступенем загальності, категорії мають носити вичерпний характер і не перетинатися. У випадку альтернативних запитань додається вимога взаємного заперечення відповідей.

Класифікація мусить якнайчіткіше відображати спосіб розуміння цієї ситуації опитуваним, враховувати факти, які він вважає гідними уваги, категорії, якими він мислить.

Досить часто неможливо тільки умоглядно вирізнути увесь набір можливих відповідей. Розробляючи перелік причин звільнення, дослідник звертається до аналізу спеціальної літератури, проводить бесіди з керівництвом підприємства і працівниками відділу кадрів, проводить спостереження, або вільне інтерв'ю з працівником, який звільняється, або анкетування, де запитання про причини звільнення ставляться відкрито. Особливої уваги слід надавати збігові відповідей із системою порівняння опитуваних. Складений набір категорій, зазвичай, є занадто об'ємним, для опитування відбираються найважливіші для респондента альтернативи. До них слід віднести ті, що отримали найбільший відсоток під час проведення першого пілотажного дослідження. Після формування остаточного набору він ще раз перевіряється у пілотажному дослідженні для додаткової перевірки повноти, взаємного заперечення і розуміння респондентом.

Напівзакрите запитання. Якщо немає упевненості у тому, що респондент може достатньо вільно висловити свою думку, доцільно застосувати напівзакриті запитання. Такий тип запитань забезпечує можливість опитуваному, по-перше, ухилитися від вибору запропонованих науковцем альтернатив, включаючи до списку можливих відповідей альтернативу на зразок «не можу сказати точно», «не задумувався над цим», «не пам'ятаю». По-друге, відповісти на власний розсуд, включно з альтернативою «якщо що-

небудь інше, будь ласка напишіть». Проте досвід засвідчує, що респонденти, зазвичай, обмежуються пропонованими варіантами відповідей, тому напівзакриті запитання у багатьох випадках за своїм евристичним потенціалом рівнозначні закритим запитанням.

Відкриті запитання не передбачають можливих відповідей, а тому відповіді на них повністю записуються інтерв'юером або самим опитуваним.

Зразок відкритого запитання пропонується нижче.

Що для Вас означає «добре жити»?

Добре жити - це найперше (напишіть)

01-----

02-----

03-----

04-----

05-----

Кількість вільного місця або кількість ліній, що пропонуються для запису відповіді на закриті запитання, допомагає респонденту визначитися, наскільки розгорнутою, ґрунтовною має бути відповідь, яку від нього очікують отримати.

Опрацювання відкритих запитань. Перш ніж табулювати і статистично аналізувати відповіді на відкриті запитання, необхідно здійснити їх класифікацію і кодування. Ця процедура полягає у виокремленні певних груп, на які слід рознести отримані відповіді. Вичленування цих категорій відбувається на підґрунті тих же принципів, що і під час набору відповідей для закритого запитання. Однак тут є й істотні відмінності. Якщо у закритому запитанні категорії виокремлюються до опитування, то у закритому – після і на

його підґрунті. Якщо у закритому запитанні ідентифікація відповіді із тією чи іншою групою здійснюється самим респондентом, то у відкритому запитанні це робить спеціально навчений кодувальник.

Під час класифікації отриманих даних обов'язково втрачається певна частина інформації, тому дуже корисно подати у звіті кілька відповідей на відкриті запитання повністю для того, щоб сформувати уявлення у читача щодо їх оригінальної форми. Статистичні таблиці дуже важливі, і їх порівняння залишається одним із основних завдань, але вони містять тільки «узагальнений», певного рівня абстрактний матеріал, що відображає статистичні тенденції. Разом із тим іноді індивідуальне висловлювання щодо проблеми є додатковим смисловим висвітленням, складає необхідний ілюстративний матеріал, розширює уявлення дослідника про конкретний соціальний контекст досліджуваного явища. Привнесення в абстрактні дані «живого» слова респондента, без сумніву, покращить звіт, зробить його зрозумілішим, надасть йому своєрідності.

Вибір форми питання. Відкриті й закриті питання мають свої вади. Обираючи тип запитання, дослідники, зазвичай, керуються критеріями економічності й надійності.

Домінуюча у методичній літературі позиція стверджує, що застосування закритих запитань економічно вигідніше. Якщо мова йде про «так - ні» питання, дихотомічно альтернативних, то з цим, безумовно, слід погодитися. Але щодо шкальних запитань, то таке твердження є як мінімум дискусивним. Що ж до «запитань-меню», то їх застосування закономірно передбачає велику попередню роботу з формування можливого віяла відповідей, а це означає, що твердження про економічну вигоду тут є абсолютно безпідставним. Іноді для того, щоб «закрити» те або те питання, необхідно провести спеціальне дослідження. Ігнорування цієї вимоги засвідчує низький методичний рівень певних соціологічних досліджень.

Твердження щодо особливо високої надійності закритих запитань також є достатньо дискусивним. За наявності добре навчених кодувальників стійкість

інформації, отриманої у відповідь на закриті запитання, достатньо висока. Крім того, досвідчений дослідник не тільки застосує усі заходи для підвищення надійності, але і намагатиметься оцінювати її значення. Важливо зазначити, що проблема порівняння надійності різних типів запитань взагалі знімається.

Основним критерієм застосування у дослідженні того або того запитання залишається достовірність. Прогнозоване у випадку закритих запитань віяло відповідей є сукупністю категорій, які, безвідносно до наших бажань, структурують свідомість респондента у сприйнятті ним запитання і спрямовують його асоціації у певне русло. Аналізуючи цей процес, необхідно виокремлювати дві основні складові ланки: систему категорій респондента і систему категорій йому пропонуваних. Якщо у респондента з проблеми, яка цікавить соціолога, відсутня стійка, чітка і свідомо система категорій, необхідно структурувати його свідомість.

У тому випадку, коли опитувана група людей володіє стійкою системою категорій, застосування тієї або тієї форми запитання визначається тим, чи знає про неї дослідник. Якщо у дослідника немає жодної інформації щодо системи категорій опитуваних, потрібно застосовувати відкрите запитання. Якщо немає твердої впевненості у тому, що для відображення власної думки опитуваному досить наведеного списку можливих відповідей, доцільно застосувати напівзакрите запитання. Необхідно відзначити, що виявлення системи категорій опитуваного здійснюється у межах попереднього (пілотажного) дослідження.

Аналіз відкритих і закритих запитань щодо віку не дає жодних підстав віддавати перевагу закритим запитанням перед відкритими. Відкритий варіант (особливо, коли йдеться про вік) не гірший закритого ні за критерієм надійності, ні за економічністю. Що ж стосується порівнюваності, то закрите запитання тут, очевидно, програє. У зв'язку з цим одні дослідники застосовують групування, здійснені органами державної статистики, інші чітко дотримуються п'ятирічних інтервалів, що не збігаються з інтервалами, пропонуваними державною статистикою, треті формують власні нерівні інтервали. Унаслідок цього неможливо порівняти отримувані дані. Цього

можна уникнути, застосувавши відкрите запитання: «У якому році Ви народилися?» (або «Скільки Вам років?»), на підґрунті якого можна сформувавши будь-яке угруповання і порівняти отримані результати із даними будь-якого іншого дослідження.

Очевидно, що контактні та функціонально-психологічні запитання досить часто потребують відкритої форми. Вимога закритості до тих запитань, через які не здійснюється отримання змістовної інформації, є зайвою. *Запитання - фільтри мають бути закритими завжди.*

Описані вище рекомендації не стосуються простих випадків закритих змістовних і контрольних запитань.

Правильно сформований зміст запитань - визначальний фактор успіху анкетного опитування. За своїм змістом запитання розрізняються на 1) запитання про факти; 2) запитання про знання; 3) запитання про оцінки, установки, мотиви поведінки.

Запитання про факти можуть бути такими: «У Вас є годинник?», «Ви ходили вчора до театру?» Відповіді на них не є складними, а тому ними часто розпочинають опитування. Робиться це для втягування респондента у бесіду або для відпочинку серед запитань щодо думок та мотивів. Інформація, отримана за їх допомогою, характеризується найбільшою надійністю у порівнянні з іншими змістовними запитаннями, тому вони часто виконують додаткову функцію – контроль якості. До них також відносяться демографічні запитання: вік, стать, професія, склад сім'ї, соціальне становище тощо.

Ставлячи запитання про події з минулого, слід пам'ятати про можливі помилки пам'яті. У такому випадку потрібно допомогти респонденту відтворити в пам'яті потрібну інформацію. Це можна зробити шляхом відновлення загального контексту ситуації, у межах якої відбувалася подія, що цікавить дослідника. Зрозуміло, що зробити це найлегше за допомогою інтерв'ю. Однак, використовуючи як інтерв'ю, так і анкету, дослідникові потрібно попередньо виявити у пілотажному дослідженні ті питання, щодо яких у респондента з'являються складнощі зі спогадами. На підґрунті таких

даних для певної групи людей або для усіх опитуваних ці запитання розчленовуються на окремі елементи для відтворення ситуації минулого.

З'ясовуючи, що пам'ятає респондент, не варто запитувати: «Чи знаєте Ви...?» Річ у тім, що респонденту легше відповісти «знаю», ніж зізнатися у незнанні. Замість одного загального запитання тут буде доцільніше поставити кілька запитань щодо окремих аспектів проблеми. Так, наприклад, у дослідженні «Бібліотечний працівник університету сьогодні і завтра» студентам, які обслуговуються університетською бібліотекою, ставилося не тільки запитання: «Чи знаєте Ви свого бібліотечного працівника?», але і два додаткових: Чи не згадаєте Ви, як його звати? (Напишіть прізвище, ім'я та по батькові)

Ця людина давно працює в університетській бібліотеці?

Перший рік	1
Більше року (до двох років)	2
Більше двох років (до трьох років)	3
Більше трьох років	4
Інша відповідь	5

Отримання інформації про думки, установки і мотиви є набагато складнішим, ніж дослідження фактів і знань.

Людина або знаходиться у шлюбі, або не знаходиться у ньому, або має ноутбук, або не має, або є громадським активістом, або не є таким. Дослідник мусить доступно пояснити, яка інформація йому потрібна від опитуваного, і постаратися, щоб респондент правильно його зрозумів. Тут може трапитися і така ситуація, що респондент не бажає давати правильної відповіді, але він її принаймні знає.

Думки, установки і мотиви можуть бути чіткими і добре оформленими або розмитими, нечіткими. Вони можуть бути усвідомленими або не усвідомлюватися респондентом. Перше, що спадає на думку, що лежить на поверхні свідомості, не обов'язково має бути істинним. Для отримання достовірної інформації має відбуватися певний процес усвідомлення

паралельно з певним ступенем самоаналізу, концептуалізацією ідей, узагальненням окремих фактів тощо.

Першою проблемою під час з'ясування думки опитуваного є встановлення відповідності змісту запитання рівневі інформованості респондента. Якщо опитуваний не має потрібної кількості інформації або жодного разу не стикався з явищем, щодо якого з'ясовується його думка, то такому респонденту взагалі не варто ставити змістовне запитання. Для відсіювання не інформованих респондентів можна використовувати запитання-фільтри. Але і тут дослідникові потрібно попередньо з'ясувати, наскільки добре досліджувана сукупність людей знає явище, що його вивчає науковець, тому що до кола опитуваних може потрапити велика кількість некомпетентних.

Думка людини з будь-якого запитання може бути багатогранною. Наприклад, запитання щодо рівня задоволеності працею носить соціальний, економічний, психологічний та інші аспекти. Робота може подобатися з позицій престижу і не подобатися через рівень зарплати, можуть мати місце прекрасні стосунки у колективі і неприйнятні санітарні умови праці тощо. Тому запитання про ставлення до праці досить часто вимагає від респондента високого ступеня усвідомлення, самоаналізу і узагальнення. У показаному нижче закритому запитанні:

Чи задоволені Ви місцем своєї праці?	
Місцем роботи дуже задоволений	1
Швидше задоволений, ніж не задоволений	2
Місце роботи мені байдуже	3
Швидше не задоволений, ніж задоволений	4
Місцем роботи дуже задоволений	5
Важко сказати щось конкретне	6

– соціолог фактично переклав свою працю на опитуваного. Респондент не завжди здатний виконати такий великий об'єм розумової праці, тому достовірність отриманої науковцем інформації тут буде досить сумнівною. У

такій багатоаспектній проблемі слід виокремити основні елементи і з'ясувати ставлення опитуваного до кожного з них.

Нарешті, важливо також відзначити, що відповіді на запитання про оцінки, мотиви, установки чутливіші, ніж відповіді на попередні групи запитань.

Формулювання запитання – інтелектуально складна і відповідальна праця. Цей етап розробки питальника потребує особливої уваги, тому що від нього багато в чому залежить достовірність отримуваної інформації. Неправильне формулювання може спричинити значні деформації результатів.

Запитання і відповіді на них мусять бути сформульовані таким чином, щоб опитуваний 1) правильно розумів їх, 2) обрав адекватну відповідь, 3) зміг правильно відобразити обрану відповідь словами.

Для того щоб респондент правильно зрозумів запитання, його потрібно формулювати з урахуванням мови і системи категорій опитуваного. Тут не рекомендується застосовувати складні й незрозумілі формулювання, усі слова мають бути доступними навіть для найменш освічених людей. Недоцільно також використовувати спеціальні терміни, а якщо вони використовуються, то їх значення певним чином потрібно пояснювати опитуваному.

Запитання може бути не зрозумілим респондентові, тому що воно не збігається з його системою категорій. Одне і те ж слово може по-різному розумітися різними людьми. Наприклад, для одних «часто відвідувати фітнес-клуб» означає бувати там щодня, а для інших один раз на тиждень. Саме тому, по-перше, не слід застосовувати невизначених слів, таких, як «деякі», «досить часто», «досить рідко», «багато», «мало» тощо. По-друге, через пілотажне дослідження потрібно перевірити відповідність формулювання запитань в анкеті системі категорій респондентів.

Після того, як опитуваний зрозумів питання, згадав необхідні для відповіді події, він обирає відповіді на запитання. Основними факторами, які визначають цей вибір, є соціально-психологічні характеристики опитуваного: норми поведінки, ціннісні орієнтації, установки. Організатору емпіричного

дослідження потрібно докласти максимум зусиль, щоб ці фактори не спричинили неадекватних відповідей.

У кожній мові існують емоційно забарвлені слова, пов'язані із загальноприйнятими нормами, ціннісними орієнтаціями, установками. Застосування їх визначає відповідь, у деяких випадках відмінну від достовірної, тому у формулюванні запитань слід звертати увагу, чи не несе у собі запитання надмірного емоційного навантаження, чи не оперує стереотипами, чи не включає імен що є престижними, чи не містить схвальних відгуків, спрямованих на ту чи іншу особу?

Запитання не мають містити у собі проявів ціннісних орієнтацій, уподобань, переконань дослідника, бо можуть справити значний вплив на відповіді респондента, зміщуючи їх до позицій дослідника. Нижче показано приклад такого оформлення запитань.

Для визначення важливості окремих мотивів ставлення до праці пропонувалося напівзакрите запитання, яке містило 16 варіантів відповідей. Необхідно зазначити, що до кожного з позитивних варіантів відповідей пропонувався симетричний негативний варіант. Запитання і варіанти відповідей були такими:

Відзначте, будь ласка, що Вам подобається і що не подобається у Вашій роботі? (Можна відзначити кілька пунктів у лівій і правій колонках).

Що Вам подобається у Вашій роботі?	Що Вам не подобається у Вашій роботі?
1. Різноманіття завдань	1. Одноманітна праця
2. Робота потребує креативності	3. Робота не примушує думати

У формулюванні запитання відображено ціннісну орієнтацію дослідника, що одноманітна праця, яка не схиляє до розумової діяльності, не може подобатися робітникові. Однак із психології праці відомо, що одноманітна праця не завжди стає причиною негативного емоційного стану. Індивідуальна особливість деяких людей є такою, що вони можуть тривалий час виконувати

одноманітну роботу із задоволенням, а твердження про те, що праця, яка не вимагає розумових зусиль, не може подобатися людині, є сумнівним.

Якби це було так, то для чого дослідникові формувати гіпотезу про переважання змісту праці у загальній структурі мотивів, що визначають задоволеність роботою? Таке формулювання запитання зміщує відповіді респондентів на користь підтвердження гіпотези дослідника.

Деякі запитання можуть змінити респондента, спричинити у нього незадоволення, негативну реакцію, тому що у них запитують про несхвальну у суспільстві поведінку, або вони торкаються особистісних сторін життя, або відповіді на них можуть зашкодити престижу респондента. Соціологу потрібно пам'ятати, що люди емоційно чутливі і це може стати причиною недостовірних відповідей.

Щоб опитуваний відповідав на подібні запитання без ускладнень, відверто, йому потрібно дати відчутти, що усі його можливі відповіді не осуджуватимуться не тільки дослідником чи інтерв'юером, але і суспільством. Цього можна досягнути приблизно таким вступом до запитань, які можуть знітити: «Різні люди щодо однієї і тієї ж проблеми мають різні оцінки. І це не дивно, адже у кожного з нас власні погляди і переконання». Саме запитання можна сформулювати таким чином: «Одні люди вважають, що...інші дотримуються полярних поглядів. А якою є Ваша точка зору?»

Сама конструкція запитання може схилити опитуваного до певної відповіді. Запитання: «Адже Ви не вважаєте, що...?» так само схиляє до негативної відповіді, як і запитання: «Хіба Ви не хочете ...?» – до позитивної.

Для того, щоб запитання не підказувало відповіді, його потрібно зробити альтернативним. Наприклад, запитання: «Чи задоволені Ви своєю працею?» – передбачає тільки одну з можливих відповідей, мотивує респондента до позитивної відповіді. Для подолання цього ефекту потрібно трансформувати запитання в альтернативне.

У випадку закритих запитань факторами, що визначають вибір відповідей на запитання, крім соціально-психологічних характеристик є деякі психологічні особливості сприйняття.

Із пропонованих варіантів людина найкраще фіксує першу і останню у списку відповідь (із переважанням першого), зазвичай, позитивну. Крім того, порівняльна кількість слів в альтернативі є ознакою, яка у першу чергу їх диференціює. Тому реакція респондента залежить як від наявності позитивної альтернативи у переліку можливих відповідей, так і від їх послідовності та порівняльної кількості слів у кожному з альтернативних варіантів.

Практика проведення емпіричних соціологічних досліджень доводить, що опитувані найчастіше обирають відповіді, які знаходяться на початку пропонованого переліку. Зміна послідовності альтернатив спричинила зміну результатів на 15%.

Припустимо, що у вивченні ставлення до праці пропонуються такі альтернативи: праця є першою життєвою необхідністю; кожна людина мусить працювати, щоб забезпечити свою сім'ю і т. д. Із кожним пунктом їх важливість зменшується. Тут можна апіорі стверджувати, що найбільший відсоток відповідей припаде на першу альтернативу.

Альтернативи мають бути перемішані таким чином, щоб вони не були подані ні в логічній послідовності, ні в порядку їх значущості. Ідеальним вважається розташування альтернатив у випадковому порядку. Якщо існують всього дві альтернативи – негативна і позитивна, то вибір відповіді може залежати від того, якою названа позитивна категорія. Для того, щоб зняти вплив послідовності альтернатив, у половині тиражу анкет на перше місце ставлять позитивну альтернативу, а на друге – негативну. Половину респондентів слід опитати в одній послідовності, а половину – у зворотній.

На вибір відповіді може чинити певний вплив і кількість слів у альтернативних відповідях, щоб цього уникнути, необхідно зрівняти альтернативи за кількістю слів у кожній із них. Якщо складно підібрати категорії відповідей із приблизно однаковою кількістю слів, їх можна

урівноважити графічно, продовжити кожен альтернативу певною кількістю крапок.

Нижче наводиться зразок такого вирішення цієї проблеми:

Задоволений.....	1
Не зовсім задоволений.....	2
Незадоволений.....	3

У закритих запитаннях також постає проблема адекватності вираження у словах запропонованого варіанта відповіді і змісту відповіді респондента. Для цього необхідно, щоб набір альтернатив, по-перше, був виражений у системі категорій респондента, по-друге, був вичерпним. Якщо дослідник твердо не переконаний у тому, що для вираження думки опитуваному досить запропонованого списку можливих відповідей, то доцільно застосувати напівзакрите запитання.

Важливою характеристикою анкети є послідовність запитань. Вона визначається фазами, етапами опитування. Питальник починається з контактних запитань, за ними, чергуючись, змістовні та запитання-фільтри, контактні, контрольні і функціонально-психологічні, що знімають напругу. Контактними запитаннями і закінчується опитування. Начебто усе зрозуміло, однак, крім сказаного попередньо, важливо дотримуватися послідовності змістовних запитань. Вони не обов'язково повинні розташовуватися у певній логічній послідовності. У деяких випадках логічно-послідовне розташування запитань може формувати у респондента певну установку, що деформує його справжню думку. У зв'язку з цим, коли виникає побоювання, що логічно правильно поєднані між собою запитання з однієї теми можуть уплинути одне на одного, раціональніше буде розташувати їх у різних місцях опитувальника. Наприклад, респондента запитують про зміст його праці, а потім іде запитання про те, скільки йому років. Питання про вік тут є демографічним, крім того, воно відволікає увагу від даної теми.

Проблему логічної послідовності запитань однієї теми необхідно відрізнити від проблеми послідовної побудови кожного окремого запитання.

Дж. Геллап розробив техніку поетапного розгортання запитання, що складається з п'яти запитань. Перше – це фільтр, призначений для того, щоб з'ясувати, ступінь знань опитуваного з проблеми, яка досліджується, чи розмірковував він над нею. Друге спрямовується на зясування того, як опитуваний у цілому ставиться до досліджуваної проблеми (відкрите запитання). Третє призначене для отримання відповідей щодо конкретних аспектів проблеми (закрите запитання). Четверте допомагає виявити причини поглядів опитуваного і застосовується у напівзакритій формі. П'яте запитання спрямовується на встановлення потенціалу цих поглядів, їх інтенсивності і застосовується у закритій формі.

Тут також є певна логіка, але вона інша. За поетапного розгортання запитання фактичний інтерес складає тільки одне запитання, одна інформація.

Розробку інструментарію, збирання інформації дослідник здійснює на підґрунті уявлення про поведінку опитуваного під час відповіді на запитання. Його мета – розробка такого інструмента, вплив якого на респондента забезпечив би отримання достовірної інформації. Ця обставина і визначає вимоги до інструментарію.

Частина цих вимог досить конкретна і не потребує подальшого уточнення. До них слід віднести забезпечення анонімності дослідження, виокремлення основних етапів опитування, рівновага альтернатив тощо.

Інші вимоги потрібно уточнювати для кожної досліджуваної сукупності. До них належать:

- 1) створення мотивації в опитуваних під час ознайомлення зі зверненням;
- 2) підтримка цієї мотивації за допомогою контактних запитань протягом усього дослідження;
- 3) відповідність змісту запитань ступеневі інформованості опитуваних;
- 4) відповідність формулювання запитань і відповідей на них системі категорій опитуваного;
- 5) відсутність емоційно навантажених слів у формулюваннях запитань і відповідей на них;

б) відсутність впливу послідовності запитань на опитуваних.

Ці рекомендації потребують подальшого уточнення, залежно від досліджуваної сукупності. Для дотримання їх дослідникові потрібно знати деякі характеристики майбутнього контингенту опитуваних. До таких вимірів слід віднести: життєві потреби, інтереси опитуваних, систему їх категорій, ступінь їх інформованості, можливі впливи формулювань і послідовності запитань, формування установки.

Названі характеристики різні для різних людей. Це не означає, звичайно, що для кожної окремої людини потрібно розробляти індивідуальний питальник.

Перед тим, як почати розробку інструментарію, дослідникові потрібно розділити усіх відібраних для опитування людей на групи, досить однорідні за значущими для дослідження вимірами. Щоб отримати якісну інформацію, для кожної з цих груп потрібно розробляти особливий питальник.

Для здійснення рекомендованого розшарування дослідникові потрібні певні об'єктивні критерії для виокремлення таких груп. Цими критеріями серед іншого можуть бути деякі соціально-демографічні ознаки, що встановлюються на підґрунті досвіду дослідника, знайомства з досліджуваною сукупністю у пілотажному дослідженні. Як можливі критерії, які пов'язані з усіма вирізненими характеристиками, можуть бути місце проживання (місто, село), соціальне становище і освіта.

Недоцільно вирізняти, вираховувати занадто велику кількість класів, доцільно обмежуватися трьома-чотирма. Перевіряючи інструментарій у пілотажному дослідженні, таке розшарування завжди можна доповнити, якщо необхідність у такому доповненні з'явиться.

За характером взаємодії інтерв'юера та респондента можна вирізнити два основні види опитування: *акцентоване* та *інтерв'ю*, кожен із яких зустрічається у чисельних різновидах. Наприклад, за критерієм місця проведення розрізняються опитування *за місцем проживання* та *за місцем роботи*.

Місце проведення опитування багато у чому визначає психологічну ситуацію отримання інформації, а отже, і її надійність. Вибір місця опитування

визначається метою і предметом дослідження. Опитування за місцем роботи, тобто у службовому приміщенні, є найоптимальнішим, якщо досліджуються виробничі колективи, а предмет дослідження пов'язаний із виробництвом або навчанням.

Зрозуміло, якщо, наприклад, опитування студентів відбувається у звичних для них умовах, там, де вони, зазвичай, знаходяться на заняттях, то всі обставини, пов'язані з предметом опитування, у їх свідомості мають вищий ступінь актуалізованості. Водночас у цих умовах особливо важливо усунути вплив сторонніх осіб, тому що присутність товаришів або викладачів може мати значний вплив як на зміст відповідей респондентів, так і на саме ставлення до опитування.

Із цим видом опитування межує опитування тимчасових цільових аудиторій, наприклад, коли цікавляться думкою відвідувачів картинної галереї щодо рівня обслуговування чи користувачів закладів побутового обслуговування щодо організації і якості послуг, які їм надаються. Тут використовується та ж передумова – збіг предмету опитування з ситуацією актуалізованої цікавості респондента до кола досліджуваних проблем.

Опитування за місцем проживання буде непомітним, коли досліджуються думки не тільки працюючого але і не працюючого населення або коли предмет опитування вимагає послаблення впливу офіційного службового становища, пов'язаного з виробничими або освітніми відносинами. Такий вид опитування буде необхідним, наприклад, якщо вивчається організація національно-патріотичного виховання у місті або районі за місцем проживання, організація охорони здоров'я, культурного і побутового обслуговування тощо.

Як переконує досвід досліджень, у звичайній домашній ситуації респондент може, по-перше, раціональніше використати свій вільний час. По-друге, він відвертіше відповідає на «гострі» запитання, що вимагають від нього повідомлення критичної інформації щодо негативних фактів і явищ. По-третє, саме опитування набуває неофіційного характеру тощо. Однак опитування за місцем проживання має і свої вади. Зокрема ускладнюється пошук

респондентів. Інтерв'юєру доводиться стикатися зі зміною адреси, відсутністю респондента на момент приходу інтерв'юєра або анкетера, а це вимагає багаторазових відвідин респондента чи взагалі його заміни. В опитуванні за місцем проживання буває складно чи взагалі неможливо усунути вплив на респондента сторонніх осіб. А присутність членів сім'ї під час бесіди інтерв'юєра з респондентом може мати значний вплив на достовірність його відповідей. Крім цього, саме наявність вільного часу та розкутість ситуації схиляють опитуваного до відвертання уваги від основної теми, балаканини, яка не стосується досліджуваної проблеми, тому вимоги до рівня професійності інтерв'юєра тут різко зростають.

За способом спілкування дослідника і опитуваного анкетування поділяється на *пресове*, *поштове* і *роздаткове*, а інтерв'ю – на *особисте* та телефонне.

Пресова анкета публікується на шпальтах періодичних друкованих видань із закликом до читача дати письмову відповідь і переслати її поштою на адресу редакції. Коли застосовується поштова анкета, то відповідна кількість питальників розсилається певній групі осіб із проханням дати відповіді і повернути поштою питальник за вказаною адресою. І пресова, і поштова анкети, зазвичай, мають низький відсоток повернення, а це вимагає додаткових зусиль щодо забезпечення репрезентативності зібраних даних.

Застосування роздаткової анкети полягає у розповсюдженні її дослідником серед групи людей, що компактно розташовані в одному місці, із проханням невідкладно заповнити і безпосередньо йому повернути заповнений опитувальник (анкету). Анкети роздаються на робочих місцях або за місцем проживання, про умови і час проведення анкетування спеціально домовляються.

У сучасних дослідженнях особливо широкого застосування набуло групове (або аудиторне) анкетування, яке, зазвичай, проводиться за місцем навчання чи роботи. Цей різновид опитування має деякі організаційні переваги.

Він вважається оперативнішим і простішим, забезпечує можливість невеликою кількістю анкетерів за короткий час опитати відносно велику кількість людей.

Один анкетер працює з групою, що нараховує 10-12 осіб. У такий спосіб забезпечується повне повернення анкет, респонденти мають можливість отримати додаткову індивідуальну консультацію щодо техніки заповнення анкети. Анкетер, збираючи роздані питальники, може проконтролювати якість їх заповнення і разом із респондентом виправити допущені помилки.

Телефонне інтерв'ю можна застосовувати для опитування населення із широкого кола питань. Наприклад, для вивчення ефективності Інтернету, телебачення, радіо, преси у формуванні масової свідомості населення країни. Цей метод опитування забезпечує можливість отримання найактуальнішої інформації з відповідної аудиторії. Зразком можуть бути такі запитання: «Чи увімкнутий зараз Ваш комп'ютер (ноутбук)?», «Якими Інтернет сайтами Ви найчастіше користуєтеся?», «Хто з членів Вашої сім'ї найчастіше «зависає» у всесвітній павутині?» тощо.

Телефонне інтерв'ю, зазвичай, триває кілька хвилин. У сучасних умовах поширенню телефонних інтерв'ю сприяє майже повна телефонізація населення. Буденним явищем стала наявність у людей 2-3 телефонів із картками різних операторів. До переваг телефонних інтерв'ю слід віднести також особливо високу оперативність та доступ до інформації щодо суспільної свідомості у певних регіонах.

Анкетування, як і інтерв'ю, характеризують певні особливості. Одні є перевагами, а інші – вадами. Анкетування не можна вважати універсальним видом опитування. У деяких випадках за допомогою анкети збирається основна інформація, іноді воно виконує функцію додаткового методу.

Анкета цілком виправдано вважається одним із найоперативніших інструментів опитування. Якщо дослідження проводиться серед групи людей, зібраних в одному місці на 2-3 дні (наукова конференція, з'їзд певної політичної партії тощо), можна швидко зібрати потрібну інформацію. Термін повернення відповідей на пресову анкету можна встановити у два тижні, а

потім негайно розпочати опрацювання відповідей. Темпи збирання матеріалів зменшуються, якщо питальники розсилаються поштою, бо потрібно кілька разів закликати повернути заповнені питальники.

Теоретично анкету можна замінити на інтерв'ю, якщо є достатня кількість кваліфікованих інтерв'юерів, але для дослідження за місцем проживання спільноти, що нараховує одну тисячу осіб, протягом двох днів потрібно буде не менше двохсот інтерв'юерів. Тільки застосовуючи пошту, пресову або роздаткову анкети, один дослідник із мінімальними економічними витратами та організаційними затримками зможе зібрати первинні дані за порівняно короткий час.

Анкета у порівнянні з інтерв'ю – дешевший вид опитування, якщо до калькуляції віднести тільки процес збирання первинного емпіричного матеріалу, рахуючи одиничну вартість опитування кожного респондента. Змістовні і технічні дії (друк, технічна обробка результатів тощо) є такими ж, як і під час розробки питальника інтерв'ю.

Із позицій достовірності важко віддати перевагу будь-якому виду опитування. Узагалі вважається, що анкета забезпечує повну анонімність, дозволяє краще досліджувати теми, що мають велику особисту значущість: моральні проблеми, оцінку керівників тощо.

В іншій площині, якщо трапилися помилки під час розробки питальника, наприклад, коли мають місце складнощі зі згадуванням подій далекої минувшини, інтерв'юер, проводячи «розвідку», отримує достовірнішу інформацію.

Анкета – це такий вид опитування, над яким дослідник утрачає контроль у момент розсилання або роздавання питальника, із цієї ж причини анкета із помилками мотивації не відповідає вимозі об'єктивності. Респонденти, що мають однакові особистісні характеристики, які цікавлять дослідника, можуть на підґрунті відповідей на одне і те ж запитання бути віднесені до різних груп.

Помилки у структурованості також зменшують обґрунтованість анкети. Застосування відкритих запитань під час опитування погано підготовлених

респондентів порушує вимогу релевантності, тому що у такому випадку характер і зміст відповідей респондентів значним чином визначаються, крім тих факторів, що їх передбачено виявити, ще й комунікативними вміннями респондентів.

Двозначність закритих запитань, їх логічна невідповідність із основним запитанням спричиняють, як і у разі помилок інтерпретації, порушення вимог об'єктивності і диференціюючої здатності. Аналогічним зменшенням обґрунтованості анкети є і неповнота набору альтернатив у закритому запитанні. Адже тоді респондент не має можливості вибрати найадекватнішу, з його точки зору, відповідь, змушений обирати іншу, цим самим не дотримується вимога релевантності та об'єктивності.

Інтерв'ю. У процесі застосування методу інтерв'ю контакт між дослідником і респондентом опосередковується, крім анкети, ще однією ланкою – інтерв'юером, який ставить запитання, розроблені дослідником, організовує і спрямовує всю ситуацію бесіди з кожною людиною і фіксує отримані відповіді згідно інструкції. Запровадження цієї додаткової ланки у ситуацію опитування додає методу цілий ряд особливостей, які, залежно від конкретних умов, можуть стати як перевагами, так і вадами.

Так з'являються додаткові затрати часу і коштів, пов'язані з підбиранням і навчанням інтерв'юерів, а також із контролем якості їх роботи. Ці додаткові затрати компенсуються якістю отриманої інформації. Добре підготовлений інтерв'юер не допустить можливих випадків неадекватної заміни респондентів, а за певних форм анкетування (поштової і роздаткової анкети) такі заміни не завжди можна контролювати. Мова тут іде про те, що респонденти не завжди мають достатньо часу для заповнення анкет, або не вважають себе компетентними у предметі обслідування, або просто не бажають відповідати на запитання, передають анкету для заповнення іншими людьми. Таким чином, відбувається деформація вибіркової сукупності і, отже, отриманих даних.

Інтерв'юер може чітко і однозначно усунути вплив третіх осіб на відповіді респондентів, це особливо важливо у дослідженні переконань.

Посередництво інтерв'юера між анкетною і респондентом забезпечує максимальну пристосованість питань анкети до освітніх, інтелектуальних тощо можливостей того, хто відповідає. Це означає, що у випадку нерозуміння опитуваними окремих слів чи смислу запитань, техніки заповнення анкети, складнощів розуміння подій інтерв'юер може тактовно прийти на допомогу, поставити додаткові запитання, пояснити незрозумілі слова і формулювання, щоб потім отримати точнішу і достовірнішу інформацію.

За ступенем формалізації поведінку інтерв'юера і респондента розрізняє кілька видів інтерв'ю від формалізованого до вільного, тобто мінімально стандартизованого інтерв'ю, яке наближається до анкетування і присутності анкетера. Кожен із цих видів застосовується для вирішення певного класу дослідницьких завдань.

Вільне (або клінічне) інтерв'ю проводиться без попередньо підготовленого опитувальника або розробленого плану бесіди. Визначається тільки тема інтерв'ю, вона і пропонується респонденту для обговорення. Спрямованість бесіди, її логічна структура, послідовність запитань, їх формулювання – усе залежить від індивідуальних особливостей опитуваного і інтерв'юера, від конкретної ситуації інтерв'ю. Цей вид інтерв'ю застосовується у тому разі, коли дослідникові важко отримати найповнішу інформацію від опитуваного щодо його уявлень про предмет опитування, коли вплив думок і початкових уявлень дослідника потрібно мінімізувати. Вільне інтерв'ю незамінне на підготовчому етапі дослідження, коли дослідник уточнює зміст проблеми і предмет дослідження, її конкретні зв'язки з досліджуваною реальністю. На цьому етапі дослідницька робота має пошуковий характер, соціолог збирає інформацію, що стане підґрунтям його дослідницької програми. На цьому етапі він, зазвичай, звертається до опитування експертів. Вільне інтерв'ю є найдоцільнішим способом спілкування з цією групою респондентів для конкретизації і уточнення мети і завдань майбутнього дослідження.

На відміну від результатів масових опитувань, інформація, отримана у цьому разі, не потребує уніфікації для статистичного опрацювання. Вона цінна саме своєю детальністю, унікальністю отриманих відповідей, широтою асоціацій, повнотою описування взаємозв'язків у структурі предмета дослідження. Особливу цінність має аналіз специфіки досліджуваної проблеми у зв'язку з конкретними умовами, щодо яких експерт проінформований особливо глибоко у зв'язку з його повсякденною професійною діяльністю. Відповіді респондентів, отримані у вільному інтерв'ю, занотовуються максимально детально і точно (наприклад, за допомогою диктофону чи стенограми). Статистичні методи аналізу мало придатні для узагальнення отриманих відповідей, тут адекватнішими є традиційні методи змістовного аналізу текстів або методика контент-аналізу.

Вільне інтерв'ю може бути застосоване і перед початком використання анкети у пошуковому дослідженні. Перш ніж формулювати питання анкети, корисно провести зондаж структури уявлень респондентів щодо досліджуваної проблеми на рівні буденної свідомості різних груп населення, внесених до вибірки. Такі опитування, зазвичай, проводяться серед незначної кількості респондентів і дають соціологові багатий емпіричний матеріал для складання анкети щодо мови опитуваних, особливостей їх ставлення до предмета опитування, про актуальність для них окремих аспектів проблеми.

У вільному інтерв'ю взаємини інтерв'юера і респондента не обмежуються детально розробленою інструкцією. Функції інтерв'юера наближаються до дослідницьких, досить часто дослідник і виконує функцію інтерв'юера. Зрозуміло, що від майстерності інтерв'юера значним чином залежить змістовна і цільова придатність отримуваної інформації.

Інтерв'юер є ініціатором бесіди, він організовує і спрямовує її водночас, на нього покладається відповідальність за створення умов для вільного виявлення переконань опитуваного, створення у нього впевненості у цінності та значущості очікуваних відповідей.

Глибинне інтерв'ю передбачає обговорення не тільки загальної теми, але й спеціально продуманого кола запитань, що визначають структуру, зміст цієї теми у тому стані, як вона уявляється дослідникам на момент опитування. Послідовність запитань та їх формулювання не закріплюються в однотипній формі. Із кожним новим респондентом ці характеристики можуть змінюватися, включно з новими запитаннями, а також аспектами проблеми, що пов'язані з роздумуваннями опитуваного. Мета і ситуації застосування цього виду інтерв'ю збігаються з характеристиками вільного інтерв'ю. Глибинне інтерв'ю можна проводити на пошуковому, підготовчому етапі дослідження.

У процесі аналізу результатів опитування зміст відповідей структурується у першу чергу у зв'язку з переліком питань, що обговорюються. Крім того, виявляються додаткові аспекти досліджуваної проблеми.

Фокусоване (спрямоване) інтерв'ю має своєю метою збирання даних щодо конкретної ситуації, явища, його наслідків або причин. Респонденти у цьому виді інтерв'ю попередньо знайомляться з предметом обговорення: читають книгу або статтю, переглядають кінофільм, беруть участь у семінарському занятті з конкретної теми, якій присвячене інтерв'ю, тощо. Фокусоване інтерв'ю вимагає від дослідника попередньої підготовки. Він має заздалегідь спланувати ситуацію, у якій братимуть участь респонденти і якій буде присвячене інтерв'ю. Коло запитань, включених до плану інтерв'ю, є обов'язковим для інтерв'юера. Він може міняти їх послідовність і формулювання, але за кожним має отримати інформацію. Таким чином ступінь стандартизації тут підвищується у порівнянні з двома попередніми формами інтерв'ю. Інтерв'юер має тут більшу свободу дій для врахування індивідуальних можливостей опитуваного, але перелік даних, що їх він має отримати, є стандартним за вільної форми, у якій респондент відповідає.

Цей вид інтерв'ю забезпечує можливість під час обробки результатів застосовувати форми статистичного аналізу, тому що відповіді «сфокусовані» навколо одних і тих самих запитань, а тому є придатними для уніфікації і можуть класифікуватися у зв'язку із завданнями дослідника (наприклад, за

характером оцінок, за ступенем деталізованості, за змістом висловлених суджень).

Фокусоване інтерв'ю можна застосовувати у процесі вивчення переконань первинних колективів, у випадку опитування експертів. Таке інтерв'ю може бути груповим, тоді воно стає подібним до використовуваної журналістами форми обговорення проблем «за круглим столом» з тією відмінністю, що ведучий – інтерв'юер – має цілеспрямовано забезпечувати виступи всіх учасників за всіма передбачуваними питаннями.

Інтерв'ю з відкритими запитаннями є, по суті, черговим ступенем стандартизації поведінки інтерв'юера та респондента. Дослідник розробляє детальний план інтерв'ю, що передбачає обов'язкову послідовність запитань і їх формулювань. Якщо у вільному глибинному інтерв'ю інтерв'юер є своєрідною «довіреною особою» дослідника, тобто може самостійно інтерпретувати мету і завдання опитування у різних формулюваннях, варіюючи їх кількість і послідовність на власний розсуд із урахуванням ситуації бесіди, то у даній формі опитування інтерв'юер є виконавцем детально розробленого задуму соціолога. Він спрямовує хід і зміст бесіди з опитуваним, але його завдання зводяться не до формулювання запитань, а тільки до їх відтворення без будь-яких відхилень. Респондент дає відповіді у вільній формі, а завданням інтерв'юера є їх чітка фіксація. Спосіб реєстрації відповідей також передбачений інструкцією, найчастіше, це дослівний запис відповідей (наприклад, за допомогою диктофона чи стенографування). Іноді інтерв'юер кодує отримані відповіді безпосередньо у ситуації опитування. За таких обставин у плані інтерв'ю після кожного питання наводиться схема класифікації відповідей, у якій інтерв'юер зазначає потрібні позиції. Наприклад, після запитання: «Які газети Ви отримуєте за підпискою?» - в анкеті пропонується перелік газет, що цікавлять дослідника, і передбачена позиція «інші газети».

Інтерв'ю з відкритими запитаннями рідко застосовується для масових опитувань. Пояснюється це складністю обробки отримуваних даних. Однак цей

вид інтерв'ю широко застосовується у пілотажних дослідженнях для підготовки варіантів відповідей у закритих питаннях. Метою пілотажного інтерв'ю з відкритими питаннями є забезпечення зв'язку лексики розробленої стандартної анкети з рівнем повсякденних буденних уявлень опитуваних щодо предмета опитування.

Формалізоване (стандартизоване) інтерв'ю – найпоширеніший різновид інтерв'ю, близький до анкетування у присутності анкетера. Поведінка інтерв'юера і респондента суворо регламентується детально розробленим питальником та інструкцією щодо його заповнення, призначеною для інтерв'юера. У процесі застосування цього виду опитування інтерв'юер зобов'язаний чітко дотримуватися формулювання запитань та їх послідовності. У плані стандартизованого інтерв'ю, зазвичай, переважають закриті запитання, причому іноді кількість цих варіантів буває досить великою і на слух погано сприймається. У такому разі варіанти відповідей друкуються на окремих картках із обов'язковою вказівкою номера запитання, якого вони стосуються. Формулювання запитання має бути розраховане не на читання, а на ситуацію бесіди. Іншими словами, план інтерв'ю розробляється у розмовному стилі. Наприклад: «На цій картці перераховані різні види можливих занять у вільний час. Скажіть, будь ласка, якими з них Ви, зазвичай, займаєтесь на дозвіллі?» До цього запитання має бути зауваження інтерв'юера: «Дати респонденту картку №...»

Вступна бесіда з респондентом, переходи від одного питання (або блоків запитань) до іншого також розробляються автором анкети і точно відтворюються інтерв'юером у процесі опитування. Якщо у процесі бесіди з'являється необхідність пояснити респонденту незрозуміле слово або смисл запитання, інтерв'юер може зробити це, не допускаючи самовільного трактування, відхилення від смислу початкового формулювання.

Таким чином, у ситуації формалізованого інтерв'ю інтерв'юеру відводиться переважно виконавча роль, а респондент, уважно вислухавши запитання інтерв'юера, має вибрати найближчий для нього варіант відповіді з

попередньо підготовленого набору. Однак і в цій формі опитування роль інтерв'юера, його вплив на якість даних залишаються вельми потужними. Слід відзначити, що цей вплив пов'язаний не з глибиною інформованості інтерв'юера щодо предмета дослідження (це можливе у вільному і глибинному інтерв'ю), а в першу чергу, з його відповідальністю та пунктуальністю.

Таким чином, вплив інтерв'юера на якість результатів опитування проявляється у будь-якому різновиді опитування, він може бути як позитивним, так і негативним. Організатор опитування має так підібрати і підготувати інтерв'юерів, щоб звести до мінімуму можливі прорахунки, пов'язані з їх участю в опитуванні.

Різниця в оцінках предмета опитування, розбіжність у смаках, мові, манерах поведінки, віці, статі, освітньому рівні інтерв'юера та респондента можуть стати джерелом помилок, чинником, що знижує достовірність опитування, якщо інтерв'юер не навчений професійним прийомам подолання цих негативних впливів. У зв'язку з цим слід ураховувати ряд вимог до підбору і навчання інтерв'юерів.

Вік і стать інтерв'юера. Ці два фактори знаходяться у настільки тісному зв'язку, що розглядати їх нарізно нераціонально. Вплив статі й віку того, хто проводить опитування, на його результати виявляється таким чином:

- 1) між чоловіками, зазвичай, частіше налагоджуються неофіційні відносини, ніж між жінками;
- 2) чоловіки-інтерв'юери віддають перевагу роботі з чоловіками, жінки схильні брати інтерв'ю у респондентів обох статей;
- 3) чоловіки-інтерв'юери критичніше ставляться до своїх співрозмовників, ніж жінки;
- 4) різниця у статі інтерв'юера і респондента може стати причиною зніченості опитуваних;
- 5) значна вікова різниця між інтерв'юером (анкетером) і опитуваним негативно позначається на результатах.

Під час опитування на побутово-сімейну тематику кращі результати отримують у тих випадках, коли чоловік опитує чоловіка, а жінка жінку і вони не мають значної різниці у віці. В опитуваннях на виробничу тематику найкраще зарекомендували себе чоловіки-інтерв'юери (анкетери). Важливо відзначити, що інтерв'юери-жінки користуються в цілому більшим довір'ям в усіх груп респондентів.

Зовнішній вигляд інтерв'юера. Цю проблему прекрасно ілюструє народна мудрість: «зустрічають – сюртук, а проводжають – мудрість». У зв'язку з тим, що момент зустрічі у процесі інтерв'ю відіграє надзвичайно важливу роль і впливає на весь хід опитування, зовнішньому виглядові дослідника має бути надана відповідна увага. Одяг добирається відповідно до ситуації опитування і тієї ролі, яку дослідник прогнозує грати. Для офіційної установи краще личитиме класичний стиль одягу, а для домашнього опитування можна дозволити спортивний стиль.

Завжди слід уникати парадності в одязі, тому що вона відволікає опитуваних від змісту питань. Одяг дослідника має вказувати на нього як на представника науково-дослідницької установи і не повинна відвертати, насторожувати або відштовхувати у бесіді з респондентом.

Темп інтерв'ю. Цей фактор тісно пов'язаний із іншими. Залежно від того, що є темою розмови, яка тривалість інтерв'ю, місце і ситуація проведення опитування формується питальник. У ньому і має бути попередньо визначений темп бесіди.

Якщо дослідження торкається серйозних проблем, темп має бути сповільненим, а якщо запитання є такими, що тривале їх обдумування може стати причиною спотворення інформації, слід вести бесіду у швидшому темпі.

Коротке інтерв'ю складається з динамічних запитань, а тривалому інтерв'ю притаманний зовсім інший, спокійний ритм, але у будь-якому разі інтерв'юер має попередньо старанно вивчити план бесіди та чергування запитань. Негативно позначаються на процесі інтерв'ю заминки, спричинені

непідготовленістю інтерв'юера. У плані інтерв'ю слід також передбачити чергування темпів.

Індивідуальні характеристики інтерв'юера. Найпершою з характеристик інтерв'юера є його соціальна активність. Життя людей, причини їх поведінки і установок, соціальні умови, у яких вони формуються і які сформовані ними, – усе це має бути небайдужим інтерв'юеру. Це людина з активною життєвою позицією, національною свідомістю, громадянською відповідальністю. Атрибутивною рисою інтерв'юера має бути високий рівень освіченості та культури який є необхідним для спілкування з представниками різних соціальних страт, віку, освіти, щоб, дотримуючись інструкцій, вислуховувати і адекватно фіксувати відповіді респондентів. Інтерв'юерами успішно працюють люди з освітнім рівнем як бакалавра, так і магістра. Необхідність мати певний життєвий досвід зупиняє залучення до виконання функцій інтерв'юера молоді перших курсів ВНЗ чи тих, хто тільки починає свій трудовий шлях після закінчення навчання у середній школі. Важливими характеристиками інтерв'юера є також чесність, відповідальність, дисциплінованість. Ці особистісні риси є запорукою точного дотримання інструкцій, розроблених професійним соціологом, та забезпечення достовірності інформації, отриманої від респондентів. Названі вище особистісні характеристики інтерв'юера мають нерозривно поєднуватися з комунікабельністю, із його здатністю без особливої напруги і видимої втоми розмовляти з різними людьми у різних умовах 4-5 годин щоденно протягом 7-10 днів.

Така праця вимагає від її виконавця тривалих психологічних навантажень, тому інтерв'юеру потрібно уміти спокійно, без роздратування сприймати відмову від інтерв'ю у тих випадках, коли йому не вдається переконати респондента до співпраці, потрібно бути внутрішньо зібраним і уважним до настрою респондента, щоб дати йому можливість зібратися з думками, обміркувати відповідь.

Очевидно, що успіх інтерв'ю, як процесу спілкування, визначається такими характеристиками інтерв'юера:

- уважність у межах усього процесу інтерв'ю;
- спостережливість (важлива риса для адекватної оцінки атмосфери інтерв'ю);
- терплячість (уміння вислухати респондента не перебиваючи, правильно зрозуміти його думку);
- уміння розмовляти зрозуміло, без поспіху, доводячи до опитуваного повний і дійсний смисл запитання;
- уміння слухати (одна з найважливіших характеристик професійної придатності інтерв'юера);
- уміння мовчати (іноді респонденту потрібно зібратися з думками або просто заспокоїтися; інтерв'юеру не варто поспішати із запитаннями, опитуваному потрібно дати час на роздуми);
- недопустимість таких рис, як жорстокість, зверхність, цинічність (такі особистісні риси інтерв'юера тільки відштовхнуть респондента, змусять замовкнути опитуваного або спровокують його до надання неправдивої інформації).

Взаємне навіювання поглядів інтерв'юером і респондентом. У зв'язку з тим, що інтерв'юер завше виконує активну функцію, його ставлення до предмета опитування безвідносно до його бажання може справляти вплив на оцінку опитуваного. Уникнути навіювання дуже важко. Механізм його дії полягає у тому, що переконання інтерв'юера непомітно для нього самого виявляється в інтонації, жестах, моделях поведінки і таким чином справляє вплив на респондента. Інтерв'юери часто отримують більше таких оцінок, які збігаються з їхніми. У процесі відбору інтерв'юерів необхідно звернути на цю обставину належну увагу.

Не варто залучати до дослідження людей, що мають радикальні позиції в оцінці досліджуваної проблеми. Опитування мають проводити інтерв'юери, які мають різні точки зору. У такому випадку зміщення результатів, спричинене одними інтерв'юерами, нівелюється зміщеннями, спричиненими інтерв'юерами з протилежними поглядами.

У свою чергу поведінка опитуваного може спричинити навіювальний вплив на інтерв'юера. Така небезпека з'являється тоді, коли в інтерв'юера формується стереотип респондента на підґрунті зовнішніх рис, соціального становища або ролі опитуваного під тиском суспільної думки, що пов'язується зі стратою, до якої належить респондент. Формування стереотипів може стати причиною того, що інтерв'юер тільки частково виконає завдання, передбачені планом інтерв'ю, тому що вважатиме опитуваного нездатним відповісти на деякі запитання. Або, почувши відповіді на перші запитання, інтерв'юер може скласти у свідомості модель, за якою, як йому здається, має відповідати респондент на наступні запитання. У такому разі інтерв'юер запише до питальника не дійсні відповіді респондента, а свої уявлення щодо стереотипів відповідей опитуваного, які сформувалися у його свідомості. Подолати навіювання можна шляхом попередньої підготовки інтерв'юера, у процесі якої відбувається його тренування щодо подолання цього психологічного ефекту.

Реєстрація відповідей опитуваних. Процес запису відповідей – це не тільки технічний аспект інтерв'ю. Реєстрація впливає на темп опитування, послаблює увагу дослідника, змінює настрій респондента.

Існує кілька способів запису відповідей. Кожен із них має свої переваги і недоліки. Вибір того чи іншого способу визначається програмою дослідження, видом інтерв'ю, кваліфікацією інтерв'юера і конкретними вимірами ситуації проведення опитування. Запис у процесі інтерв'ю вимагає від інтерв'юера певних навиків, їх можна вважати формою об'єктивації рівня його кваліфікованості.

Сучасний рівень технічних досягнень найоптимальнішим робить застосування диктофонів. Ці пристрої аудіозапису здатні «запам'ятати» кілька десятків гігабайт інформації. Перевага диктофонів над іншими способами фіксації відповідей респондента полягає у тому, що тут зберігається «живий» характер відповіді. Її смисловий зміст доповнюється інтонаційним компонентом.

Дослівний запис може бути здійснений і за допомогою стенографування. Якщо інтерв'юер не є стенографом, у фіксації відповіді він може застосувати загальноприйнятні скорочення, пропуск прийменників, символи, що легко розшифровуються. Усе це після закінчення інтерв'ю має бути негайно розшифроване тому що деталі легко забуваються. Недоліком стенографування є те, що воно не зберігає особливостей поведінки респондента, його інтонації, міміки тощо.

Запис у процесі розмови відвертає увагу співрозмовника, породжує у нього стурбованість. Цього можна частково уникнути, пояснивши респондентові, для чого і яким чином реєструються його відповіді. Записувати можна тоді, коли опитуваний говорить, під час пауз, коли він уже відповів чи обдумує щось. Можливим є варіант розподілу праці між інтерв'юером і спеціалістом, що протоколює бесіду.

Переваги диктофонного запису інтерв'ю є очевидними, але його не можна вважати ідеальним. До недоліків цього виду фіксації інформації можна віднести те, що є певний тип людей, які тушуються перед диктофоном. Це стає перешкодою для створення щиросердної довірливої ситуації між інтерв'юером і респондентом. Що ж до прихованого застосування аудіо запису, то це тягне за собою значні моральні та юридичні проблеми.

Запис із пам'яті – це ще один спосіб реєстрації відповідей після закінчення інтерв'ю. Переваги цього способу порівняно з попередніми полягають у тому, що у процесі інтерв'ю не порушується контакт із респондентом, у нього не з'являється сумніву в анонімності бесіди. Але запис із пам'яті має і серйозні недоліки, бо з'являється небезпека того, що особливий акцент буде зроблено не на дійсних словах респондента, а на тих, які такими здадуться інтерв'юеру. Неістотні, з точки зору інтерв'юера, реакції респондента можуть взагалі зникнути із запису. Крім того, реєстрація з пам'яті спричинює значну втрату інформації. Незважаючи на це, застосування такого способу в певних ситуаціях є доцільним і бажаним. Переваги методу зростають у разі

застосування двох інтерв'юерів: один ставить запитання, а інший запам'ятовує і записує відповіді після інтерв'ю.

Польове кодування – це кодування відповідей у самому процесі інтерв'ю, тобто дослідник відзначає відповідний номер коду можливих варіантів відповідей.

Відбір та підготовка інтерв'юерів. У процесі будь-якого дослідження, коли застосовується інтерв'ю для збирання первинної інформації, постає проблема відбору і підготовки інтерв'юерів, що могли б забезпечити специфічні характеристики того чи іншого конкретного дослідження. Способи відбору інтерв'юерів є досить різноманітними. Наприклад, Британський інститут суспільної думки здійснює підбір інтерв'юерів таким чином: кожному, хто звертається з цього питання, надсилається об'ємна анкета для заповнення, на підґрунті зібраного таким чином матеріалу певна категорія осіб одразу відсівається. Для решти проводиться перевірка: їм пропонується провести п'ять оплачуваних випробувальних інтерв'ю, і той, хто не задовольняє вимог, висунутих до виконавців цієї роботи, також відлучається від подальших випробувань. За винятком спеціальних досліджень, жодної спеціальної підготовки не проводиться. Підґрунтям цієї практики є переконання у тому, що більшість людей можуть стати добрими інтерв'юерами. Британський інститут суспільної думки має штат із 1500 інтерв'юерів, спеціальна підготовка яких не здійснюється.

Британське бюро ринкових досліджень має постійний штат із 25-30 інтерв'юерів, що працюють повний робочий день та виконують свою роботу на всій території країни. Тут приділяється велика увага їх підбору та підготовці.

Способи навчання, що застосовуються для підготовки інтерв'юерів, можуть бути різноманітними. Наприклад, організація «Урядове соціальне дослідження» у Британії навчає своїх інтерв'юерів таким чином: новачка спочатку просять прочитати «Керівництво для інтерв'юерів», а потім за його положеннями влаштовують перевірку. Підручник містить опис дослідницької

роботи, аналіз методів, що застосовуються на усіх стадіях дослідження, а також аналіз того, яким чином інтерв'юер має виконувати свою роботу.

У підручнику викладено стандартні формулювання запитань, що використовуються в інтерв'ю. Після цього інтерв'юери проводять навчальні інтерв'ю один з одним, а також зі своїм викладачем, потім проводять пробні інтерв'ю під наглядом викладача і, нарешті, здійснюють його абсолютно самостійно. Маючи 3-6 місяців практичного стажу, інтерв'юер ще раз проходить випробовування, за результатами якого йому присвоюється певний ранг за п'ятиступеневою кваліфікаційною сіткою. Інтерв'юерів, які отримали найнижчий (п'ятий) розряд звільняють.

Про значення підготовки інтерв'юерів і вплив на результати дослідження можна скласти уявлення за результатами експерименту, проведеного у Британії. У ньому брали участь три групи інтерв'юерів: професіонали з організації «Урядове соціальне дослідження», із Британського інституту суспільної думки і студенти Лондонської економічної школи.

Успішним результатом інтерв'ю вважалось часткове або цілковите заповнення питальника безвідносно до кількості відвідувань. Різниця між результатами, які отримали професійні інтерв'юери і студенти (аматори) була очевидною у всіх трьох вибраних для експерименту районах країни і не залежала ні від предмета опитування (соціальні корені інфекційних хвороб, читацькі уподобання громадян, соціальна зумовленість форм збереження коштів), ні від статі і віку опитуваних. Ці результати у відсотках є такими:

	Урядове соціальне дослідження	Британський інститут суспільної думки	Лондонська економічна школа
Успішні	83,7	81,3	69,5
Відмови	3,8	3,2	13,5
Відсутній контакт	5,0	6,7	5,8
Немає вдома	5,4	7,5	10,1

Істотними є відмінності і на однопроцентному рівні.

Результати ілюструють, яке значення має підбір і підготовка інтерв'юерів для отримання достовірної інформації.

Уся ця складна спеціальна робота з відбору і підготовки інтерв'юерів може відбуватися тільки у тому разі, коли формується постійна «сітка» інтерв'юерів, що є штатними оплачуваними співробітниками соціологічної служби. Якщо інтерв'юерами працюють тимчасово підібрані люди, тоді основними засобами, що знімають можливий негативний «ефект інтерв'юера», стають, по-перше, стандартизація інтерв'ю і чіткі інструкції інтерв'юеру, по-друге, детальний усний інструктаж і навчання інтерв'юерів, по-третє, контроль якості їх роботи.

Усний інструктаж і навчання передбачають знайомство інтерв'юерів із загальними уявленнями про соціологічні дослідження, з метою, конкретними завданнями і особливостями того дослідження, у якому вони братимуть участь, з вимогами до роботи інтерв'юера, з роллю і значенням цієї роботи у вирішенні завдань дослідження, нарешті, аналіз змісту й інструкції анкети і вимог до її заповнення.

Після такого інструктажу корисно провести навчальне інтерв'ю, під час якого майбутні інтерв'юери під наглядом інструктора опитують один одного, практично засвоюючи навички роботи з опитувальним листком. Проводиться також показове навчальне інтерв'ю: уся група слухає диктофонний запис або інтерв'ю когось із присутніх із наступним розглядом помилок та аналізом ситуації опитування. Навчальне інтерв'ю проводиться і безпосередньо із респондентами: інтерв'юер-початківець проводить опитування у присутності інструктора з подальшим аналізом.

Інструкції інтерв'юеру оформлюються або у вигляді окремих брошур, або вносяться до тексту анкети. Обов'язковими є такі елементи змісту цих інструкцій: 1) визначення відносин інтерв'юера з організаторами опитування (де і в якій формі отримується і здається завдання на опитування і документи, тобто посвідчення анкетера, списки респондентів тощо); 2) правила пошуку

респондента і заміни відсутніх запасними кандидатурами; 3) зміст вступної лекції з респондентом і рекомендації щодо налагодження попереднього контакту з ним, отримання його згоди на інтерв'ю (включно з правилами поведінки інтерв'юера у випадку відмови респондента від участі в опитуванні); 4) пояснення техніки заповнення анкети. Безвідносно до наявності інструкції, надрукованої окремо від питальника, для інтерв'юера необхідними є вказівки щодо техніки заповнення безпосередньо у тексті анкети. Це можуть бути стрілки вказівники переходів від запитань-фільтрів до групи запитань, що стосуються певної частини опитуваних. Сюди ж відносяться вказівки щодо техніки заповнення складних запитань-таблиць, нагадування про картки з переліком варіантів відповідей, які інтерв'юер має дати респонденту тощо. Такі вказівки вирізняються графічно або словами: «Увага, інтерв'юер!»

Контроль якості роботи інтерв'юерів. Найпоширенішою формою контролю є повторне відвідування респондентів, включених у вибірку, контролерами-інтерв'юерами, які з'ясовують, чи був інтерв'юер, і з ким саме проводилася бесіда, запитують про зміст і про враження, яке інтерв'юер справив на респондента. Це «інтерв'ю про інтерв'ю» може мати, окрім контрольних, і методичну мету, наприклад з'ясувати ставлення до опитування, розуміння смислу окремих запитань, перевірку отриманих даних на стійкість тощо. Контрольна процедура може здійснюватися у формі поштового опитування, коли стандартні анкети з контрольними запитаннями розсилаються за адресами, включеними у вибірку. За результатами контролю здійснюється заохочення або каральні санкції щодо інтерв'юерів і вибракування ненадійних груп анкет.

5. Емпіричне обґрунтування методики опитування.

У попередніх розділах були викладені різноманітні вимоги до методики опитування, без дотримання яких не може бути забезпечена надійність соціологічної інформації. Однак у кожному дослідженні ці загальні методичні

принципи реалізуються у різних конкретних проявах. Розробляючи питальник (анкету або план інтерв'ю), автор, зазвичай, інтуїтивно враховує увесь складний комплекс методичних вимог. Завершуючи складання анкети, дослідник, залежно від рівня свого досвіду і знань більше або менше упевнений, що питання і загальна конструкція його методичного інструментарію обґрунтовані відносно дослідницьких завдань і враховують соціально-психологічні особливості сукупності людей, яких передбачається опитувати. Ця впевненість може базуватися на знанні спеціальної методичної літератури, на аналізі й облікові методичного досвіду аналогічних досліджень, на попередніх консультаціях із експертами і на нечисленних (до десяти) попередніх опитуваннях знайомих і незнайомих людей.

Однак уся ця підготовча робота не звільняє соціолога від спеціального етапу підготовчої роботи – попереднього (пілотажного) дослідження, метою якого є емпірична апробація підготовленого інструментарію. На відміну від основного змістовного дослідження, пілотажне має свої завдання – перевірити якість методичного інструментарію, з'ясувати відповідність цього інструментарію нормативним вимогам до методики того конкретного різновиду опитування, що використовується дослідником. Визначенню завдань розвідувального дослідження передуює спеціальний етап методичної роботи – логічний аналіз підготовленого питальника. На цьому етапі автор питальника (бажано разом із експертом-методистом) здійснює кілька різновидів критичного аналізу.

Аналіз запитань анкети є однією із заporук успіху дослідження. У першу чергу перевіряється логічна обґрунтованість (релевантність) формулювання кожного питання відносно до змісту розшукуваної інформації, яка має бути отримана за допомогою цього питання. Відправним пунктом такого аналізу має стати список одиниць відшукуваної інформації із вказівкою номерів запитань, які забезпечують її отримання, контроль і перевірку якості. Такий аналіз гарантує дослідникові, по-перше, повноту і достовірність емпіричного описування досліджуваних процесів і явищ і захищає від цілком можливої

ситуації, коли, розпочинаючи аналіз результатів, дослідник виявляє, що за одними вимірами отримані надмірні дані, а за іншими – мінімальні або взагалі не були передбачені.

Такий аналіз є першою підготовкою до етапу обробки й інтерпретації даних, що забезпечує завершальний етап дослідження – повернення від емпіричного описування предмета дослідження до концептуальних теоретичних узагальнень.

По-друге, на цьому етапі перевіряється відповідність формулювання запитань логічним вимогам побудови запитання як відносно самостійної вимірювальної процедури. Контролюючи дотримання цих умов, дослідник мусить щодо кожного запитання анкети з'ясувати для себе: а) чи запитує він саме про ту характеристику явища, яка потрібна для його дослідження. Чи не трапилося у процесі конструювання запитання підміни показників (див. детальніше про це у розділі «Релевантність»); б) чи достатньо однозначно визначено у формулюванні запитання інформацію, яка очікується від респондента, тобто чи немає у сформульованому запитанні термінів або виразів, що можуть трактуватися двозначно різними групами респондентів; в) чи немає у сформульованому запитанні завдань, які не забезпечуються технікою заповнення (шкалами, переліком варіантів відповідей, таблицями для реєстрації відповідей, вказівками щодо кількості можливих варіантів відповідей); г) чи немає у сформульованих шкалах зміщень до позитивної або негативної відповіді; д) чи немає у сформульованих альтернативних запитаннях заперечних один одному підґрунть; ж) чи немає навіюючих формулювань запитання.

Результатом такого аналізу має стати розподіл питань анкети або плану інтерв'ю на дві групи. Перша – це запитання, зміст яких містить очевидні порушення вимог до логіки їх побудови за критерієм обґрунтованості. Ці запитання або приймаються з анкети, або їх формулювання належним чином коректуються.

Друга група – це запитання, що сформульовані відповідно до правил обґрунтованості. Порівняння кількості запитань у цих групах можна розглядати як індикатор рівня методичної кваліфікації автора анкети або плану інтерв'ю.

Крім того, існує спеціальна схема аналізу, за якою встановлюється відповідність формулювання запитань системі категорій опитуваних. Якість кожного запитання підготовленої анкети мусить бути оцінена автором перед підготовкою пілотажного дослідження за такими критеріями:

1. Чи витримані вимоги до мови опитуваного, чи не трапилося так, що для частини респондентів мова є занадто складною, а для іншої, навпаки, примітивною?

2. Чи всі запитання і варіанти відповідей зрозумілі респондентам? Чи немає у формулюваннях запитань складних термінів?

3. Чи не занадто абстрактні запитання або чи не занадто вони конкретні?

4. Чи зрозумілі респонденту одиниці вимірювання, застосовані в анкеті?

5. Чи компетентні респонденти для відповіді на запитання, чи не потрібно внести запитання-фільтри на компетентність?

6. Чи немає небезпеки втомити опитуваного, як знизити монотонність запитань?

7. Чи не становлять запитання непосильних завдань для пам'яті респондента?

8. Чи немає небезпеки отримання стереотипних відповідей?

9. Чи не занадто численні варіанти відповідей на те чи інше конкретне запитання, чи немає необхідності розділити їх на тематичні блоки?

10. Чи не спричинить запитання негативних емоцій у респондента?

11. Чи не нанесе запитання рани самолюбству респондента або інтимним аспектам його життя, самосвідомості?

Попередній логічний аналіз кожного запитання анкети за названими вище критеріями дає соціологу можливість виявити в анкеті запитання, що мають зауваження щодо якихось із перерахованих вище критеріїв. Оцінка запитань за

кожним із названих критеріїв може здійснюватися на підґрунті методичного досвіду попередніх досліджень.

Тут варто відзначити, що, на жаль, усталені традиції використання результатів раніше проведених досліджень пов'язані переважно зі змістовними, але не з методичними цілями. А між тим кожне проведене дослідження може аналізуватися і як апробація методів збирання даних на статистично значущих сукупностях, важливо, що результати цієї апробації іноді і є її основною дослідницькою цінністю.

У деяких випадках результати критичного аналізу дозволяють уточнити або довести придатність формулювання запитання без спеціальної емпіричної перевірки, хоча таке буває можливим далеко не завжди.

Емпірична перевірка питальника – важлива методична процедура, метою якої є забезпечення належного наукового рівня дослідження. Для кожного запитання, яке викликає підозру щодо можливої невідповідності відносно до будь-яких критеріїв із пропонованої схеми аналізу, мусить бути розроблена процедура його емпіричної перевірки у пілотажному дослідженні

Можливі кілька варіантів такої перевірки.

Інтерв'ю про інтерв'ю. Інформація щодо того, як респонденти розуміють смисл окремих завдань, про те, як вони пояснюють значення окремих слів, термінів, виразів, може бути отримана за допомогою додаткових запитань, що їх інтерв'юер ставить респонденту, тільки по тому, як він отримує відповіді на запитання анкети. Наприклад, респондент назвав певну суму у відповідь на запитання щодо того, скільки приблизно грошей потрібно для утримування сім'ї з чотирьох чоловік – батьків і двох дітей шкільного віку. Після цього інтерв'юер ставить додаткове уточнювальне запитання щодо того, які саме витрати мав на увазі респондент, чи додав до цієї суми витрати на квартплату, одяг, харчування або ще щось? Виявляється, що деякі респонденти розуміють вираз «утримувати сім'ю» як «прогодувати сім'ю», а після уточнювального запитання називають суму вдвоє більшу. Якщо подібні випадки зустрічаються

часто, необхідно уточнити зміст цього терміну, розкрити його у формулюванні запитання.

Запитання, що пояснюють систему порівняння опитуваних, продумуються попередньо під час складання програми пілотажного дослідження і вносяться до тексту пробної анкети услід за питаннями, розуміння яких вони повинні уточнити. Таким чином, структура пілотажного варіанту питальника немов подвоюється: крім змістовних запитань, вона містить своєрідне «інтерв'ю про інтерв'ю», метою якого є збирання методичної інформації.

«Інтерв'ю про інтерв'ю» можна оформляти як окремий документ, до якого внесені тільки ті запитання, щодо яких потрібна додаткова розмова з респондентами. «Інтерв'ю про інтерв'ю» мусить містити такі методичні питання, як «час початку бесіди» (на початку питальника) і «час закінчення бесіди» (у кінці питальника), питання щодо втомлюваності респондентів, про те, чи доводилося респонденту раніше брати участь в опитуваннях, щодо згоди брати участь у подібних опитуваннях у майбутньому і традиційне запитання про критичні зауваження та побажання щодо змісту анкети і організації опитування.

Методичний експеримент. Програма пілотажного дослідження може передбачати спеціальні методичні процедури, метою яких є пізнання структури уявлень, мови опитуваних, їх аналітичних можливостей. Так, наприклад, можна застосовувати спеціальні тести для перевірки розуміння окремих слів, термінів, висловлювань, що знаходяться у формулюваннях запитань.

Щодо запитань, формулювання яких у попередньому аналізі були оцінені як ненадійні, можна передбачити спеціальний методичний експеримент. Запитання формулюється у двох варіантах, для кожного з них розробляються методичні гіпотези щодо придатності для забезпечення ними потрібної інформації, визначаються ті емпіричні факти (поведінка чи відповіді респондентів), за якими можна буде сформулювати уявлення щодо того, які гіпотези підтвердилися. У пілотажному дослідженні випробовуються обидва

варіанти, отримані дані аналізуються і служать підґрунтям для вибору найоптимальнішого варіанту запитання.

Спостереження. Більша частина пілотажних досліджень заснована саме на цьому методі, зокрема на неструктурованому спостереженні. Інтерв'юер у процесі опитування накопичує враження щодо того, як ставляться респонденти до теми опитування, чи немає проявів нерозуміння запитань, якою є компетентність опитуваних щодо окремих запитань, чи немає ознак стомлюваності тощо.

Найчастіше враження інтерв'юерів під час пілотажного дослідження обговорюються на методичних нарадах «за свіжими слідами»: наступного дня після опитування проводиться нарада, де відбувається обмін враженнями і зауваженнями, їх обговорення з детальним протоколюванням. Після закінчення розвідувального дослідження всі записи аналізуються і питальник коригується.

Результати неструктурованого спостереження можна систематизувати за допомогою спеціальної «Анкети інтерв'юера», яку інтерв'юер може заповнити після завершення пілотажного дослідження, узагальнюючи враження від усіх проведених ним бесід із респондентами.

Можливим є й інший варіант, коли одиницею спостереження стають не анкети у цілому, а окрема ситуація опитування. У такому разі «Анкета інтерв'юера» заповнюється на кожне проведене інтерв'ю, а аналіз даних, які є в анкетах, дозволяє з'ясувати сприйняття і розуміння питань різними віковими, освітніми та іншими соціально-демографічними групами респондентів.

Розподіл функцій спостерігача та інтерв'юера. Застосування методу спостереження у розвідувальному дослідженні буде ефективнішим, якщо проведення опитування і спостереження за ситуацією взаємодії його учасників доручити різним виконавцям: інтерв'юеру і спостерігачу. Інтерв'юер веде бесіду за змістовною частиною опитування, ставить додаткові запитання, що пов'язані з аналізом методичних характеристик опитувального інструментарію; фіксує отримувані відповіді.

Спостерігач слідкує за перебігом інтерв'ю і фіксує усі доступні спостереження події, явища, ознаки, що складають соціально-психологічний контекст бесіди. При цьому з'являється можливість використовувати структуроване спостереження відповідно до попередньо розробленого плану. Розробка плану структурованого спостереження відбувається за загальноприйнятими вимогами до цієї методичної процедури.

Наприклад, у процесі апробації проекту інтерв'ю для дослідження того як аудиторія періодичного видання «Нація і держава» розуміє окремі поняття і вирази («національно-патріотичне виховання», «громадянська позиція», «національно-визвольна боротьба», «московське знищення українства») застосовувався метод неструктурованого спостереження із розподілом функцій інтерв'юера і спостерігача. Під час інструктажу інтерв'юерів і спостерігачів визначалися загальні напрямки спостережень, пов'язані з методичними характеристиками ситуації опитування. Враховувалися ознаки: а) ситуаційного характеру опитування – тривалості інтерв'ю, стомлюваність респондента, вплив третіх осіб, ставлення до опитування; б) психологічні особливості сприйняття питань анкети: розуміння смислу запитань, розуміння окремих термінів, що застосовуються в анкеті, здатність до аналізу власної читацької поведінки, здатність до аналізу діяльності видання як підґрунтя формування читацьких оцінок і вражень щодо видання, з'ясувалась також взаємна інформованість членів сім'ї у питанні ставлення до видання і читацьких інтересів один одного.

Для отримання потрібної інформації застосовувалися формалізовані питання методичного характеру, що ставилися респондентам у процесі інтерв'ю додатково до основних запитань анкети. Кожне інтерв'ю проводилося двома соціологами (чоловіком і жінкою) – інтерв'юером і спостерігачем, які послідовно мінялися ролями. Спостерігач занотовував до «Щоденника спостережень» усі види реакцій респондента, що їх він спостерігав, супутні його відповідям на окремі запитання анкети (репліки, уточнення, відступи від предмета інтерв'ю, запитання щодо незрозумілого і пояснення інтерв'юера, прояви поспіху, утомлюваності тощо).

Записи у щоденниках спостережень у подальшій обробці систематизувалися: на кожне запитання анкети складалася методична характеристика, залежно від зафіксованих спостерігачами реакцій респондентів.

Апробація структури анкети і методичних інструкцій щодо їх заповнення. Аналіз і емпірична апробація окремих запитань анкети не вичерпує завдань, що мають зв'язок із пілотажним дослідженням. Анкета, як уже відзначалося, є не звичайною сукупністю запитань, а цілісним інструментом, призначеним для отримання комплексу взаємопов'язаних даних, що утворюють емпіричний опис досліджуваного об'єкта. Ознайомлюючись із запитаннями анкети, респондент сприймає їх у взаємозв'язку, формує цілісний образ теми опитування, причому в процесі опитування мотивація співробітництва з інтерв'юером може змінюватися від позитивно активної до формально байдужої або негативної, що спричиняє відмову. Функція створення і підтримування позитивного ставлення до опитування пов'язана зі спеціальними методичними частинами питальника: планом (або приблизним текстом), вступною бесідою, контактними запитаннями, переходом від одного блоку запитань до іншого, із запитаннями, призначеними для зняття напруги, відвернення уваги, а також з іншими прийомами, що об'єднують питання анкети у цілісну бесіду.

Усі види реакцій респондентів на ці спеціальні методичні прийоми фіксуються у пілотажному дослідженні методом спостереження, виявляються за допомогою спеціальних запитань в «інтерв'ю про інтерв'ю», а контролюються в «Анкеті інтерв'юера».

Важливим завданням, що відноситься до апробації структури анкети є виявлення можливого впливу попередніх відповідей на наступні. Припущення щодо такого впливу формуються на етапі попереднього аналізу логіки побудови блоку запитань. У розвідувальному дослідженні ці припущення перевіряються шляхом застосування двох варіантів опитувальника із різною послідовністю запитань.

Вказівки щодо техніки заповнення питальника можуть бути адресовані або респондентам (якщо питальник розрахований на проведення анкетування), або інтерв'юера, якщо в основному опитуванні застосовуватиметься метод інтерв'ю. Незалежно від варіанту, планованого для основного дослідження, пілотажне дослідження завжди проводиться методом інтерв'ю. Однак якщо перевіряється придатність інструкцій, адресованих респондентам, то інтерв'юер пропонує опитуваному самостійно прочитати запитання і вказівки щодо його заповнення за текстом анкети і повідомити інтерв'юеру вибраний варіант відповіді. Таким чином фіксуються всі випадки звернення респондента за поясненнями щодо заповнення питання.

Якщо перевіряється інструкція щодо техніки заповнення, адресована інтерв'юеру, то запитання, які спричинили складнощі в техніці заповнення, залишаються незаповненими, а формулювання відповіді, на запитання що спричинило складнощі під час реєстрації, записується дослівно. Аналіз подібних ситуацій, зафіксованих у розвідувальному дослідженні, стає підґрунтям для доопрацювання інструкцій інтерв'юеру.

Використана і рекомендована література

1. Алексеев Б.К., Докторов Б.З., Фирсов Б.М. Изучение общественного мнения: вопросы организации исследований // Социолог. исслед. 2018. – №1. – С. 78 – 85.

2. Белановский С.А. Свободное интервью как метод социологического исследования // Социология. – 2019. – №2. – С. 5 – 19.

3. Гудков Л.Д. Характеристики респондентов, отказывающихся от контактов с интервьюерами // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. – 1996. – №4. – С. 45 – 50.

4. Докторов Б. З. Отцы основатели: история изучения общественного мнения. – М., 2016. – 71 с.

5. Ермолаева Е. М. Сравнительный анализ методических и организационных особенностей телефонного интервью и других методов

массового опроса (на материалах исследований в США) // Методологические и методические проблемы сравнительного анализа в социологических исследованиях. Кн. 2. – М.: ИСИ АН СССР, 1982. – С. 145 – 161.

6. Лесохина Л. Н. Введение в профессию социолога-интервьюера. Методические рекомендации. – Л.: НИИ общ. образования взрослых, 1990. – 32 с.

7. Романович Н.А., Домороцкая А.Л. Почтовый контроль как метод повышения качества информации в социологии // Социс. – 2014. – №2. – С. 96 – 100.

8. Стацевич Т.Л. Особенности работы интервьюеров при телефонных опросах // Социс. – 2012. – №8. – С. 72 – 77.

9. Топюк Л. М., Полторак В.А. Стационарна система опитувань громадської думки в місті. (З досвіду створення СОГД в Дніпропетровську) // Філософ. думка. – 2018. – №4. С. 47 – 57.

10. Чурилов Н.Н. Формирование постоянно действующих опросных сетей (методологические и методические проблемы) // Методы социологических исследований. Тезисы докладов 3-й Всесоюзной конференции. – М.: ИСИ АН СССР, 1989. С. 20 – 25.

11. Ядов В.А., Саганенко Г.И. Методологические проблемы оценки надежности сдвигов при повторных исследованиях (по материалам сравнительного исследования отношения рабочих к труду 1962-1976 гг.) // Советская социология. Том II. М.: Наука, 1982. – С. 230 – 249.

Глосарій (словник термінів)

Опитування – метод збору первинної інформації за допомогою звернення з питаннями до певної групи (респондентів). Розрізняють опитування письмові (анкетування) й усні (інтерв'ювання), очні та заочні (поштові, телефонні, пресові), експертні й масові, вибіркові й суцільні (наприклад, референдум), загальнонаціональні, регіональні, локальні тощо.

Опитування громадської думки – опитування, зазвичай вибіркоче, спрямоване на одержання інформації про ставлення різних категорій населення до проблем, подій і фактів у конкретній соціально-політичній ситуації.

Опитування панельне – багаторазове опитування, яке проводиться через певні інтервали з однією й тією ж сукупністю з метою дослідження соціальних явищ і процесів у їх динаміці.

Опитування поштове – вид заочного анкетного опитування, в якому анкета поширюється поштою за спеціально відібраними адресами.

Опитування пресове – вид заочного анкетного опитування за допомогою публікації анкет у періодичних виданнях.

Опитування репрезентативне – опитування, яке проводиться на підґрунті вибіркової сукупності і дозволяє екстраполювати висновки на всю генеральну сукупність.

Опитування соціометричне – опитування, спрямоване на одержання інформації про міжособистісні стосунки в групі шляхом фіксації переваг, почуттів симпатії, антипатії, схильностей тощо.

Опитування суцільне – опитування, яке охоплює всю генеральну сукупність.

Опитування телефонне – вид заочного опитування, в якому інтерв'юєр ставить запитання респонденту за допомогою телефону.

? Контрольні запитання

1. Зробіть порівняльний аналіз опитування та спостереження як видів збирання первинної соціологічної інформації.

2. Охарактеризуйте основні критерії якості інформації, отриманої в опитуванні.

3. Поясніть особливості основних етапів опитування.

4. Розкрийте переваги і недоліки основних видів опитувань.

5. Охарактеризуйте основні методологічні проблеми анкетного опитування.

☞ Теми ІНДЗ

1. Характеристики етапів соціологічного опитування.
2. Методологічне підґрунтя соціологічного моніторингу.
3. Порівняльний аналіз анкетування та інтерв'ювання як методів збирання соціологічної інформації.
4. Соціометрія як метод збирання даних.

РОЗДІЛ 3. УЗАГАЛЬНЕННЯ І СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО МАТЕРІАЛУ. НАПИСАННЯ ЗВІТУ

ТЕМА 9. ОБРОБКА ДАНИХ

План

1. Підготовка до обробки даних.
2. Процедура обробки анкет.
3. Методи факторного та кластерного аналізу.

1. Підготовка до обробки даних.

Н. Паніна наголошує, що обробка даних, як і інші стадії емпіричного соціологічного дослідження, вимагає ретельної підготовки. Підготовку до обробки даних доцільно здійснювати у два етапи: проектування і доопрацювання програми обробки й аналізу даних.

Хоча обробка даних розпочинається після надходження першого комплекту заповнених анкет, планування та підготовка до цієї процедури повинні бути проведені на попередніх стадіях – у межах розробки програми дослідження.

Остаточне доопрацювання програми введення, обробки й аналізу даних конкретного дослідження доцільно здійснювати у період збору первинної соціологічної інформації.

Проектування обробки включає: 1) вибір комп'ютерної програми обробки; 2) точне визначення методів статистичного аналізу, що будуть використані для кожної з досліджуваних ознак (запитань анкети).

Вибір конкретної комп'ютерної програми започатковує обробку й аналіз даних. Нині в Україні застосовують два основних пакети програм обробки й аналізу первинної соціологічної інформації: SPSS і OCA. Найпоширеніша на міжнародному ринку соціологічних досліджень програма SPSS. Вона включає

основні методи статистичного аналізу, які використовуються у роботі з первинною соціологічною інформацією. Крім того, саме цей формат є найпоширенішим для обміну соціологічною інформацією з міжнародними партнерами.

Програма ОСА (Обробка Соціологічних Анкет), розроблена київським ученим **А. Горбачиком**, є основною комп'ютерною програмою для аналізу первинної соціологічної інформації, яка використовується практично усіма соціологічними центрами України. Ця програма, як і SPSS, включає основні методи статистичного аналізу первинної соціологічної інформації. ОСА досить компактна, зручна у роботі, її легко опанувати, і тому вона поширюється не тільки в Україні, а й у країнах зарубіжжя. Істотною перевагою цієї програми є її сумісність із SPSS: дані, введені у комп'ютер за допомогою програми ОСА, у разі необхідності конвертуються у формат SPSS.

Професійним соціологам, перш ніж розпочати емпіричне соціологічне дослідження, необхідно, на наш погляд, опанувати обидва чи хоча б один із пакетів програм обробки соціологічних даних.

Коли ж замовник емпіричного соціологічного дослідження, який не є професійним соціологом, виступає тільки споживачем соціологічної інформації, а обробку й аналіз даних замовляє фахівцям, то під час підготовки до дослідження (на етапі обговорення проекту) він повинен з'ясувати, яка саме програма обробки даних використовуватиметься. Ця інформація буде йому корисна, по-перше, для оцінки професійного рівня виконавців (трапляються випадки, коли до аналізу первинної соціологічної інформації залучаються люди, які не мають достатньої професійної підготовки, тому подібне питання є певним тестом на рівень професійної компетентності). По-друге, інформація про використану програму обробки даних може допомогти замовникові у разі подальшого використання отриманого у результаті соціологічного опитування масиву даних; тому краще, якщо виконавці застосують поширені (відпрацьовані та апробовані) програми обробки соціологічних даних.

Визначення методів статистичного аналізу на етапі планування дослідження є, мабуть, основною характеристикою професійного рівня соціолога, який, проектуючи емпіричне дослідження, не забуває, що наступний аналіз буде не більше ніж математико-статистичною перевіркою гіпотез, закладених на етапі підготовки програми та інструментарію (анкети) конкретного соціологічного дослідження. На жаль, досить часто публікуються дані, які свідчать про те, що автор не тільки не враховував під час проектування наступну обробку і методи аналізу, а навіть не здогадувався про те, що він наводить дані, невірність яких є разюче очевидною.

Оскільки, на наш погляд, саме через це (невідповідність методів аналізу можливостям, закладеним у програмі дослідження) виникають основні помилки і нерозуміння висновків, інтерпретації та широкого висвітлення отриманого матеріалу, зупинимося на проблемі планування методів аналізу і розглянемо помилки, які найчастіше трапляються в опублікованих результатах соціологічних опитувань.

Якщо дослідник розпочинає опитування, не маючи програми аналізу отриманих даних, то у процесі аналізу виникають труднощі (у кваліфікованого соціолога) чи помилки (у некваліфікованого соціолога) переважно з двох причин: 1) чисельність соціально-демографічних груп, які зацікавили дослідника, є надто малою для статистичної перевірки відмінностей, виявлених у відповідях на поставлені в анкеті запитання; 2) шкала (перелік відповідей на запитання), запропонована в анкеті, не дає змоги застосувати ефективні методи аналізу, тому що у період підготовки анкети автор не розмірковував над тим, як він буде аналізувати отримані результати.

Найчастіше у засобах масової інформації трапляються помилки, яких припускаються непрофесійні соціологи, з першої причини – автори соціологічних опитувань наводять результати порівняльного аналізу соціальних груп, чисельність яких у вибірці недостатня для впевненості у тому, що отримані відмінності є статистично визначальними.

Наприклад, автор дослідження, у якому розглядається ставлення населення до економічних реформ, пише, що «молодь» у віці від 18 до 20 років значно частіше підтримує радикальні ринкові реформи, ніж інші вікові групи населення. Для підтвердження свого висновку він посилається на результати проведеного дослідження. За отриманими даними, в середньому 36% населення висловили підтримку радикальним ринковим перетворенням в економіці країни. Водночас серед молоді віком 18-20 років 53% висловилися за подібні перетворення. При цьому, у преамбулі до наведених даних і відповідному висновку повідомляється, що дослідження проводилося за репрезентативною вибіркою дорослого населення м. Києва, а усього було опитано 400 людей. Висновок не викликає ні здивування, ні, тим більше, принципових заперечень, оскільки не суперечить життєвому досвіду читача або ж поширеним стереотипам громадської думки. Проте, чи правомірно, висловлюючи подібну гіпотезу, посилатися на результати цього конкретного дослідження? Навіть не маючи точної статистичної інформації щодо демографічного складу м. Києва, уважний читач може здогадатися, що особи у віці 18-20 років становлять 2-3% дорослого населення. Оскільки автор указав, що вибірка була репрезентативною, то серед опитаних ним людей вікова група 18-20 років складається із 8-12 осіб. Навіть недосвідченому у соціології зрозуміло, що 8-12 осіб навряд чи можуть репрезентувати молодь Києва цієї вікової групи.

Ми не будемо детально зупинятися на тому, як слід планувати і будувати вибірку саме цієї вікової групи населення (про це докладно розповідається у розділі, присвяченому побудові вибірки), однак із великим відсотком ймовірності можна передбачити, що подібне трапилося не через помилки у розрахунках на етапі планування дослідження, а через відсутність планування аналізу взагалі. На жаль, в емпіричній соціології поширюється така практика аналізу соціологічних даних: замовляються двовимірні таблиці – демографічні дані на усі запитання анкети, потім «соціолог» переглядає їх усі поспіль і вибирає ті, у яких «впадає в око» розподіл даних. Після цього починається пояснювальний «аналіз» і логічна інтерпретація. Не випадково автор публікацій

результатів опитувань громадської думки, коли торкається проблеми відмінностей у відповідях соціально-демографічних груп, часто звертає увагу на такі соціальні групи, як «підприємці», «військові», «домогосподарки». Зазвичай, саме ці групи своїми відповідями вирізняються із загального шереху розподілу, але, зібраний матеріал не дає змоги зробити висновки про те, чи відхилення у їх відповідях спричинені особливостями свідомості цих соціальних груп населення, чи це результат нечисленності цих груп у репрезентативній вибірці населення.

Навіть той, хто не володіє знаннями з математичної статистики, але виявляє здоровий скептицизм, може збагнути, якщо на поставлене в анкеті запитання (яке має 3-5 варіантів відповіді) відповідали 20-30 людей, то певний варіант могли вказати від 4 до 10 осіб. У такому разі навіть випадкова помилка тільки одного респондента (якщо він неухважно відповідав на запитання) чи інтерв'юера, який його опитував, чи оператора, який вводив дані у комп'ютер, змінює результати на 10-25%. Саме тому нечисленні групи населення різко виділяються у випадку порівняння даних, і саме тому вони привертають увагу недосвідченого соціолога у випадку застосування названого вище методу аналізу, коли дослідник, не маючи ні гіпотез, ні плану аналізу, замовляє сотні таблиць і «дивиться», які саме результати становлять інтерес. По суті, із такого «творчого процесу» автоматично випадає основний компонент аналізу, для якого проводилося вибіркове опитування – статистична перевірка гіпотез. У наведеному прикладі, як мінімум, потрібно було перевірити, чи є відмінність між 53% і 36% статистично важливою з урахуванням кількості опитаних.

Ми свідомо навели як приклад некомпетентного аналізу ілюстрацію з достатньо «необразливими» у соціально-політичному і науковому відношенні висновками (у цьому випадку, якби дослідження і аналіз було проведено грамотно, то автор – з тими чи тими відмінностями у числових даних – дійшов би тих самих висновків). На жаль, у багатьох випадках необґрунтовані висновки не такі вже й нейтральні з соціально-політичного погляду. Наприклад, один із авторів політологічного аналізу ситуації в Ічкерії під час придушення

національно-визвольної боротьби народу цієї країни регулярними військами РФ, посиляється на дані соціологічного опитування ВЦДГД. Ці дані характеризують становище росіян в Ічкерії на період, що передував початкові московського вторгнення, як тяжке. У публікації, яка, без сумніву, має гостре і політичне, і громадське значення, не дається характеристика дослідження, на дані якого посиляється автор. Однак опис досліджень, наведений цим соціологічним центром в інших публікаціях, дає змогу побачити, що чисельність групи «росіян, які мешкають в Ічкерії» надто мала у всеросійській вибірці, щоб можна було робити такі багатозначні висновки. Отже, вказані твердження, по суті, були спрямовані на виправдання агресії проти волелюбного народу. Очевидно, що тут має місце спекуляція статистично не обґрунтованими цифрами, яку характеризує неприхований кон'юнктурно-політичний характер.

Обидва щойно наведених приклади різні за політичним значенням, але подібні в одному – автори, посиляючись на дані соціологічних досліджень, керувалися статистично не обґрунтованими даними. Необґрунтованість у цьому разі визначається насамперед тим, що на етапі підготовки до дослідження порівняння не численних у загальному обсязі генеральної сукупності груп населення не передбачалося автором.

Іншого типу помилка трапляється тоді, коли під час підготовки анкети, формулюючи відповіді на запитання, автор не замислюється, які методи аналізу він застосовуватиме до отриманих результатів опитування. Варто зазначити, що ця модель помилки трапляється порівняно рідше. Пояснюється це тим, що непрофесійні соціологи рідко застосовують зручні й ефективні методи аналізу, а найчастіше обмежуються відсотковими розподілами. Однак останнім часом можна побачити публікації з грубими помилками, спричинені неправомірним і, природно, нічим не виправданими маніпуляціями зі шкалами відповідей. Часто це пов'язано з даними, що привертають підвищений інтерес, зокрема, тими, які стосуються рейтингів політичних діячів. Досить поширеним є такий підхід до визначення рейтингу. Спочатку автор, не розмірковуючи про те, як він буде

аналізувати й презентувати дані, пропонує в анкеті запитання «*Наскільки Ви довіряєте політичному лідерові N ?*» з таким віялом варіантів відповідей:

- 1) *зовсім не довіряю;*
- 2) *певним чином не довіряю;*
- 3) *певним чином довіряю;*
- 4) *цілком довіряю;*
- 5) *вагаюсь відповісти.*

У подальшому під час описування даних він принаймні публікуватиме результати опитування саме у такому вигляді. Але вихідна форма наведення даних становить найменший інтерес, бо рейтинги цікаві у порівнянні (чи це моніторингове дослідження – зміна ступеня довіри до конкретного лідера протягом того чи того періоду, чи порівняння рейтингів різних політиків). Дані ж подані у такому вигляді, що їх незручно порівнювати, оскільки візуально порівнюються тільки крайні групи («цілком довіряю» чи «зовсім не довіряю»). Вихідні дані потрібно перераховувати: складати відсоток тих, хто «цілком довіряє» з тими, хто «довіряє певним чином», ту саму процедуру слід проводити і з тими, хто не довіряє. Але якщо автор дослідження не передбачав нічого іншого, крім подання розподілу на тих, хто довіряє, і тих, хто не довіряє, то навіщо було пропонувати п'ять варіантів відповідей, коли вже в анкеті їх можна було перетворити на три угруповання і одразу отримати матеріал, підготовлений до аналізу. У цьому разі дослідник (чи читач) бачить лише результати марної праці.

Значно гірше, коли дослідник, недостатньо підготовлений до соціологічного аналізу, використовуючи можливості програми обробки та аналізу соціологічних даних, але не розуміючи суті та змісту операцій із числовим матеріалом, замовляє за сформульованим саме таким чином віялом відповідей підрахунок індексу – середнього арифметичного отриманих даних. Він не бачить, що порядковий номер варіанта відповіді є балом (у наведеному прикладі – таким, який виражає ступінь довіри): за його шкалою варіант відповіді «вагаюсь відповісти» під час підрахунку середнього значення

зараховується як 5 балів. Ця помилка (з різними варіантами) досить часто трапляється тоді, коли результати соціологічного дослідження аналізують особи, які недостатньо знайомі з азами статистичного та соціологічного аналізу.

Попереднє планування обробки й аналізу даних дає змогу професійному соціологові ефективніше підготувати анкету, а недостатньо досвідченому – вчасно усвідомити проблеми і труднощі обробки та аналізу даних. Плануючи аналіз, соціолог може проконсультуватися з фахівцем або спростити анкету, усвідомлюючи, що його основне завдання – мати загальний розподіл громадської думки, тому, отримавши дані, він не буде заглиблюватися в аналіз, з математичними основами якого він мало знайомий. У такому разі йому варто пам'ятати: чим менше варіантів відповідей на альтернативне запитання (нагадаємо, що тут альтернативним вважаємо запитання, на яке можна дати тільки одну відповідь), тим наповненішими будуть групи і, відповідно, більшою буде ймовірність, що виявлені відмінності у відповідях різних груп населення будуть статистично важливими. Однак зазначимо, що скорочувати кількість відповідей потрібно не механічно, а шляхом об'єднання близьких за значенням варіантів відповідей так, щоб отримані у кінцевому результаті варіанти достатньо узагальнено охоплювали всю множину можливих відповідей. Наприклад, у наведеному вище віялі відповідей (щодо довіри політичному лідерові) неправильно буде просто вилучити той або той варіант відповіді, а потрібно узагальнити близькі за значенням, надавши віялу відповідей такого вигляду:

- 1) повністю не довіряю;
- 2) важко сказати, довіряю чи ні;
- 3) повністю не довіряю.

У будь-якому випадку планування аналізу на етапі проектування дослідження допоможе соціологові усвідомити власні можливості і досить коректно обмежити свої завдання.

Планування аналізу включає:

1) формулювання гіпотез, що перевірятимуться на підґрунті даних емпіричного дослідження;

2) оцінку кожного пункту (запитання) анкети під кутом зору можливості математико-статистичної перевірки гіпотези адекватними методами.

Планування аналізу на етапі проектування дослідження дає змогу ще до початку опитування, по-перше, відкоригувати вибірку; по-друге, сформулювати запитання так, щоб одержані дані можна було використати з максимальною ефективністю і відповідно до можливостей дослідника.

Завчасно сформульовані гіпотези дають змогу дослідникові відкоригувати вибірку так, щоб під час аналізу демографічні групи, характеристика яких, на думку автора, є фактором, що впливає на досліджуване явище, були досить наповнені для статистичного аналізу (згідно із загальноприйнятими в емпіричній соціології стандартами, чисельність таких груп має становити 50 – 100 осіб) – чи то буде «молодь віком 18-20 років», чи «підприємці», чи «військовослужбовці», чи інші соціально-демографічні групи, чисельність яких у загальній репрезентативній вибірці, зазвичай, недостатня для того, щоб можна було проводити коректний, з огляду на статистику, порівняльний аналіз з іншими соціальними групами за їхнім ставленням до різноманітних соціальних явищ або подій.

Якщо при підготовці анкети дослідник основну увагу надає запитанням (їх змісту, формулюванням, структурі, послідовності), то під час планування аналізу головним компонентом є шкала (віяло відповідей). Тут необхідно передусім визначити тип шкали (номінальна, порядкова (рангова), метрична (інтервальна), а потім критично оцінити, чи відповідають варіанти відповідей типу шкали. Іншими словами, під час планування аналізу кожний пункт попередньо підготовленої анкети необхідно оцінити з огляду на визначення методів його аналізу та подання у підсумковому науковому документі, враховуючи як власні можливості (рівень підготовки), так і можливості програми обробки даних, що буде застосовуватися.

Остаточну підготовку до обробки й аналізу даних доцільно проводити у період польового етапу дослідження (збирання інтерв'юерами первинної соціологічної інформації). Після отримання першого комплекту заповнених анкет можна починати пробне введення даних із підготовленої програми. Це краще робити до отримання усього масиву анкет, тому що часто навіть досвідчені соціологи після початку введення даних із анкет виявляють деякі недоліки у програмі. Саме тоді, коли ще триває польовий етап збирання даних, є час та можливість відкоригувати паспорт введення чи розробки додаткової інструкції щодо перекодування даних.

Якість первинної соціологічної інформації на польовому етапі збирання даних залежить безпосередньо від ретельного контролю дослідником процесу заповнення анкет. Одержана інформація повинна фіксуватися у журналі керівника-організатора опитування. Природно, контроль істотно підвищує навантаження і фінансові витрати (в основному на телефонні перемовини), однак цей захід гарантує якість праці на найвідповідальнішому етапі роботи, задля якого, власне, й готувалося емпіричне дослідження. Якщо після завершення емпіричного дослідження виявляються недоліки у вибірці чи інструментарії, дослідник може змінити інтерпретацію отриманого матеріалу відповідно до реальних особливостей вибірки чи інструментарію, але коли помилки допущені у час збирання даних і залишилися за межами уваги дослідника, він отримає перекручений матеріал, навіть не підозрюючи цього. Тому, контролюючи якість роботи інтерв'юерів, не слід заощаджувати ні трудові, ні фінансові ресурси. Досвід показує, що відповідальність інтерв'юера прямо пропорційна контролю: по-перше, тому що більшість людей не порушують інструкції, знаючи, що це стане відомим; по-друге, кожний інтерв'юер працює сумлінніше, якщо він знає, що й інші працівники виконують свою роботу якісно. Усвідомлення того, що його зусилля не марні, морально підтримує інтерв'юера у ті моменти, коли сумлінне виконання інструкцій пов'язане з відчуттям збільшення психоемоційного навантаження.

Крім гарантії високої якості роботи, постійний моніторинг дає змогу своєчасно вжити заходів у разі істотних порушень чи зривів роботи, які можуть статися у деяких точках опитування. Журнал організатора дослідження є, по суті, протоколом проведення опитування, що дає змогу стежити, скільки анкет перебуває «в полі», скільки заповнених анкет отримали супервайзери і де саме анкети затримуються. Такий «поточний протокол» збору даних допомагає дослідникові не тільки вчасно виявити, але й передбачити точки, в яких опитування зривається. За таких обставин дослідник має час і можливість виробити рішення (надати додаткову допомогу, змінити інтерв'юера, супервайзера, точку опитування тощо).

2. Процедура обробки анкет.

Після отримання всього масиву заповнених анкет, перш ніж передати його для введення у комп'ютер, потрібно здійснити процедури, що потребують ручної обробки. Насамперед це суцільна нумерація масиву анкет.

Кожна із заповнених і отриманих організатором опитування анкет є документом, який має бути пронумерованим. Анкети уже нумерувалися супервайзером у процесі їх одержання від інтерв'юерів, але це була проміжна нумерація звітних документів. На етапі отримання заповнених бланків анкет керівником-організатором дослідження кожна анкета одержує свій номер базового джерела первинної соціологічної інформації; цей номер обов'язково вводиться у комп'ютер разом з усією інформацією, що міститься в анкеті.

Іншою операцією, що, зазвичай, здійснюється вручну, є кодування (декодування, перекодування). Ручне кодування потрібне у таких випадках:

- а) в анкеті містяться відкриті чи напіввідкриті запитання;
- б) у процесі збору даних виявлено необхідність у перекодуванні (наприклад, в анкеті вказано населений пункт, де проводилося опитування, а до масиву даних уводиться загальна назва регіону мешкання тощо);

в) у паспорт потрібно внести додаткову інформацію (прізвище інтерв'юера, який заповнював анкету, прізвище супервайзера тощо).

Керівник має заздалегідь підготувати інструкцію щодо кодування даних. Навіть у тих випадках, коли перед кодувальником не ставиться спеціальне завдання перевірки якості заповнення, нерідко саме на цьому етапі роботи особи, які кодують дані, виявляють недоліки у заповненні анкет. Це трапляється тому, що супервайзери, які зобов'язані перевіряти роботу інтерв'юерів, приймають основний масив анкет у стислий термін (навіть у момент прийому анкет супервайзером від одного інтерв'юера у приміщенні є ще кілька інших інтерв'юерів, які чекають, коли прийде їх черга). У подібній ситуації супервайзери, приймаючи від інтерв'юерів анкети, головним чином звертають увагу на те, щоб анкета була повністю заповнена; інші ж огріхи (суперечливі відомості, помилки заповнення – відмітка двох варіантів відповідей там, де повинен бути зазначений тільки один варіант тощо) залишаються непоміченими.

Кодувальник працює у спокійнішій обстановці і уже звертає увагу й на логічні помилки у заповненій анкеті. Тому керівник має просити кодувальників указати номери тих анкет, що викликали підозру. Під час вибіркового контролю праці інтерв'юерів ці анкети включають до масиву, що підлягає перевірці.

Отже, готуючи анкети до введення у комп'ютер, доцільно функції кодувальника та редактора анкет доручити одним і тим самим виконавцям.

Редагування заповнених анкет передбачає виконання редактором таких трьох завдань:

- а) перевірка заповнення анкет;
- б) перевірка правильності заповнення;
- в) приведення у відповідність різних форм бланків анкети у тих випадках, коли опитування проводиться за кількома формами анкети.

Часом анкети, отримані через опитування, заповнені не за усіма пунктами. Якщо навпроти запитання, яке залишилося без відповіді, є позначка

чи коментар респондента або інтерв'юера, то пропуски у заповненні анкет потрібно віднести на рахунок особливостей інструментарію. Ці анкети можуть бути позначені й після введення інформації у комп'ютер (відкладені окремо для спеціального аналізу програми дослідження). Позначки та коментарі, які мають місце в анкетах, дають змогу глибше зрозуміти почуття і емоції, проаналізувати думки та сумніви, що їх відчували респонденти, відповідаючи на запитання анкети.

Але навіть ті анкети, які за попереднього перегляду здавалися повністю заповненими, слід ретельно перевірити. Редактор має уважно проглянути кожну сторінку і кожний блок запитань, щоб бути впевненим, що респондент виконав усі інструкції та кодував відповіді на запитання у відведеному місці й належним чином. Автор дослідження має встановити квоту заповнення (відсоток припустимих пропусків) та повідомити кодувальникові, вище якої квоти невідповідей анкету бракують і вилучають із масиву даних. Для цього автор програми дослідження обов'язково повинен підготувати письмові інструкції з кодування і редагування анкет. Це бажано робити у будь-якому випадку і необхідно, коли до кодування та редагування підключаються кілька помічників, оскільки вони мають керуватися абсолютно ідентичними вказівками.

У результаті редагування масив перевірених анкет розподіляється на три групи: 1) прийняті в обробку; 2) відбраковані; 3) сумнівні. Ця інформація передається авторові дослідження, а він вирішує, що робити далі. Можливо, що навіть анкети, які не відповідають квоті заповнення, за рішенням відповідального виконавця проекту можуть бути прийнятими в обробку з відповідним кодуванням пропусків (позначкою «немає відповіді»). Повністю потрібно вибракувати незаповнені анкети тоді, коли спочатку респондент заповнював відповіді на запитання, а потім припинив, іншими словами, - анкети, заповнені на початку бланка і не заповнені до кінця.

Якщо в анкеті застосовувалися запитання-фільтри, редактор має особливо уважно перевірити, щоб на ці запитання відповідали тільки ті респонденти, які відповідають фільтрові.

Наприклад, запитання-фільтр диференціює тих, хто працює, і тих, хто сьогодні не працює. Далі – інструкція: «На запитання №№... відповідають ті, хто зараз працює; непрацюючі мають перейти до запитання №...». Редактор має переконатися, що респонденти, які у запитанні-фільтрі зазначили, що вони зараз не працюють, не заповнювали блок запитань, що стосуються тих, хто працює. Така ситуація цілком реальна, коли респонденти чи інтерв'юери (що трапляється значно рідше) не звернули уваги на інструкцію і продовжують відповідати на запитання, що стосуються ставлення до праці чи характеристики робочого місця, маючи на увазі свою попередню роботу. Завдання редактора у таких випадках – викреслити їх відповіді у бланку анкети, щоб оператори не вводили цю інформацію у комп'ютер. У своєму протоколі редактор відзначає подібні анкети, і ця інформація, що свідчить про низький рівень фаху супервайзерів, які погано проінструктували інтерв'юерів, у подальшому має допомогти керівникові-організатору польового етапу роботи.

Перед початком редагування слід поінформувати редактора про те, що запитання-фільтри можуть бути не прямими, а опосередкованими, наприклад: «Чи збираєтеся Ви голосувати на виборах, що незабаром мають відбутися?»; «Чи є у Вас родичі, які мешкають за межами України?» тощо. У тому разі, коли запитання починається зі слова «якщо» (наприклад: «Якщо Ви збираєтеся голосувати, то за кого саме?» чи «Якщо у Вас є родичі, що мешкають за межами України, то де саме?»), то попереднє запитання є своєрідним фільтром, і на запитання що слідує за ним мають відповідати тільки ті респонденти, які дали ствердну відповідь на попереднє. Редактор має звернути особливу увагу на ці запитання, оскільки їх потрібно підготувати до введення у комп'ютер, а також перевірити якість праці інтерв'юерів. Не можна вводити дані у файл інформації, сподіваючись на те, що їх вдасться усунути (на етапі аналізу інформації).

Досвід переконує, що найефективнішим шляхом редагування є надання кожному з редакторів бланка анкети з усіма необхідними інструкціями і позначкою (обвести лінією) тих блоків запитань, які йдуть після фільтра. Цей бланк анкети є певним «ключем», що допомагає перевіряти якість кожної заповненої анкети. Редактор може порівняти сторінки перевіреної анкети, фіксуючи розбіжність, або ідентичність із «ключовою». Ця процедура є особливо корисною на початку роботи, коли редактор ще не ознайомлений зі структурою анкети. Звісно, що після першої групи перевірених анкет редактору більше не треба порівнювати кожен нову з ключовою, адже еталон уже міцно закріпився у його пам'яті.

Редагування заповнених анкет – дуже відповідальний етап роботи, оскільки структура відповідей, одержаних на польовому етапі, зазнає певної трансформації. Деякі дослідники відмовляються від цього етапу, сподіваючись отримати у файлі інформації повний «зліпок» того, що було зроблено «у полі» у межах безпосереднього опитування, а потім самотужки розібратися у помилках, що їх допустили інтерв'юери та респонденти. Однак за подібних обставин коригування часом здійснюється операторами, які вводять інформацію у комп'ютер: іноді її не можна ввести у тому вигляді, у якому вона подана в анкеті (наприклад, потрібен лише один варіант відповіді, а респондент залишив два чи більшу кількість варіантів); в інших ситуаціях оператори на власний розсуд підправляють ті варіанти відповідей, які, з їх точки зору, є суперечливими або неправильними. Наслідком такої самодіяльності стає втрата автором дослідження контролю над тими змінами, які відбулися, з інформацією, зібраною у процесі опитування. Рационально здійснювати редагування централізовано, відповідно до уніфікованих конструкцій під керівництвом головного наукового виконавця проекту. У такому разі увага оператора зосереджується на точності перенесення інформації з бланка анкети до файла даних.

Новітні досягнення у сфері науки призвели до появи комп'ютерних технологій, які забезпечують зчитування даних результатів опитування

безпосередньо з бланків анкет. І якщо попереднє редагування під час уведення інформації у файл за допомогою операторів дає змогу підвищити якість та ефективність роботи загалом, то у разі автоматизованого зчитування інформації процедура редагування стає обов'язковим етапом, без якого обробка даних неможлива.

Коли масив оброблених анкет опрацьовано за всіма правилами (перевірено, зареєстровано, здійснено перекодування і редагування), введення даних стає процедурою зчитування оператором коду кожного із пунктів анкети для введення цього коду до файлу інформації відповідно до формату паспорта, підготовленого на підґрунті вимог використовуваної програми введення і обробки даних соціологічної інформації.

Зазвичай, цю процедуру здійснюють ті, хто спеціалізується на подібних операціях. Ця процедура нескладна і потребує тільки уваги та сумлінного ставлення: чим більший досвід роботи оператора, тим менше часу він витрачає на її виконання. За достатньої кількості досвідчених операторів уведення даних може бути здійснене у мінімальний термін, тому дослідницькому колективу краще здійснювати введення даних не власними силами, а замовляти службам, які виконують подібні роботи.

Як найраціональніший підхід до процедури обробки даних, можна рекомендувати такий баланс між затратами праці безпосередньо дослідницької групи та залучених осіб (або організацій): підготовка до введення даних має здійснюватися власними силами під керівництвом та за безпосередньої участі керівника дослідницького колективу; введення даних у комп'ютер краще замовляти організаціям, що спеціалізуються саме на такій роботі.

Коли дослідник замовляє введення даних організації, його участь у подальшій роботі полягає у такому:

1) домовляючись із керівником групи введення інформації, він повинен передати йому «ключову» анкету, за допомогою якої працювали редактори, що перевіряли якість заповнення; біля кожного пункту-запитання має бути

зазначений тип шкали (номінальна, порядкова, метрична) відповідно до тих методів статистичного аналізу, які він має намір застосовувати;

2) після підготовки паспорта введення даних дослідник має уважно ознайомитися з його друкованою копією; внести необхідні уточнення та коригування у тих випадках, якщо які-небудь деталі викликають у нього сумніви або незгоду;

3) після введення даних слід перевірити якість уведення. Це, зазвичай, здійснюється шляхом повторного введення. Отже, підкреслимо, перевірка якості введення емпіричного матеріалу здійснюється насамперед методом повторного введення.

Якщо дослідник має достатньо часу і фінансових ресурсів, то він, зазвичай, замовляє повторне введення усього масиву даних. Усі анкети, у яких виявлено невідповідність між результатами першого і повторного введення, вводяться ще раз (доки не буде досягнуто повної узгодженості). Однак у випадку обмеженого часу на проведення дослідження таке довготривале введення здійснити важко, іноді неможливо. Тому в більшості випадків застосовують скорочені варіанти контролю якості введення: повторне введення частини анкет (10%, 20% тощо); перевірка введення кількох пунктів анкети (особливо важливих на думку дослідника) у всьому масиву тощо. За результатами такої вибіркової перевірки підраховується відсоток браку.

Що має робити дослідник, виявивши певний відсоток браку на етапі введення інформації? Це залежить від завдань, цілей та умов здійснюваного дослідження. Якщо термін дослідження дозволяє, можна у разі певного перевищення відсотка браку (наприклад, 1%) вимагати повторного введення. Якщо дослідник передбачає подібний захід, він має обумовити це у трудовій угоді (контракті), що укладається з керівником уведення інформації перед початком роботи. У випадку, якщо термін проведення дослідження стислий (наприклад, у разі опитування громадської думки з надзвичайно актуальних питань), дослідник може у процесі аналізу враховувати помилки введення і, визначаючи якість інформації, повторно розраховувати сукупну помилку. У

таких випадках, здійснюючи аналіз інформації, дослідник у своїх висновках має бути коректнішим, менш категоричним, робити додаткову поправку на відсоток браку, що стався під час уведення інформації.

Існують також інші методи контролю якості введення інформації у комп'ютер, здебільшого вони пов'язані з особливістю програми, яку застосовують для обробки соціологічної інформації.

Результати опитування населення, введені у комп'ютер, самі по собі є «сирими» даними, формалізованою інформацією про те, як той або той респондент відповів на запитання анкети. Подібна інформація може бути цікавою, наприклад, для відділу кадрів чи керівника організації, що наймає на роботу конкретного індивіда, але для розуміння соціальних процесів чи явищ «сірі дані» не є інформацією у повному значенні цього слова. Відмінність між «даними» та «інформацією» полягає у тому, що самі по собі дані не мають інтерпретаційного сенсу. Процес їх систематизації і подання у вигляді, що має смислове значення, дістав назву *обробки даних*.

Таким чином, суть обробки даних полягає у переході від «сирих даних» до «соціальної інформації». Завдання дослідника – визначити шляхи такого перетворення одержаного матеріалу і такої форми його подання, які у результаті створять можливість абстрагуватися від конкретних відповідей окремих людей і встановити найважливіші закономірності та зв'язки, виявлені у зібраному матеріалі.

Сьогодні, коли соціологи для обробки даних використовують комп'ютери та відповідні програми обробки й аналізу, часто виникає ситуація, коли дослідник, одержавши файл даних, навіть не розмірковує, як йому систематизувати і структурувати зібраний матеріал. Він автоматично замовляє передбачену програмою обробку та отримує результат у тому вигляді, який закладено розробниками комп'ютерної програми. Зазвичай, такий «дослідник» обмежується одно- і двовимірними рядами розподілів (іноді він навіть не уявляє, що форма систематизованих таким чином даних має назву «ряд розподілу»).

Коли рівень розвитку електронної техніки ще не забезпечував можливості автоматично застосовувати готові програми обробки й аналізу соціологічних даних, дослідник не розпочинав збір інформації не підготувавши повного алгоритму обробки (в основному ручної, з окремими елементами можливої механізації); інакше ці дані були б тільки архівом анкет, на збирання яких недоцільно втрачати кошти й сили. Останнім часом обробка даних зазнала принципової трансформації у зв'язку зі зростаючими можливостями інформаційних технологій. У виконавця зникла потреба у підготовці повного алгоритму обробки даних. Широкий доступ до персональних комп'ютерів та сучасне програмне забезпечення дають змогу навіть особам, які практично не мають спеціальної підготовки, перетворювати «сирий» матеріал на певний тип інформації.

Існують різні погляди на проблему необхідного рівня підготовленості соціолога до обробки і аналізу первинних соціологічних даних, рівня його кваліфікації у галузі математичної статистики – однієї з основ соціологічного аналізу емпіричних даних.

Один погляд визначається парадигмою професійної корпоративності, спрямованої на ствердження того, що людина, погано обізнана зі значенням та змістом математичних формул, за якими комп'ютерні програми здійснюють статистичні розрахунки, не може здійснювати первинний статистичний аналіз.

Інша точка зору полягає у тому, що необов'язково бути обізнаним із математико-статистичним апаратом, як і з принципами роботи комп'ютера, щоб користуватися розробленими програмами.

Аргументи прихильників першого погляду не потребують особливого розкриття, тому що зрозумілою є позиція, згідно з якою будь-яке заняття вимагає відповідної кваліфікації, і більшість людей залюбки звернеться до професіонала, коли виникає потреба виконати роботу, що передбачає певний рівень професійної кваліфікації.

Але й друга позиція також має певне виправдання. Обґрунтовуючи її, **П. Алрек і Р. Сеттл** (співробітники однієї з американських консультаційних

служб) звертаються до аналогії з авіарейсами: «Адже ніхто не буде стверджувати, що людина, яка збирається летіти літаком у віддалене місто, повинна бути фахівцем у галузі аеродинаміки чи літакобудування. Більшість пасажирів має туманне уявлення про те, як побудовано літак, і, звісно, не зможе підняти його у повітря, розрахувати курс тощо. Та усе ж таки вони здатні здійснити політ до місця призначення досить швидко і безпечно. Це можливо тому, що всі кваліфіковані технічні роботи уже виконані відповідними фахівцями. Пасажири, однак, без сумніву, потребують певних знань та інформації. Наприклад, куди вони збираються летіти, які авіалінії та рейси ними можуть бути використані, як дістатися аеропорту і коли вони зможуть вилетіти. Користувачі, звісно, потребують також коштів на квиток, але вони не зобов'язані знати, як побудовано літак і навіть як він літає». Дослідник, на думку прихильників такої позиції, перебуває в аналогічному становищі, і йому не варто вдаватися у деталі статистичного апарату, як і в будову комп'ютера. Формули, що містяться в основі аналізу, розроблялися і застосовувалися досвідченими фахівцями в галузі математики і статистики. Тому той, хто відчуває потребу та інтерес до вивчення соціальних фактів, закономірностей, принципів, може використовувати комп'ютерні програми у готовому вигляді, не вникаючи у сутність математико-статистичного апарату, закладеного в основу соціологічного аналізу.

Перший погляд, на нашу думку, правильніший. Тим більше, що аргументи прихильників другої позиції уявляються сумнівними хоча б тому, що аналогія з пасажиром неправомірна: пасажир, користуючись результатами діяльності інших фахівців, сплачує за квиток; соціолог же, розпочавши аналіз первинного матеріалу, виконує замовлення і, зазвичай, сам стягує платню за виконану роботу. Пасажир є споживачем чужої кваліфікованої праці, а соціолог сам є кваліфікованим виконавцем, на його знання та кваліфікацію покладається замовник чи споживач кінцевого продукту соціологічної інформації, який, на нашу думку, виступає у ролі пасажира (якщо вже скористатися згадуваною вище термінологією).

3. Методи факторного та кластерного аналізу.

Розгляд цього питання передбачає акцентування уваги на тому, що головними завданнями і факторного, і кластерного аналізу є, по-перше, скорочення змінних (редукція даних) та, по-друге, визначення структури взаємозв'язку між змінними (класифікація змінних).

Пояснення спільних рис та відмінностей кожного з цих методів почнемо із описування особливостей факторного аналізу. Здійснюючи його інтерпретацію, важливо мати на увазі загальні методичні аспекти факторного аналізу. Нехай ми маємо n об'єктів, кожен із яких характеризується набором із m ознак, x_{ij} – значення j -ї ознаки для i -го об'єкту, тоді уся інформація може бути відображена у вигляді таблиці (матриці даних).

Номер об'єкту	Номер ознаки			
	1	2	...	m
1	X_{11}	X_{12}	...	X_{1m}
2	X_{21}	X_{22}	...	X_{2m}
...
N	X_{n1}	X_{n2}	...	X_{nm}

Якщо усі ознаки кількісні, то матриці можна обробляти за допомогою методів факторного аналізу. Перший етап обробки пов'язаний із обчисленнями матриці парних коефіцієнтів кореляції (цей етап спільний для всіх методів факторного аналізу).

Варто знати, що головні результати факторного аналізу виражені у факторних навантаженнях та факторних вагах. Факторні навантаження – це значення коефіцієнтів кореляції кожної з ознак із кожним із виявлених факторів. Чим щільніший зв'язок даної ознаки з фактором, тим більше значення факторного навантаження. Таблиця факторних навантажень має m стрічок (за кількістю ознак) та k стовбців (за кількістю факторів). *Факторними вагами* називають кількісні значення факторів для кожного з n об'єктів. Для об'єкта з більшим значенням факторної ваги більший ступінь прояву властивостей, що визначені цим фактором. Таблиця факторних ваг має n стрічок (за кількістю

Горизонтальна деревовидна кластерограма за методикою Леонгарда-Шмішека. На горизонталі кластерна вага (в умовних одиницях), на вертикалі – назва шкал тесту.

Евклідова відстань. Геометрична відстань у багатовимірному просторі:

$$S(x, y) = \sqrt{\sum_{i=1}^n (x/i - y/i)^2}$$

Квадрат Евклідової відстані. Іноді може виникнути бажання підвести до другого ступеня стандартну Евклідову відстань, щоб надати більше ваги віддаленим один від одного об'єктам.

$$S(x, y) = \sum_{i=1}^n (x/i - y/i)^2$$

Манхетенська відстань. Ця відстань є просто середньою різницею між об'єктами.

$$S(x, y) = \sum_{i=1}^n |x/i - y/i|$$

Відстань Чебишева. Така відстань може виявитися дуже корисною, коли бажають визначити два об'єкти, як різні, якщо вони розрізняються за певною координатою.

$$S(x, y) = \max |x/i - y/i|$$

Ступенева відстань. Іноді бажають суттєво збільшити чи зменшити вагу, для якої об'єкти суттєво відрізняються, у такому разі користуються ступеневою відстанню.

$$S(x, y) = r \sqrt{\sum_{i=1}^n (x/i - y/i)^p}$$

Де r та p – виміри, які дослідник визначає самостійно. Вимір p відповідає за поступове зважування різниці за різними координатами, r – за прогресивне зважування великих відстаней між об'єктами.

На першому кроці, коли кожен об'єкт – це кластер, відстань між цими об'єктами визначається прийнятою мірою, але, коли пов'язані декілька об'єктів, виникає питання, як визначити відстань між ними? У такому разі існує декілька методів визначення відстаней між кластерами.

Метод найближчого сусіда. У цьому методі відстань між двома кластерами визначається, як відстань між двома найближчими об'єктами у різних кластерах.

Метод найвіддаленіших сусідів. Тут відстань між двома кластерами визначається, як найбільша відстань між будь-якими двома об'єктами у різних кластерах.

Незважене попарне середнє. У цьому методі відстань між двома кластерами визначається, як середня відстань між усіма парами об'єктів у них.

Зважене попарне середнє. Метод дуже подібний до попереднього, за винятком того, що при вимірюванні обсяг (кілька об'єктів у них) відповідних кластерів застосовується, як коефіцієнт потенціалу.

Незважений центроїдний метод. У цьому методі відстань між двома кластерами знаходиться, як відстані між їх центрами тяжіння.

Зважений центроїдний метод. Метод подібний до попереднього, але у розрахунках застосовуються виміри для спостереження різниці між обсягами класів.

Метод Варда. Цей метод використовує дисперсійний аналіз для оцінки відстаней між кластерами, він мінімізує суму квадратів для будь-яких двох кластерів, які формуються на кожному кроці. У цілому – дуже ефективний метод, проте створює кластери малого обсягу.

Побачити групування об'єктів у просторі двох чи трьох змінних зовсім не складно (досить побудувати діаграму розсіювання та уважно її розглянути), набагато важче це зробити у випадку, коли ознак та груп багато, а відстані між групами досить маленькі. Тоді на допомогу дослідникові приходять спеціальні методи знаходження кластерів. Один із них – метод швидкого кластерного аналізу (Quick -cluster), або метод k-середніх. Зводиться він до такого: перед проведенням аналізу дослідник вирішує, на яку кількість груп йому потрібно розбити усю сукупність об'єктів. Це він може робити на підґрунті теоретичних ідей, результатах попередніх досліджень тощо. Послідовно розрізняючи об'єкти на певну множину класів, можна порівнювати якість отриманих

результатів. Частіше починають аналіз намагаючись розмежувати об'єкти на дві групи (кластери), потім на три, чотири тощо.

Після того, як прийняте рішення відносно кількості груп, у просторі навмання обираються центри майбутніх кластерів. Потім обчислюється відстань між центрами кластерів та кожним об'єктом, об'єкт приписується до того кластеру, до якого він ближче, далі обчислюються середні значення для кожного кластеру. Цих середніх буде стільки, скільки використовується змінних для проведення аналізу (k). Такий набір середніх являє собою координати нового положення центру кластерів. Процес продовжується, допоки центри не припинять «мігрувати» у просторі. Отримані k середніх можна використати для оцінки різниці кластерів між собою (бажано отримати велику різницю).

Використана і рекомендована література

1. Аптон Г. Анализ таблиц сопряженности. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 140 с.
2. Білосвіт К.Д., Паніотто В.І. Вимірювання у конкретно-соціологічному дослідженні // Філософська думка. – 2016. – №5. – С. 83 – 93.
3. Большев Л.Н., Смирнов Н.В. Таблицы математической статистики. М.: Наука, 2013. – 416 с.
4. Гурьев В.И. Основы социальной статистики: методы, система показателей, анализ. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 177 с.
5. Дегтярев Г.П. Факторный анализ в социологическом исследовании: вопросы интерпретации // Комплексный подход к анализу данных в социологии. – М.: ИС АН СССР, 1989. – 168 – 184.
6. Дрейпер Н., Смит Г. Прикладной регрессионный анализ. – М.: Статистика, 2013. – 392 с.
7. Дэвид Г. Метод парных сравнений. – М.: Статистика, 2018. – 142 с.
8. Иберла К. Факторный анализ. – М.: Статистика, 2018. – 398 с.

9. Кендэлл М., Стюарт А. Статистические выводы и связи. – М.: Наука, 2013. – 899 с.
10. Клигер С.А., Косолапов М.С., Толстова Ю.Н. Шкалирование при сборе и анализе социологической информации. – М.: Наука, 2018. – 112 с.
11. Лазарсфельд П. Измерение в социологии // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – М.: Прогресс, 2012. – С. 134 – 149.
12. Малахов В.А. Специальные методы группировки // Социолог. исслед. – 1980. – № 3. – С. 190 – 200.
13. Математические методы в социальных науках. – М.: Прогресс, 2013. – 351 с.
14. Мойн В.Б. Две стратегии измерения // Социолог. исслед. – 2018. – № 6. – С. 112 – 119.
15. Осипов Г.В., Андреев Э.П. Методы измерения в социологии. – М.: Наука, 2017. – 182 с.
16. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. К.: Наук. думка, 2012. – 272 с.
17. Рассел Д. Измерение одиночества // Лабиринты одиночества. – М.: Прогресс, 2018. – С. 192 – 226.
18. Статистические методы анализа информации в социологических исследованиях. – М.: Наука, 2018. – 319.
19. Толстова Ю.Н. Существует ли проблема социологического измерения? // Социология. 4М. – 2015. - №№4-5. – С. 103 – 117.
20. Хартман Г. Современный факторный анализ: Пер. с англ. – М.: Статистика, 2018. – 486 с.

Глосарій (словник термінів)

Обробка соціологічної інформації – перетворення емпіричних даних, отриманих у процесі соціологічного дослідження, з метою зробити їх компактними, доступними для аналізу, перевірки дослідницьких гіпотез, інтерпретації. Умовно обробку соціологічної інформації можна розрізнити на

первинну та вторинну. Під первинною розуміється обробка вихідної інформації, для якої служать дані, отримані в ході емпіричного дослідження (первинною інформацією можуть бути відповіді респондентів, оцінки експертів, результати спостереження тощо). Первинною обробкою вважається табулювання, розрахунок багатовимірних розподілів ознак, класифікація тощо. Вторинна обробка соціологічної інформації – перетворення даних первинної обробки, тобто отримання показників, що розраховуються за частотами, згрупованими даними, кластерами тощо (це – середні величини, міри розсіювання, зв'язки, показники значущості). До вторинної обробки можна віднести і методи графічного зображення даних (результатів) дослідження, вихідна інформація для яких – згруповані дані, таблиці, індекси (не слід плутати вторинну обробку соціологічної інформації із вторинним аналізом соціологічної інформації).

? Контрольні запитання

1. Поясніть особливості процедур, що здійснюються у процесі підготовки до обробки первинного соціологічного матеріалу.
2. Розкрийте сутність процедур обробки анкет.
3. Поясніть специфіку підготовки до обробки результатів спостереження.
4. Поясніть сутність факторного аналізу даних.
5. Які завдання виконує кластерний аналіз даних.

✍ Теми ІНДЗ

1. Особливості застосування алгоритмів факторного аналізу в соціологічному дослідженні.
2. Застосування канонічних кореляцій в емпіричних соціологічних дослідженнях.
3. Ієрархічні кластерні процедури.
4. Класифікація методів багатовимірного аналізу та їх особливості.
5. Методи і моделі факторного аналізу та багатовимірного шкалування.

ТЕМА 10. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІОЛОГІЧНОГО ВИМІРЮВАННЯ

План

1. Номінальна шкала.
2. Рангова шкала.
3. Інтервальна шкала.

Основна мета емпіричних спостережень полягає у тому, щоб перевірити гіпотези про природу та механізм суспільних явищ, які нас цікавлять, або закономірності поведінки людей. Однак перед тим, як дослідники починають перевіряти свої гіпотези вони, зазвичай, роблять загальний огляд отриманих даних намагаються резюмувати та описати за кожною із перемінних. Здійснюючи резюме вимірів однієї перемінної, застосовується так звана *описова статистика*. Таблиці, які відповідають такому аналізу, називаються *лінійними* або *одномірними розподілами*.

У курсі математичної статистики можна ознайомитися з деякими зразками аналізу одномірних даних і описової статистики. Наприклад, середній бал оцінок групи – це описова статистика, яка описує і підсумовує екзаменаційні відомості як відображення курсу оцінок. Якщо накреслимо графік того, як змінюється в часі коефіцієнт безробіття в даному регіоні, то це забезпечить можливість побачити, зростає воно чи спадає – і це буде аналіз одномірних даних, у якому предметом описової статистики є коефіцієнт безробіття. Таким чином, описові статистичні дані – це не що інше, як способи математичного сумування численних спостережень у чіткій і зрозумілій формі.

Зазвичай, для узагальненого опису, найхарактернішого для явищ, що спостерігаються, застосовуються два основні типи аналізу: 1) вимірювання *центральної тенденції* (тобто виявлення, які зі значень перемінних зустрічаються в лінійних розподілах найчастіше, а отже, визначають загальну або центральну закономірність); 2) вимірювання розсіювання або дисперсії (тобто відображення рівня щільності розподілу усіх зафіксованих значень даної перемінної навколо найзагальнішого, середнього або центрального значення). У часі опрацювання емпіричних даних та аналізі отриманих результатів потрібно

брати до уваги шкалу, за допомогою якої здійснювалося вимірювання тієї або тієї перемінної. Способи вимірювання, тобто алгоритми, за якими відбувається відображення досліджуваних соціальних об'єктів у тій або тій числовій математичній системі, розрізняються за рівнем своєї складності та за обсягом тих математичних дій, які можна виконувати з отриманими в результаті спостережень значеннями перемінних. Залежно від того, наскільки широке коло математичних операцій, необхідне для обробки і отримання змістовних висновків, в емпіричному соціологічному дослідженні найчастіше застосовують шкали таких типів (якщо розташувати їх за зростанням відповідного рівня вимірювань): номінальні, рангові, інтервальні, пропорційні. Усі ці шкали були розроблені та запроваджені в наукове користування американським дослідником **С. Стівенсоном**.

1. Номінальна шкала.

За допомогою номінальної шкали вимірюються такі перемінні, які за своєю природою не можуть кількісно відрізнятися одна від одної. Інша назва цього рівня вимірювань – шкала *найменувань*. Кожне значення тут є окремою категорією, і значення є тільки своєрідною позначкою або назвою. Значення надаються перемінній безвідносно до впорядкування або встановлення якоїсь дистанції між категоріями, їх неможливо порівняти між собою за принципом «більше-менше», «вище-нижче» тощо. Так, наприклад, коли потрібно було б розрахувати середні значення перемінних, виміряних за номінальною шкалою, то це було б марнуванням часу. І, дійсно, не можна розрахувати середнє значення статі або професії чи етнічної приналежності. У вимірюваннях номінального рівня відсутні ті властивості, які мають реальні числа, і такі перемінні неможливо додавати, віднімати, множити і ділити.

Тому дані, отримані за номінальною шкалою, найчастіше резюмуються за допомогою звичайного частотного розподілу так, як показано в таб. 4.2 і 4.3

Розподіл респондентів за статтю таб. 4.2

Стать	Частота	Відсоток
Чоловіків	399	44,3
Жінок	496	55,0
Всього	895	100,0

Джерело: Гіпотетичні дані.

Таблиця 4.3 Розподіл респондентів за соціально-професійним статусом

Соціально-професійний статус	Частота	Відсоток
Керівники підприємств	16	1,8
Підприємці	52	5,8
ІТР	83	9,3
Невиробнича інтелігенція	89	9,9
Службовці без спеціальної освіти	48	5,4
Кваліфіковані робітники	93	10,4
Середньо- і малокваліфіковані робітники	102	11,4
Непрацюючі пенсіонери	226	25,3
Решта	186	20,8
Всього	895	100,0

Джерело: Гіпотетичні дані.

Ми бачимо, що в таблицях, крім відображення частоти в абсолютних цифрах, наведені дані і у відсотках (це вказує на питому вагу кожного зі значень перемінної, яка визначається). Пропорції та відсоткові долі у процесі аналізу мають перевагу перед частотним розподілом, тому що вони полегшують процес порівняння двох популяцій різних розмірів. Наприклад, в таб. 4.4 показані дві гіпотетичні студентські популяції різних розмірів, але з

однаковими пропорціями вибору дисциплін, які є для них привабливішими для вивчення. Можна прикрити стрічкою паперу стовпці, що містять відсотки, і переконатися, що безпосередньо із частотного розподілу (без відображення відсотків) виявити цей факт досить важко. А відсотки розкривають цю інформацію негайно, тому часто, з метою економії місця, особливо у великих за розмірами таблицях, показують тільки відсотки. Частотні розподіли в абсолютному вираженні пропускаються, однак у такому разі бажано вказувати загальну кількість спостережень і тим самим створювати можливість читачеві у разі потреби підрахувати відповідний частотний розподіл.

Таблиця 4.4 Розподіл переваг наданих різним навчальним дисциплінам

Навчальна дисципліна	Дошкільний факультет		Історичний факультет	
	частота	відсоток	частота	відсоток
Маркетинг	35	25,9	48	25,9
Соціологія	30	22,2	41	22,2
Англійська мова	45	33,3	61	33,3
Математика	25	18,5	34	18,5
Всього	135	100,0	184	100,0

Джерело: Гіпотетичні дані

У таб. 4.5 показано зразок частотного розподілу пропорцій та відсотків голосів делегатів Національної конвенції Демократичної партії США, поданих у 1984 р., за висунення трьох основних кандидатів у президенти від цієї партії – Волтера Мондейла, Гері Харта, Джессі Джексона.

Таблиця 4.5 Частотний розподіл пропорції і відсотків голосів делегатів Національної демократичної конвенції 1984 р. (Перемінна: кількість поданих голосів на номінації кандидата в президенти від Демократичної партії 1984 р.)

Категорія (значення перемінної)	Частота	Пропорція	Відсоток
Мондейл	2191	0,568	56,8
Харт	1200	0,311	31,1
Джексон	465	0,121	12,1
Всього	3856	1,000	100,0

Джерело: New York Times, July 20. 1984. A12.

У наведеній вище таблиці, звісно, і так видно, що абсолютна кількість голосів подано за Мондейла (2191), більше, ніж за інших кандидатів. Однак завдяки застосуванню пропорцій та відсотків, порівняння різних значень перемінних, ця перевага стає рельєфнішою, відчутнішою, це звісно ж полегшує аналіз. Перевага стає особливо беззаперечною у разі послідовного порівняння досить довгих рядів розподілів.

Для даних номінального рівня вимірювання центральної тенденції відбувається за допомогою визначення *моди*. *Модю*, або *модальною категорією*, називається те значення перемінної, яке зустрічається серед даних найчастіше. У таб. 4.2 модальною категорією є жінки. У таб. 4.3 – це категорія непрацюючих пенсіонерів, які серед респондентів виявилися в більшості.

Крім центральної тенденції вимірюють і *дисперсію* даних. Дисперсія характеризує розсіювання значень перемінної. Для даних номінального рівня найбільша дисперсія проявляється у тих випадках, коли спостереження розподілені порівно між категоріями. Дані таб. 5 досить дисперсні, тому що є майже однакова кількість чоловіків і жінок. Повна відсутність дисперсії трапляється у тих випадках, коли всі значення перемінної, за якою ведеться спостереження, повністю однорідні, тобто потрапляють до однієї і тієї ж категорії.

У тому разі, коли проводиться одномірний аналіз, можуть виявитися такі характеристики даних, які стають істотною перепорою для подальшого аналізу.

Уявіть, наприклад, що ви намагаєтеся виявити зв'язок між статтю та професією, і виявили, що до вибірки потрапили тільки чоловіки. У зв'язку з тим, що має місце повна відсутність дисперсії (тобто немає варіацій за однією з визначальних перемінних – статтю), порівняння провести неможливо. Із цієї ситуації потрібно винести важливий висновок: немає різниці – немає порівняння. А процедура порівняння є, по суті, ядром аналізу. У разі відсутності відмінності можна зафіксувати якесь цікаве одноманіття, але не можна дослідити зв'язок між перемінними, тобто виявити, що ж відбувається з однією із них, коли інша варіює (змінюється). Найпростіший одномірний аналіз, виконаний у процесі збирання даних, допоможе вчасно скоректувати вибірку.

Виявляючи центральну тенденцію, слід одразу звертати увагу на максимальні та мінімальні значення досліджуваної перемінної. Іншими словами, коли маємо справу з перемінною, яка набуває цілого ряду значень, аналіз слід розпочинати з акценту на найбільшому та найменшому значенні – це одразу створить уяву про масштаб змін досліджуваної перемінної.

Не менш зручним, а часто і зручнішим засобом аналізу є графічне відображення рядів розподілу. На мал. 4.1 у формі стовпчикової діаграми зображено розподіл, поданий у таб 4.3. Одного погляду на цю діаграму досить, щоб оцінити пропорцію чисельності представників різних соціально-професійних груп у вибірці. Таблиця не показує цього настільки ж чітко.

На мал. 4.2 бачимо іншу форму графічного зображення даних. Тут наведена кругова діаграма реєстру голосів, поданих на висуненні кандидатів у президенти демократами в 1984 р. (таб. 4.5)

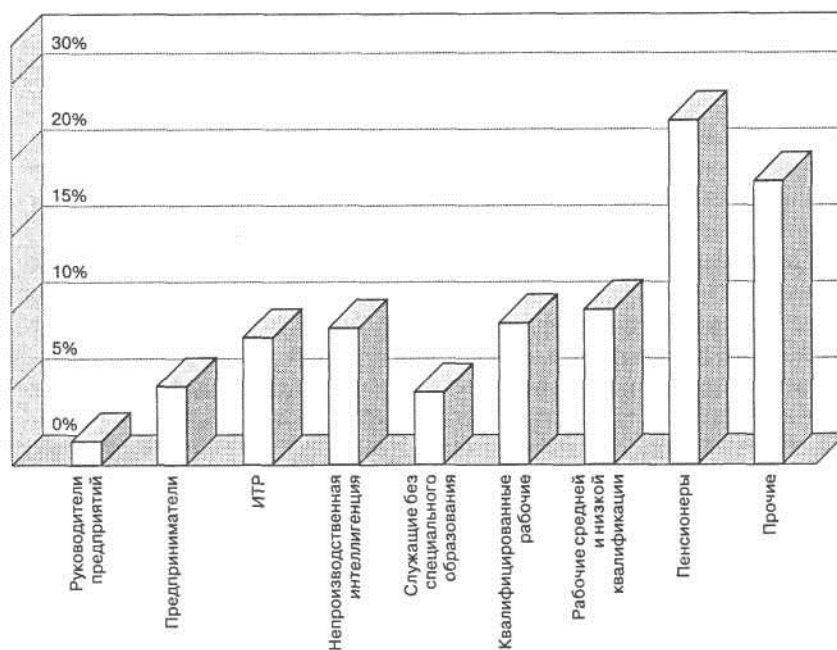


Рис. 4.1. Социально-профессиональный статус опрошенных



Рис. 4.2. Распределение голосов за выдвижение кандидатов в президенты США от Демократической партии на выборах 1984 г. (см. данные табл. 4.5)

2. Ранговая шкала.

Узагалі та ж одномірна статистика, яка застосовується для підсумовування даних номінального рівня, може бути застосована і для даних рангового рівня. Дані рангового рівня вимірювань включають у себе категорії спостереження, розміщені в порядку (від найбільшого значення якоїсь ознаки до найменшого або навпаки – від меншого до більшого). Тут методи описової статистики інформативніші, ніж методи, що застосовуються для вимірювань номінального рівня. Для вимірювань порядкового рівня центральну тенденцію частотного розподілу можна виміряти за допомогою як моди, так і медіани, для вимірювань порядкового рівня розсіювання можна виявити не тільки за

допомогою дисперсії, але і середньоквадратичного відхилення. Для вимірювань номінального рівня розсіювання частотного розподілу можна тільки «відчути», проглядаючи усі категорії. *Медіана* – це категорія, до якої відноситься серединне спостереження.

Можна прослідкувати, як визначається медіана на прикладі розподілу відповідей на запитання про те, якою є частота використання різних джерел інформації про роботу міської адміністрації (таб. 4.6).

Тут значення перемінних – частота використання того чи того джерела – віднесені до рангової шкали, значення якої змінюються від категорії «часто» (їй надано 4 ранг) до «не дали відповіді» (ранг 0). Із урахуванням того, що загальна кількість опитаних (або кількість спостережень) дорівнює 426, половину спостережень складе 213. Це означає що медіана для такого джерела інформації, як «зустрічі з мером та працівниками адміністрації», 200 припадає на категорію з рангом 1 (ніколи); для чотирьох подальших перемінних – на категорію з рангом 2 (іноді); для останньої перемінної – «телебачення» – медіана припадає на категорію 3 (систематично).

Таблиця 4.6 Джерела інформації про роботу міської адміністрації

Джерело інформації	Частота/ранг				
	часто	регулярно	іноді	ніколи	не дали відповіді
		3	2	1	0
Зустрічі з міським головою і працівниками адміністрації	2	5	39	282	98
Газети	46	76	171	71	62
Спілкування з колегами по роботі	30	63	124	104	105
Спілкування з рідними, сусідами, друзями	45	82	167	52	80
Радіо	66	88	142	64	66
Телебачення	133	129	121	22	21

Джерело: Гіпотетичні дані.

Відзначимо, що в разі застосування для вимірювань порядкового рівня, методи описової статистики інформативніші, ніж для вимірювань номінального рівня. У першому випадку центральну тенденцію частотного розподілу можна виміряти як за допомогою моди, так і за допомогою медіани, а в другому – тільки моди. Для вимірювань порядкового рівня розсіювання частотного розподілу можна виявити за допомогою дисперсії і середньоквадратичного відхилення, тоді як для вимірювань номінального рівня розсіювання можна тільки «відчути», проглядаючи усі категорії. Це одна з причин того, що вимірюванням вищого рівня часто надається перевага, порівняно з вимірюваннями нижчого рівня.

3. Інтервальна шкала.

Вимірювання інтервального і пропорційного рівня рідко аналізуються за допомогою прямої вказівки частот чи відсоткового співвідношення. На відміну від номінального або рангового вимірювання значень перемінних, вимірюваних за допомогою *інтервальних шкал*, змінюються безперервно, вони відображають кількісні величини, а не категорії. Тому кількість різних значень, які спостерігаються, може бути настільки великою, що частоти і відсоткові залежності виявляються нездатними ефективно підсумувати дані. І, дійсно, у разі вимірювання такої перемінної, як вік, ми можемо отримати набір значень, жодне з яких не повторюватиметься (якщо в нашому вибірковому масиві не виявиться якоїсь кількості респондентів, чії дати народження збігаються день у день). Вимірюючи прибутки, також важко розраховувати, що суми прибутків різних респондентів або їх сімей збігатимуться до гривень і копійок. Із цієї причини значення таких перемінних і розміщують в інтервалах, обсяг яких визначається дослідницьким задумом.

Критеріями центральної тенденції для пропорційного та інтервального рівнів вимірювань стає мода, медіана та середнє арифметичне. *Середнє*

арифметичне є сумою значень перемінної, поділеної на кількість значень. Загальна формула для її підрахунку має такий алгебраїчний вираз

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{N} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_i}{N}, \quad (4.1)$$

Де X — числове значення i -й позиції, а N — загальна кількість спостережень (обсяг вибірки).

Розглянемо обчислення середньої арифметичної величини на прикладі підрахунку середньої відвідуваності занять у студентській групі за даними перевірок деканату. Дані відвідування наведені в таб. 4.7

Додавши числа у правій колонці і поділивши їх на 10 (кількість перевірок), отримаємо результат – середня відвідуваність у групі склала $x = 18,6$.

Зрозуміло, що отримане число – 18,6 студента не може мати дійсного фізичного смислу, воно придатне тільки для порівняння між собою рівня відвідуваності у двох і більше групах, хоча і для цього отримані середні величини спочатку слід нормувати, поділивши їх на загальну кількість студентів у кожній із груп.

Середнє арифметичне може бути чинником деформації показника центральної тенденції, якщо в обсязі вибіркової сукупності серед значень перемінної, яка цікавить дослідника, з'явиться якась екстремальна величина. Наприклад, середньомісячні прибутки на душу в сім'ях із двох гіпотетичних спільнот (наприклад, мешканців двох під'їздів одного будинку, у кожному з яких нараховується по 10 квартир) ідентичні, за винятком прибутку однієї сім'ї (таб 4.8). Середній прибуток на душу в сім'ях мешканців першого під'їзду – 4230 грн. – більше, ніж удвоє, переважає середньодушовий прибуток у другому під'їзді – 2050 грн. Саме розрахунок середнього прибутку в кожному з під'їздів створює помилкове враження, що люди в першому – вдвічі заможніші, ніж

люди в другому під'їзді. Хоча насправді тільки одна сім'я в першому під'їзді набагато заможніша будь-якої сім'ї з обох під'їздів. У такому випадку медіана буде кращим показником центральної тенденції, ніж середнє. Медіанний підхід дасть для обох під'їздів однаковий результат: 2100 грн. – досить близький до середнього значення в другому під'їзді. Якщо середнє і медіана не збігаються за своїми значеннями, можна зробити висновок, що на значення середнього впливають одне або кілька екстремальних значень вимірюваної перемінної.

Таблиця 4.7 Відвідуваність лекцій студентами академічної групи

Номер заняття	Кількість присутніх
1	17
2	21
3	18
4	14
5	20
Номер заняття	Кількість присутніх
6	20
7	16
8	17
9	21
10	22

Джерело: Гіпотетичні дані

Таблиця 4.8 – середні на душу щомісячні показники прибутків сімей у двох під'їздах будинку (грн.)

Номер квартири	1-й під'їзд	Номер квартири	2-й під'їзд
1	1000	11	1000
2	1000	12	1000
3	1000	13	1200
4	1800	14	1800

5	2000	15	2000
6	2200	16	2200
7	2500	17	2500
8	2800	18	2800
9	3000	19	3000
10	25 000	20	3000
Середнє	4230	Середнє	2050

Підрахунок середньої арифметичної величини для перемінних, значення яких вимірюються не однозначно визначеними числами, а змінюються впродовж безперервної низки значень, має свої особливості. У такому разі підраховується не середнє арифметичне, а середньозважене. Уявімо, що нам потрібно вирахувати середній вік опитаних респондентів (табл. 4.9)

Таблиця 4.9 Розподіл респондентів за віком

Вік, роки	Частота	Відсоток
18-24	46	10,1
25-29	55	12,0
30-39	97	21,2
40-49	115	25,2
50-59	74	16,2
60-70	70	15,3
Всього	457	100,0

Джерело: Гіпотетичні дані

Спочатку тут потрібно визначити середину кожного інтервалу. Це можна зробити шляхом підрахунку звичайного середнього, тобто, сума крайніх значень ділиться навпіл. Після цього потрібно помножити це значення на кількість респондентів відповідного віку, додати отримані результати і поділити на загальний обсяг вибірки (див. таб. 4.9а)

Таблиця 4.9а Результат другого етапу обчислення вирахування середньовікової величини

Вік, роки	Частота	Середина інтервалу	Здобуток
18-24	46	21	966
25-29	55	27	1485
30-39	97	34,5	3346,5
40-49	115	44,5	5117,5
50-59	74	54,5	4033
60-70	70	65	4550
Всього	457	I	19 498

Джерело: Гіпотетичні дані.

Ділимо отриману суму на 457 і отримуємо середній вік – 42,6 року. Отже, формула для середньозваженого значення є аналогічною співвідношенню (4:1) з урахуванням того, що X_j тут відноситься до середини інтервалу:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_j n_j}{N} = \frac{x_1 n_1 + x_2 n_2 + \dots + x_j n_j}{N},$$

де X_j — числове значення j -й позиції; n_j — кількість респондентів, які спостерігаються за j -ю позицією перемінної; N — загальна кількість спостережень.

Показники розсіювання даних інтервального або пропорційного рівня включають середнє відхилення, дисперсію і середньоквадратичне відхилення. Середнє відхилення (MD) є мірою розсіювання, заснованою на відхиленні кожного зі значень від середнього. Зразок його обчислення наведено нижче за даними з таблиці 4.10

Таблиця 4.10 Розподіл, відхилення і середній розподіл прибутків серед мешканців під'їзду №2

Номер квартири	2-й під'їзд	$x-x$	$ x-x $
11	1000	-1050	1050
12	1000	-1050	1050
13	1200	-850	850
14	1800	-150	150
15	2000	-50	50
16	2200	50	50
17	2500	450	450
18	2800	750	750
19	3000	950	950
20	3000	950	950
Середнє	2050	$S(x-x)=0$	

Таким чином, рівняння для середнього відхилення є таким:

$$MD = \frac{\sum |x_i - \bar{x}|}{N},$$

де $| |$ — символ абсолютної величини (модуля).

Якщо взяти кожен відміток і відняти від неї середнє, то буде обраховано величину, на яку кожна з відміток (друга колонка) відрізняється від середнього (нижня клітинка другої колонки). Сума цих відхилень завжди дорівнює нулеві – важлива математична властивість середнього (це можна перевірити шляхом додавання чисел у третьому стовпцеві). У зв'язку із тим, що нас цікавить тільки величина відхилення, а не спрямованість або знак його, то знаходимо *абсолютне значення* відхилення (четвертий стовпець). Потім їх суму ділять на кількість відміток, щоб знайти середнє відхилення відміток від середнього. Отримуємо відповідь $MD = 630$. Чим більше середнє відхилення, тим більше розсіювання відміток навколо середнього.

Хоча середнє відхилення і виявляє розсіювання, частіше для його вимірювання застосовують дисперсію і середньоквадратичне відхилення.

$$\sigma^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{N}$$

Дисперсія – це сума квадратів відхилень від середнього, поділена на кількість відміток:

$$\sigma^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{N}$$

Середньоквадратичне відхилення – це корінь квадратний із дисперсії.

Чим більше розсіювання даних навколо середнього, тим вище значення σ^2 і S. Це означає, що коли усі дані однакові, то S^2 і N дорівнюють нулеві.

Таким чином, для підрахунку дисперсії та середньоквадратичного відхилення потрібно послідовно здійснити сім процедур:

- 1) вирахувати середнє;
- 2) вирахувати різницю між середнім і кожним зі значень;
- 3) піднести до квадрата різниці, обчислені на етапі 2;
- 4) помножити квадрати різниць на частоти спостережень кожного зі значень;
- 5) додати квадрати різниць, підрахованих на етапі 4;
- 6) розділити суму квадратів, отриманих на етапі 5, на N;
- 7) дістати квадратний корінь із числа, підрахованого на етапі 6. Це і є середньоквадратичне відхилення.

Зразок розрахунку дисперсії і середньоквадратичного відхилення. У гіпотетичному опитуванні жителів міста просили оцінити деякі особистісні якості новообраного міського голови. Із цією метою було застосовано так званий семантичний диференціал. Суть цього методу полягає в такому: респонденту пропонується відобразити своє ставлення до якостей, які цікавлять дослідника, за сукупністю біполярних шкал (у наведеному нижче прикладі дев'ятибальних). Одна із запропонованих для оцінки якісних характеристик міського голови – відкритість – виявлялася за допомогою такої шкали:

відкритий	9	8	7	6	5	4	3	2	1	закритий
-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----------

Результати дослідження розподілилися таким чином: таблиця 4.11

Розподіл оцінок якості «відкритість»

Оцінка в балах	Частота
Немає відповіді	58
1	7
2	11
3	40
4	46
5	108
6	51
7	55
8	24
9	26
Всього	426

Відкидаємо нулі (таб. 4.11), тобто варіанти «немає відповіді» (після цього сума балів дорівнює 368), підраховуємо, що середнє значення оцінки (за формулою середньозваженого) є такою: $x = 5,42$.

Звернемо увагу: коли б не відкидати значення «немає відповіді», тобто прийняли б цю позицію за 0 як математичну величину, то отримали б середнє значення: $x = 4,67$, тобто значно менше, ніж попередньо підраховане. Перший підрахунок точніший у *математичному* ракурсі, однак спотворює *соціологічний* смисл, тому що ті, хто не дав відповіді, зовсім не ставили оцінку 0, вони не ставили жодної оцінки.

Розрахуємо відхилення від середнього і квадрат відхилення від середнього за кожним балом (таб. 4.12)

Зразок розрахунку: таблиця 4.12

x , (оцінка у балах)	$(x, -x)$	$(x, -x)'$
1	-4,4	135,52
2	-3,4	127,16

3	-2,4	230,4
4	-1,4	90,16
5	-0,4	17,28
6	0,6	18,36
7	1,6	140,8
8	2,6	162,24
9	3,6	336,96

Додавши числа крайнього правого стовпця, отримаємо:

$$S(x-\bar{x})^2 = 1258,88;$$

Дисперсія:

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{N} = 2,95;$$

Середньоквадратичне відхилення:

$$S = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{N}} = 1,72.$$

Термін «дисперсія» (*dispersion*) англійською означає «розкидання, розсіювання». У нашому випадку це розсіювання дійсно отриманих емпіричних даних навколо середнього значення. Залежно від того, якою є дисперсія або середньоквадратичне відхилення, можна оцінити, наскільки однотайні були у своїх оцінках респонденти (у разі меншого значення дисперсії), або навпаки – наскільки вони розбігаються у своїх оцінках (у разі зростання дисперсії). Порівняємо, наприклад, розсіювання оцінок (за п'ятибальною шкалою: від 5 – дуже важливе, до 1 – важко відповісти), яке у процесі дослідження особливостей сексуальної поведінки зробили респонденти, із рівнем впливу на них «сексуальної освіти» різних джерел інформації (таб.4.13)

Таблиця 4.13 Оцінка впливу різних джерел на інформованість про сферу інтимних стосунків (у середніх значеннях за п'ятибальною шкалою).

Джерело	Середнє	S
Сексуальний партнер	3,55	1,36
Чоловік/дружина	3,12	1,58
Друзі	3,07	1,14
Еротичні кінофільми	3,02	1,09
Популярні видання	2,93	1,20
Наукова література	2,81	1,15
Еротична література	2,81	1,14
Батьки	2,36	0,92
Педагоги	2,13	0,82
Інші джерела	2,38	1,25

Джерело: Гіпотетичні дані.

Із цієї таблиці, крім інформації про те, що максимальний вплив на інформованість про найінтимніші аспекти життя чинить сексуальний партнер, а найменший – педагоги, дізнаємося також, що найодностайніше респонденти оцінили низький рівень впливу такого джерела, як педагоги, про це свідчать мінімальні значення середньоквадратичного відхилення, а найвище розсіювання в оцінках спричинило таке джерело, як чоловік/дружина, - максимальне значення S (яке, можливо, пояснюється великою різницею в індивідуальному досвіді).

Використана і рекомендована література

1. Адамов С.Ю. Система анализа в нечисловой информации «САНИ» //Социология. – 1991. – №2. – С. 86 – 104.
2. Бешелев С.Д., Гуревич Ф.Г. Экспертные оценки. – М.: Наука, 2013. – 159 с.
3. Благущ П. Факторный анализ с обобщениями. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 248 с.

4. Гласс Дж., Стэнли Дж. Статистические методы в педагогике и психологии. – М.: Прогресс, 2016. – 494 с.
5. Гуттман Л. Основные компоненты шкального анализа // Математические методы в современной буржуазной социологии – М.: Прогресс, 1996. – С. 288 – 343.
6. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 2019. – 127 с.
7. Дюран Б., Оделл П. Кластерный анализ. – М.: Статистика, 2017. – 128 с.
8. Елисеева И.И. Статистические методы измерения связей. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 2012. – 134 с.
9. Кендэлл М. Ранговые корреляции. – М.: Статистика, 2015. – 212 с.
10. Киселева И.П. Информативно-целевой анализ текста свободного интервью // Социологический журнал. – 2019. – №3. – С. 110 – 116.
11. Лазарфельд П. Логические и математические основания латентно-структурного анализа // Математические методы в современной буржуазной социологии. – М.: Прогресс, 1966. – С. 344 – 401.
12. Лакутин О.В., Толстова Ю.Н. Качественная и количественная информация в социологии // Социолог. иссл. – 2012. – №8. – С. 72 – 77.
13. Математические методы анализа и интерпретации социологических данных. М.: Наука, 2019. – 171 с.
14. Математические методы в социологическом исследовании. – М.: Наука, 2018. – 334 с.
15. Мюллер П., Нойман П., Шторм Р. Таблицы по математической статистике. - М.: Финансы и статистика, 2012. – 278 с.
16. Панина Н.В. Методы измерения жизненной удовлетворенности // «Lifeline» и другие новые методы психолого-биографического исследования. – М.: Прогресс, 2013. – С. 97 – 105.
17. Паніотто В.І., Максименко В.С., Харченко Н.М. Статистичний аналіз соціологічних даних. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2004. – 272 с.

18. Ростегаева Н.И. О некоторых методических аспектах построения социологических индексов // Комплексный подход к анализу данных в социологии. – М.: ИС АН СССР, 1989. – С. 43 – 52.

19. Толстова Ю.Н. Логика математического анализа социологических данных. – М.: Наука, 2011. – 111 с.

20. Фелингер А.Ф. Статистические алгоритмы в социологических исследованиях. – Новосибирск: Наука, 2015. – 208 с.

Глосарій (словник термінів)

Варіаційний розмах – межі значення ознаки (різниця між максимальним та мінімальним значеннями).

Максимум – найбільше значення ознаки, отримане вимірюванням.

Медіана – значення ознаки, яке розподіляє впорядкований ряд розподілу навпіл. Використовується для характеристики середніх значень розподілів, отриманих за дискретними шкалами.

Мінімум – найменше значення ознаки, отримане вимірюванням.

Мода – значення ознаки, що найчастіше трапляється у ряді розподілу. Мода використовується для характеристики середніх значень розподілів, отриманих за дискретними шкалами.

Середнє арифметичне – величина, яка є узагальненою характеристикою даних і зазвичай використовується ц разі характеристики досліджуваного контингенту людей за різноманітними метричними шкалами. Середнє арифметичне обчислюють шляхом розрахунку суми добутоків кожного значення ознаки на кількість осіб, які мають це значення, та діленням цієї суми на загальну кількість опитаних.

Стандартне відхилення – міра варіації, що показує середню величину відхилень (усіх опитаних) від середнього значення.

? Контрольні запитання

1. Що таке відсотковий розподіл?
2. Як визначається рівень точності наведення даних у відсотках?
3. Назвіть основні міри центральної тенденції та коротко схарактеризуйте їх.
4. Схарактеризуйте основні міри варіації (мінливості).
5. Поясніть параметри нормального розподілу.

✍ Теми ІНДЗ

1. Особливості аналізу одновимірних розподілів.
2. Міри центральної тенденції та їх застосування у процесі аналізу результатів емпіричного дослідження.
3. Значення показників скосу та ексцесу.

Тема 11. КРОС-ТАБУЛЯЦІЯ: АНАЛІЗ ДВОВИМІРНИХ ТАБЛИЦЬ

План

1. Роль статистики у процесі соціологічного аналізу.
2. Крос-табуляція.
3. Статистичний аналіз зв'язку між двома змінними.
4. Висновок: технологічна схема аналізу соціологічних даних.

1. Роль статистики у процесі соціологічного аналізу.

Можливості та обмеженість статистичного аналізу. Якщо на першому рівні аналізу основним завданням дослідника є адекватний і стислий *опис* зафіксованих дослідженням фактів, то до другого рівня автор переходить, щоб *пояснити* отримані факти.

Одразу ж підкреслимо основну особливість статистичного аналізу даних, здобутих у масовому опитуванні. Самі по собі статистичні процедури не пояснюють отриманих фактів, вони є лише засобом перевірки гіпотез, висунутих дослідником. Застосовуючи ті чи ті статистичні процедури, автор отримує відповідь на свій запит – підтверджують чи не підтверджують отримані внаслідок конкретного опитування дані гіпотезу, яка перевіряється. Коли гіпотеза підтверджується, то статистичний інструментарій дає змогу встановити ймовірність правильності висновку. Якщо розроблена гіпотеза не підтверджується, то це означає, що вона була неправильною: причина може бути закорінена у неповноті програми, неадекватності інструментарію, недоліках в організації збору даних тощо.

Таким чином, основним інструментом змістового аналізу досліджуваних соціальних процесів є аналітичні можливості дослідника (його знання предмета дослідження, логіка, інструментальна компетентність), що дають змогу у процесі теоретичного аналізу висунути гіпотези, емпірична перевірка яких дає можливість пояснити причини досліджуваних процесів чи явищ. Статистичний аналіз здатний тільки підтвердити (чи не підтвердити) емпіричним матеріалом

висунуті гіпотези. Жодний статистичний аналіз не може пояснити факти причинами, які не були закладені в інструментарій дослідження. Дослідник завжди повинен пам'ятати, що реальні причини, які впливають на досліджувані факти, могли залишитися поза його увагою (чи принаймні поза інструментарієм). Якщо автор не передбачив можливого впливу тих чи інших причин, коли готував інструментарій дослідження, то ці причини і не будуть виявлятися у процесі аналізу отриманих даних.

Після преамбули, суть якої не слід забувати у процесі статистичного аналізу отриманих даних, розглянемо основну технологічну схему двовимірного аналізу, яка дає змогу перейти від статистичного опису результатів дослідження до застосування статистичних процедур у поясненні отриманих фактів.

2. Крос-табуляція.

Залежні та незалежні змінні. Основою аналізу зв'язку між двома змінними є підготовка двовимірних таблиць (cross-tabulation), у яких подають взаємне перетинання двох рядів розподілів.

Змінні для рядів розподілу визначаються гіпотезами дослідника. Одна змінна розглядається як фактор (причина), що впливає на досліджуване явище, інша – як показник цього явища. Одна і та ж ознака (подана в інструментарії запитанням анкети) у процесі аналізу може бути і показником, і фактором. Наприклад, одна гіпотеза може бути сформульована так: «Рівень освіти впливає на ступінь задоволеності роботою: чим вищий рівень освіти, тим вищий ступінь задоволеності роботою». Інша гіпотеза може бути такою: «Задоволеність роботою впливає на загальну задоволеність людини життям: чим вища задоволеність працею, тим вища задоволеність життям». У першому випадку задоволеність працею є показником, а у другому - фактором. Коли ознака у процесі статистичної перевірки розглядається як фактор, вона має назву

незалежної змінної (підмет); коли ж ознака розглядається як показник, то у статистичному аналізі вона називається *залежною змінною* (присудок).

Зміст таблиці, побудованої на підґрунті крос-табуляції, полягає у такому: за ознакою, що розглядається як незалежна змінна, дослідник розподіляє усю сукупність опитаних на окремі групи (підгрупи). Разом із загальним результатом одновимірного розподілу за досліджуваним показником дослідник паралельно отримує розподіл думок певних підгруп населення і ці результати порівнює. Чим більша відмінність у характері відповідей цих груп, тим про тісніший зв'язок між двома змінними можна вести мову. Повертаючись до щойно наведеного прикладу, можна сказати, що, перевіряючи першу гіпотезу, дослідник подрібнює усю сукупність на групи з різним освітнім рівнем (тут, нагадаємо, перевіряти гіпотезу буде тим легше, чим більше ця група відповідає висунутій гіпотезі: якщо йдеться про рівень освіти, то отримані групи мають відрізнятися одна від одної саме за рівнем освіти), перевіряючи іншу гіпотезу, дослідник розподіляє усю сукупність на групи людей, що розрізняються між собою за рівнем задоволеності роботою.

Побудована двовимірна таблиця дає змогу «на око» визначити, чи відмінні відповіді у різних груп населення. У такому вигляді, звичайно, і сприймає результати дослідження зацікавлений споживач інформації, але результати, оцінені «на око», зазвичай, уводять в оману. Тому основним завданням дослідника-аналітика, який подає результати опитування у вигляді двовимірних розподілів, є статистична експертиза – оцінка та відбір якісної інформації. Переглянувши і статистично оцінивши сотні (а то і тисячі) двовимірних таблиць, він має для широкої аудиторії (і для свого подальшого аналізу) відібрати тільки ті, що відповідають статистичним критеріям якості інформації. Іншими словами, дослідник, перш ніж публікувати результати двовимірного аналізу, має здійснити статистичну експертизу, яка дає змогу або «допустити» результати дослідження для оприлюднення (коли отримані дані статистично обґрунтовані), або «забракувати» таблиці (коли помічені «на око» відмінності статистично не вірогідні із тих або тих причин і можуть призвести

до неправильних висновків). Якщо дослідник не задоволений результатами статистичної перевірки (іншими словами, інтуїція підказує йому, що гіпотеза усе ж була правильною), він може у подальших дослідженнях перевірити її шляхом удосконалення інструментарію та організації збору інформації, але він не повинен подавати для широкої аудиторії дані, що не відповідають статистичним критеріям. Перш ніж розглядати особливості використання статистичних показників для послідовного здійснення кроків пояснювального аналізу, розглянемо двовимірну таблицю з огляду на опис та інтерпретацію крос-табуляції отриманих даних.

Опис і статистична експертиза двовимірних таблиць. Найпростіша процедура – за допомогою комп'ютера отримати таблицю двовимірного розподілу. Припустимо, дослідник бажає перевірити гіпотезу щодо впливу матеріального стану на загальну задоволеність життям. Він навіть вважає, що на задоволеність життям впливає не стільки реальний рівень матеріального добробуту, скільки самооцінка людиною свого матеріального статусу. Припустимо, що для вимірювання самооцінки матеріального статусу до інструментарію було включено запитання: «До якої групи за рівнем матеріального забезпечення Ви б себе зарахували?». Отримані дані показують, що з 1755 опитаних четверо віднесли б себе до «високозабезпечених», 909 – до «людей середнього статку», 842 – до «малозабезпечених». Оголошуючи цю ознаку незалежною змінною, а відповіді на питання про задоволеність життям із віялом, що включає п'ять варіантів, – залежною змінною, дослідник може отримати два види двовимірних таблиць:

- 1) шкала відповідей на питання про задоволеність розглядається як дискретна (порядкова / рангова);
- 2) шкала відповідей на питання про задоволеність розглядається як неперервна (порядкова / інтервальна).

Таблиця 1 (першого типу)**Уплив самооцінки матеріального статусу
на задоволеність життям**

До якої групи людей Ви себе зарахували б?	Чи задоволені Ви своїм життям (у% до кожної групи)					Загалом
	1	2	3	4	5	
	Зовсім не задоволений	Радше не задоволений	Важко сказати, задоволений чи ні	Радше задоволений	Цілком задоволений	
Високозабезпечених	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	100
Середнього статку	11,2	28,1	28,7	28,2	3,8	100
Малозабезпечених	23,0	37,1	26,5	12,2	1,2	100

Загальний вигляд таблиці свідчить про взаємозв'язок між самооцінкою матеріального статусу і задоволеністю життям (табл.1). Однак кількісно порівнювати різні групи щодо їх загальної задоволеності життям за шкалою з підвищеною мірою точності (у наведеному прикладі – 5 градацій) досить складно.

Часто, подаючи дані за дискретними шкалами, збільшують групи по залежній змінній (для зручності порівняння між групами по незалежній змінній), перетворюючи вигляд таблиці таким чином (див. табл.2):

Таблиця 2**Уплив самооцінки матеріального статусу на задоволеність життям**

До якої групи людей Ви себе зарахували б?	Чи задоволені Ви своїм життям? (у відсотках до кожної групи)			Загалом
	Незадоволений	Важко сказати, задоволений чи ні	Задоволений	
Високозабезпечених	50,0	0,0	50,0	100
Середнього статку	39,3	28,7	32,0	100
Малозабезпечених	60,1	26,5	13,4	100

Перетворена таким чином таблиця забезпечує можливість не тільки побачити серед осіб «середнього статку» більше задоволених життям і менше незадоволених порівняно із «малозабезпеченими», а й обчислити, наскільки (чи у скільки разів) їх більше. Якщо дослідник, розглядаючи робочу таблицю (у якій зазначається не тільки відсоток, але й абсолютне значення чисельності одержаних груп), не зверне уваги на те, що до «високозабезпечених» себе зарахували тільки четверо (у двовимірних розподілах, підготовлених до публікації, абсолютні значення часто не вказуються), то він може спробувати пояснити, чому серед «високозабезпечених» «половина» респондентів не задоволена життям, і робити далекосяжні висновки про те, що «не у грошах щастя» і що підвищення рівня життя людей середнього статку призводить до підвищення частки осіб, не задоволених життям, і т. ін.

Насправді ж дані цього опитування не дають змоги робити жодних висновків щодо осіб, які вважають себе високозабезпеченими, тому що таких у вибірці виявилось усього четверо.

Дуже важливим правилом у разі надання даних багатовимірних розподілів є необхідність урахувати чисельність отриманих груп. Зазвичай, уважний дослідник навіть на рівні здорового глузду здогадується, що «група» з чотирьох осіб не може репрезентувати розкид думок цієї категорії населення. Відтак з'являється запитання: якої ж чисельності має бути група, щоб на підґрунті її відповідей можна було робити висновки щодо відповідної категорії населення, порівнюючи її з іншими категоріями (20, 30, 50, 100 осіб тощо)? На це питання немає однозначної відповіді, тому що на репрезентативність отриманих даних впливають різні чинники: і кількість характеристик, за якими вибіркова група репрезентує цю категорію населення, і розкид думок за досліджуваним показником, форма розподілу тощо. Але у статистичному аналізі існує такий критерій, як *значущість відмінностей*. Не акцентуючи уваги читачів на математичних нюансах формули обчислення значущості відмінностей часток (відсотків), укажемо тільки на *необхідність* обчислення

статистичної значущості відмінностей у будь-якому випадку, коли автор аналізує відмінність думок порівнюваних груп населення; також пояснимо у найзагальнішому вигляді, про що свідчить критерій значущості відмінностей часток.

У вибірковому соціологічному опитуванні дослідник, зазвичай, опитує певну частину населення (вибірку), а висновки робить щодо досліджуваної сукупності (генеральної сукупності); ці самі припущення містяться і у межах груп, які автор отримує у процесі аналізу (адже коли він веде мову про «високозабезпечених» чи «малозабезпечених», то має на увазі усе населення, обмежене тільки генеральною сукупністю). Важливо зазначити, тут апріорі вважається, що вибірку автором дослідження було складено методично грамотно, але за тими самими критеріями відбору він може підготувати ще одну вибірку. Звісно, малоімовірно, що він отримає абсолютно ідентичні результати опитування. Формула обчислення значущості відмінностей дає змогу врахувати довірчу ймовірність повторення такого ж результату на ідентичних вибірках: скільки разів було б отримано той самий результат, якби дослідник повторив опитування 100 разів на ідентичних вибірках? Зазвичай, традиційно вказують вірогідність відмінностей шляхом підрахунку коефіцієнта, який показує ймовірність неправильного рішення. Якщо ми говоримо про те, що відмінності значущі на рівні 5% (0,05), то це означає, що у 95 випадках із 100 ми отримаємо той самий результат.

До формули розрахунку включаються такі показники, як чисельність аналізованої групи, а також частка (відсоток) осіб, що дали такий варіант відповіді, за яким фіксується відмінність. Зараз уже немає необхідності самостійно розраховувати коефіцієнт значущості відмінностей часток, тому що усі програми статистичної обробки та аналізу дають змогу обчислювати його автоматично. Завдання дослідника полягає у тому, що, перш ніж вести мову про відмінності, необхідно встановити коефіцієнт значущості цих відмінностей. У соціологічному аналізі за верхню мету прийнято 5% рівень значущості. Інакше кажучи, під час аналізу соціологічних даних відмінності у результатах,

відповідний коефіцієнт для яких більше 5% (0,05), визнаються статистично незначущими, однак, усвідомлювати умовність цієї межі. Дослідник може оприлюднювати дані і з нижчим порогом значущості, якщо вважає їх важливими, але у таких випадках він обов'язково має оцінити значущість відмінностей відсотків, враховуючи її у загальному аналізі, й обов'язково вказати це у тексті підсумкового документа. Це можна здійснити тільки тоді, коли готується науковий документ для фахівців, а взагалі такі відмінності у результаті двовимірного аналізу визначаються статистично невірними, що й потрібно підкреслювати, наводячи дані у вигляді двовимірних таблиць.

Порядкова шкала, яку автор вважає інтервальною, забезпечує можливість подати дані двовимірного аналізу у дещо іншому вигляді (див. табл.3). Такий вигляд даних доцільніший, коли шкала відповідей характеризується високою точністю, оскільки тоді легше порівнювати різні групи й помічати певні тенденції. Крім того, групи, що аналізуються, не подрібнюються на додаткові підгрупи стосовно відповідей за залежною змінною.

Таблиця 3 (другого типу)

Вплив самооцінки матеріального статусу на задоволеність життям

До якої групи людей Ви себе зарахували б?	N	Рівень задоволеності життям (у балах, шкала: 1-5)	
		Середнє арифметичне	Стандартне відхилення
Високозабезпечених	4	3,00	1,33
Середнього статку	909	2,85	1,07
Малозабезпечених	842	2,31	1,00

** Відмінність між «малозабезпеченими» і групою «середнього достатку» є значущою, на рівні 0,01

Які основні вимоги потрібно враховувати, наводячи дані у такому вигляді?

У зв'язку з тим, що цю шкалу дослідник умовно визначив як інтервальну, він має бути впевненим, що одержаний розподіл за формою наближається до нормального. Ми вже вели мову про ті показники, які дають змогу оцінювати форму розподілу (асиметрія, ексцес). Але якщо дослідник їх навіть не обчислив, він може зробити принаймні прикидку – звернути увагу на те, щоб стандартне відхилення не перевищувало величину середнього арифметичного. Якщо стандартне відхилення перевищує значення середнього арифметичного, то результати аналізу в такому вигляді (значення середньої) подавати недоцільно.

Так само, як і за порівняння даних у відсотках, дослідник має враховувати ступінь значущості відмінності середніх арифметичних. До формули обчислення входять значення таких параметрів, як чисельність групи, середнє арифметичне і стандартне відхилення.

Як потрібно оформляти таблицю, коли вона наводиться у тексті аналізу? Це визначається цільовим призначенням тексту. Якщо таблиці містяться у документах суто наукового чи звітного характеру, то всі ці три параметри обов'язково мають включатися до відповідної таблиці, щоб читач міг спокійно обчислити значущість відмінностей, якщо його зацікавили отримані дані.

У наукових публікаціях автор відповідає насамперед за ті основні положення, які він обґрунтовує отриманими даними. Тому, коли відмінності мають принциповий для аналізу характер (автор зазначає їх у тексті, чи становлять вони самі по собі соціальний інтерес, наприклад, порівнюється рівень довіри до різних політичних лідерів), дослідник указує значущість відмінностей і результати розрахунку в таблиці (див. табл. 3). Коли у таблиці зазначено усі три категорії значущості, то однією зірочкою (*) зазвичай позначають відмінність, ступінь значущості якої 0,05, двома (**), – відмінність, ступінь значущості якої 0,01, і трьома (***) – відмінність, ступінь значущості якої 0,001. У відповідній частині тексту зазвичай застосовують термін

«відмінність» («відрізняються»), якщо ця відмінність є значущою на рівні 0,05; та «істотна відмінність», якщо наявна у таблиці відмінність значуща на рівні 0,01 (тим більше на рівні 0,001).

Якщо повернутися до даних таблиці 3 і проаналізувати отримані результати – в одному випадку без урахування коефіцієнта значущості відмінностей, а в іншому – враховуючи цей статистичний критерій, то висновки будуть різними. У першому випадку, коли автор не враховуватиме значущості відмінностей, він може зробити такий висновок: «Дані фіксують тенденцію підвищення ступеня задоволеності життям із підвищенням оцінки матеріального статусу, причому з переходом на рівень «високозабезпечених» ступінь задоволеності життям зростає незначним чином». Але насправді отримані дані не дозволяють зробити такий висновок, як і очікувалося, у зв'язку з нечисленністю групи «високозабезпечених», її відмінність за показником життєвої задоволеності статистично не значуща не тільки щодо групи «середнього статку», але й стосовно «малозабезпечених». Із цього не випливає, що група «високозабезпечених» не відрізняється від інших груп населення за рівнем життєвої задоволеності; можна зробити тільки висновок про те, що отримані дані не дають змоги вести мову про рівень задоволеності життям «високозабезпечених», у тому числі порівнювати цей показник з іншими групами.

Порівняльний аналіз груп із незначною кількістю людей у них, з позицій можливостей статистичних процедур, – досить поширена помилка при поданні результатів соціологічних опитувань.

Тому, коли дослідник у результаті двовимірного аналізу виявляє, що відповіді на те чи інше запитання анкети представників нечисленних груп істотно відрізняються від відповідей інших груп населення, то він завжди має обчислити значущість цих відмінностей. І якщо відмінності статистично не значущі, він на підґрунті даних тільки свого дослідження не може сказати, чи відображають отримані результати реальну картину, чи вони спричинені не репрезентативністю вибіркової підгрупи щодо відповідної частини населення.

Отже, на підґрунті даних опитування дослідник не може зробити жодних висновків стосовно груп, чисельність яких у вибірковій сукупності не дозволяє робити *статистично обґрунтовані* висновки.

Що ж у такому разі має робити дослідник?

Перше, найпростіше рішення – усунути із двовимірних таблиць, які готуються до оприлюднення, дані тих груп, кількість опитаних у яких не дає змоги зробити обґрунтовані висновки. Інакше читач, побачивши тільки дані відсоткових розподілів, буде введений в оману. Звісно, таке рішення призводить до того, що частина інформації, необхідної для осмислення, втрачається. Однак це краще, ніж створювати у непоінформованого читача деформоване уявлення про особливості суспільної свідомості.

Інший шлях, яким може піти дослідник, - це припустиме збільшення кількості опитаних у групі, що аналізується. Наприклад, вікову групу 18-20 років можна збільшити (18-25 років або 18-30 років і таке інше), збільшуючи таким чином її чисельність. У табл. 2 групу «високозабезпечених» можна поєднати із групою «середнього статку», а у порівняльному аналізі зводити відповіді «малозабезпечених» із людьми «середнього статку». У такому разі в тексті слід зазначити таке збільшення, уточнивши, скільки саме відсотків від загальної чисельності вибірки становить приєднана група. Звісно, далеко не усі групи із незначною кількістю опитаних у них правомірно об'єднувати із іншими групами опитаних. Іноді це цілком очевидно: мабуть, жоден дослідник, здійснюючи порівняльний аналіз різних професійних груп, не об'єднає у складі однієї групи «військовослужбовців», «студентів» та «підприємців».

Дещо складніше розв'язувати проблему збільшення груп, отриманих, виокремлених на підґрунті умовно порядкових шкал. Наприклад, градація відповідей на запитання анкети щодо рівня освіти є випадком умовно порядкової шкали, і дослідник часто зазнає труднощів, вирішуючи, з якою групою можна об'єднати категорію осіб, які мають незакінчену вищу освіту (ця категорія також, зазвичай, у репрезентативних регіональних вибірках нечисленна для багатовимірного аналізу). У таких випадках збільшення груп –

самостійна творча проблема, що вимагає обґрунтованого рішення, яке не варто залишати на розсуд респондентів: виконати збільшення в анкеті (дати не всі градації), а там – «нехай респондент сам вирішує, до якої групи себе зарахувати».

Існує і третій шлях розв'язання проблеми можливостей аналізу нечисленних груп – підготовка «опуклої» вибірки (див. лекції 5-6, розділ «Обсяг вибіркової сукупності»).

3. Статистичний аналіз зв'язку між двома змінними.

Стадії аналізу. Побудова двовимірної таблиці та аналітична інтерпретація отриманих даних – тільки перша стадія аналізу. Якщо головне завдання дослідника обмежується наданням результатів опитування громадської думки як населення загалом, так і основних соціально-демографічних груп, то взагалі аналізом цього можна й обмежитися. Але якщо основною метою дослідження є пошук взаємозв'язку між соціальними явищами, пояснення причин отриманих даних, то увага дослідника переключається на вивчення взаємозв'язків між ознаками. Тому головним завданням двовимірного (як і багатовимірного) аналізу на рівні пояснення є оцінка величини і спрямованості зв'язків між ознаками як статистичних основ причинного пояснення отриманих результатів.

Як потрібно оцінювати результати двовимірного аналізу?

Загальна схема аналізу зв'язків між ознаками дає змогу зорієнтуватися у найпоширеніших статистичних коефіцієнтах зв'язку. Як зазначалося, для соціолога-аналітика сьогодні не так важливо розуміти математичні основи формул обчислення, як знати зміст і, отже, аналітичне призначення та правила використання різноманітних статистичних коефіцієнтів.

Загальна технологічна схема передбачає: 1) виокремлення трьох стадій аналізу; 2) визначення, яка зі змінних буде незалежною, а яка – залежною; 3) встановлення типу шкали кожної зі змінних.

Виокремлюють такі стадії аналізу:

- 1) встановлення зв'язку між ознаками;
- 2) вимірювання зв'язку між ознаками;
- 3) пояснення зв'язку між ознаками.

Для вирішення кожного із завдань використовують статистичні показники, які відповідають типу шкали.

Установлення зв'язку між ознаками. Тим дослідникам, яким доводиться інтерпретувати результати, подані у двовимірних таблицях, відомо: чим більше варіантів відповідей на питання, що у таблиці є незалежними і залежними змінними, тим складніше простежити тенденції впливу однієї ознаки на іншу – виявити закономірність у зміні частот залежної змінної зі зміною характеристики незалежної змінної. У тому разі, коли розподіл на групи за незалежною змінною є дихотомічним (наприклад, за самооцінкою матеріального статусу: «малозабезпечені» і «середньозабезпечені») і поділ за залежною змінною – також дихотомічний («задоволені життям» - «не задоволені життям», «довіряють президенту» - «не довіряють президенту»), то відмінності між групами порівнювати досить легко; можна навіть дати кількісну оцінку – наскільки більше тих, хто в одній групі порівняно з іншою. Але чим більше у таблиці порівнюваних між собою груп і чим більше варіантів відповідей, за якими порівнюють ці групи, тим складніше візуально встановити закономірність зміни у характері відповідей.

Існує статистичний критерій, що дає змогу отримати відповідь на питання: чи є зв'язок між двома ознаками, поданими у таблиці? Цей критерій має назву X^2 («Хі-квадрат»). Установлення величини цього коефіцієнта і його статистичної значущості дає змогу відповісти на питання щодо наявності зв'язку між досліджуваними ознаками. Ці обчислення входять до комп'ютерних програм обробки даних (SPSS, OCA). Якщо значення цього коефіцієнта статистично значуще принаймні на рівні 5%, то дослідник може дійти висновку про те, що між аналізованими ознаками є певний зв'язок (чим вище значення коефіцієнта, тим щільніший зв'язок між цими двома ознаками). Якщо значення Хі-квадрата не є статистично значущим на рівні 5%, то

дослідник не може дійти певних висновків щодо зв'язку між цими двома параметрами. Формула обчислення цього коефіцієнта включає наповненість кожної з одержаних у таблиці підгруп. Іноді дослідник «забуває», що, згрупувавши усю сукупність, він фактично з однієї достатньо великої сукупності отримує багато маленьких. Наприклад, якщо опитано 1000 осіб і дослідник бажає визначити, як впливає на оцінку того чи того соціального явища рід занять, то він розбиває усю сукупність на групи за цим показником. Припустимо, таких груп 10. Навіть якщо вони наповнені рівномірно, то кожна підгрупа становить 100 осіб. Ці сто осіб, відповідаючи на запитання про ступінь довіри президентові за п'ятибальною шкалою, у свою чергу, розбиваються на підгрупи, залежно від вибраного варіанта відповіді. Якщо вони розподіляються рівномірно, то на кожний варіант відповіді вказують усього 20 осіб (якщо яка-небудь соціальна група виявляється чисельнішою або який-небудь варіант відповіді називає більша кількість респондентів цієї групи, то, відповідно, чисельність інших груп зменшується). Тому під час розрахунку Хі-квадрата дослідник має усвідомлювати два моменти. Перший – чим менша градація аналізованих змінних і, відповідно, чим більша чисельність отриманих у результаті крос-табуляції підгруп (мовою статистики вони мають назву ступенів свободи), тим імовірніше, що цей коефіцієнт покаже величину і значущість зв'язку між досліджуваними ознаками, якщо такий зв'язок дійсно існує в реальності.

Другий момент, на який слід звернути увагу, може бути корисним для тих соціологів, які бажали б дізнатися, що означає цей коефіцієнт. Хі-квадрат обчислюють, виходячи з такого положення: якщо зміна однієї ознаки не веде до зміни іншої, то всі відповіді розподіляються рівномірно (так, як ми описали у наведеному прикладі: у кожній підгрупі буде по 20 осіб); чим більший вплив однієї ознаки на іншу, тим більшим буде число і величина відхилень від такого лінійного розподілу, отриманого у результаті крос-табуляції. Усереднене значення таких відхилень і є принциповим щодо обчислення цього коефіцієнта.

Отже, Хі-квадрат дає змогу виявити зв'язок між ознаками.

Тут потрібно підкреслити, що встановлена наявність зв'язку ще не свідчить про його спрямованість і тим більше про його причинність. Наприклад, один дослідник висуває гіпотезу про те, що задоволеність працею впливає на задоволеність життям, а інший вважає, що загальна задоволеність життям впливає на задоволеність людини своєю працею. Перевірка кожної з гіпотез підтвердить, що коефіцієнт зв'язку буде однаковим, тому що він засвідчує тільки *взаємопов'язаність ознак*.

Вимірювання зв'язку між змінними. Якщо зв'язок установлено, то дослідник може переходити до наступної стадії аналізу – вимірювання зв'язку.

Вибір статистичних процедур вимірювання зв'язку визначається типом вимірювальної шкали. Залежно від того, дискретна шкала чи неперервна, дослідник повинен вибрати ті або ті статистичні процедури оцінки зв'язку. Принципи визначення типу шкали описані у попередніх лекціях. Ми не будемо зупинятися на розкритті математичних та змістових особливостей цих коефіцієнтів. Читач, маючи бажання, завжди може ґрунтовно вивчити ці питання у відповідній літературі з математичної статистики. Завдання цього навчального посібника – ознайомити читача з основними правилами використання найбільш розповсюджених коефіцієнтів зв'язку в аналізі первинного соціологічного матеріалу.

Комп'ютерні програми статистичної обробки (SPSS, OCA) дають змогу автоматично обчислювати багато коефіцієнтів, що вимірюють зв'язок між ознаками. Однак, отримуючи автоматично обчислені коефіцієнти зв'язку, дослідник не повинен забувати про адекватність коефіцієнта цього типу шкали, адже комп'ютер, якщо його «попросити», може обчислити і «середнє арифметичне» між чоловіками і жінками і на цьому «підґрунті» проводити подальший кількісний аналіз. Тому насамперед необхідно врахувати, що найпопулярніший серед соціологів-початківців коефіцієнт кореляції Пірсона-Браве (r), який свідчить про наявність того чи іншого ступеня лінійної залежності між двома змінними, може мати сенс тільки тоді, коли обидві змінні вимірюються за допомогою неперервних шкал. Для дискретних шкал

застосовуються інші коефіцієнти: для рангових порядкових – коефіцієнти рангової кореляції Спірмена і Кендалла, а для номінальних шкал – коефіцієнти асоціації та контингенції (для дихотомічних шкал) і коефіцієнти сполучення (Пірсона та ін. – для шкал більшої розмірності). Зазначені коефіцієнти дають змогу визначити тільки величину зв'язку, але не його спрямованість. Для вимірювання спрямованості або, іншими словами, ступеня можливого впливу однієї змінної на іншу під час аналізу дискретних шкал застосовують лямбда-коефіцієнт Гутмана, а за наявності двох неперервних шкал про спрямованість впливу можна дізнатися з рівняння лінійної регресії. Але, застосовуючи коефіцієнти чи рівняння, які визначають спрямованість зв'язку, дослідник має пам'ятати, що відповідні значення вказують тільки на деяку ймовірність спрямованого зв'язку та не дають змоги робити остаточні висновки щодо причини залежності змінних. Що є причиною, а що наслідком, вирішує сам дослідник, спочатку формулюючи гіпотезу, а далі – інтерпретуючи результати аналізу.

Метою будь-якого аналізу є пояснення отриманих у результаті опитування фактів. Встановлення причинної залежності між різноманітними соціальними та соціально-психологічними явищами відкриває можливості соціального прогнозування й управління досліджуваними процесами. Статистика сама по собі нічого пояснити не може: вона є тільки засобом, який дає змогу розмаїття соціальних явищ і зв'язків певним чином перевести у кількісні параметри; визначити правила їх зіставлення, щоб обґрунтовано підтвердити (чи спростувати) змістовні посилення та висновки аналітика.

Адекватність пояснення отриманих результатів визначається головним чином теоретичною підготовленістю автора аналізу (його знання предмета та законів логіки). Наскільки статистичні процедури здатні допомогти каузальній (причинній) залежності? Ми не будемо зупинятися на найновіших досягненнях статистики щодо процедур, які забезпечують можливість каузального аналізу. Щоб їх опанувати, необхідно пройти той шлях, який проходила математична статистика. Цей же посібник написаний для тих, хто тільки починає

усвідомлювати необхідність підвищення свого рівня кваліфікації у галузі статистичного аналізу. Тому ми зупинимося на тих можливостях, збагнути які допомагає елементарна логіка та щойно викладені правила аналізу двовимірних розподілів.

Тривимірний аналіз: уведення контрольної змінної. Розпочинаючи логічне пояснення встановлення взаємозв'язків, потрібно враховувати, що виявлений зв'язок не тільки не може бути причинно-наслідковим, а більше того, може ввести дослідника в оману. Наприклад, в одному з досліджень у процесі двовимірного аналізу було встановлено значущий зв'язок між політичними орієнтаціями людей і ступенем їх тривожності, прихильники соціалістичної та особливо комуністичної орієнтації відрізнялися вищим рівнем тривожності порівняно з людьми, орієнтованими на демократичне перетворення суспільства. Якщо дані інтерпретувати, не враховуючи того, що, можливо, існує третій фактор, який водночас впливає і на політичні орієнтації, і на ступінь тривожності, то тільки з однієї цієї двовимірної таблиці не можна робити далекосяжних висновків. Однак завбачення того, що такий фактор існує, допомогло встановити, що у цьому разі основним фактором того й іншого показників (політичних орієнтацій та рівня тривожності) є вік (з усіма соціальними та психологічними особливостями, які супроводжують цю змінну): у молодих прихильників соціалізму рівень тривожності практично не відрізняється від рівня тривожності осіб, що дотримуються інших політичних поглядів. Подібна картина спостерігається і в людей з іншими політичними орієнтаціями. Основна причина вищого рівня тривожності у групі прихильників «лівих сил» полягала у тому, що у цій групі частка людей поважного віку була значно вища, ніж у групі прихильників ідей демократичного перетворення суспільства.

Привнесення у двовимірний аналіз *контрольної змінної* дозволяє уникнути помилок в інтерпретації встановлених у результаті двовимірного аналізу зв'язків. Як контрольні змінні, передусім застосовуються демографічні характеристики, що були закладені підґрунтям підготовки репрезентативної

вибірки. Це пояснюється тим, що коли дослідник обґрунтовує причини відбору, він насамперед повинен подбати про те, щоб вибіркова сукупність репрезентувала генеральну за тими вимірами, які найбільше можуть впливати на показники досліджуваного явища. Якщо вивчається зв'язок між досліджуваним показником та різноманітними соціально-демографічними факторами і встановлено, що так чи інакше кожен із них впливає на досліджуваний показник, то, перш ніж вишикувати їх за потенціалом в ієрархічному порядку, завжди потрібно переконатися, що кожний із цих факторів впливає сам по собі, а не тільки опосередковується іншими.

Уведення контрольної змінної сприяє побудові тривимірних таблиць, їх можна аналізувати візуально, а можна й статистично. Візуальний перегляд таблиці забезпечує можливість побачити, чи насправді залежна змінна змінюється відповідно до зміни незалежної, якщо групи порівняти за третім параметром. Як приклад введення третьої змінної, тут буде наведено фрагмент аналізу факторів самопочуття (самооцінки здоров'я). Припустимо, дослідник побудував дві двовимірні таблиці: таблиця А (незалежна змінна – стать, залежна – самопочуття) і таблиця Б (незалежна змінна – вік, залежна – самопочуття).

Таблиця А

Уплив статі на самооцінку здоров'я (самопочуття), %

Самопочуття	Стать	
	Чоловіки	Жінки
Погане	24	38
Посереднє	48	47
Добре	28	15
ЗАГАЛОМ, %	100	100
N	794	1007

Уплив віку на самооцінку здоров'я (самопочуття), %

Самопочуття	Вік		
	18-30	31-55	56-80
Погане	12	23	61
Посереднє	46	57	35
Добре	42	20	4
ЗАГАЛОМ, %	100	100	100
N	446	834	497

Порівнюючи таблиці візуально, ми можемо переконатися у тому, що на самопочуття впливають обидва фактори: стать (серед жінок більше тих, хто відчуває себе погано, і менше тих, хто відчуває себе добре, порівняно з чоловіками) і вік (чим старша вікова група, тим більша частка тих, хто «відчуває себе погано», і менша – тих, хто «відчуває себе добре»). Дані таблиці також дають змогу побачити, що вік сильніше впливає на самопочуття, ніж стать: величина залежної змінної більше змінюється зі зміною незалежної у таблиці Б. Статистична перевірка з обчисленням Хі-квадрата підтверджує висновок, зроблений на підґрунті візуального огляду: у таблиці А Хі квадрат дорівнює 67,3, у таблиці Б – 197,4 (обидва коефіцієнти значущі на рівні 0,01).

Уважний аналітик, звичайно, не може не поставити собі питання: «Чи справді саме стать впливає на самопочуття? Можливо, тому, що тривалість життя жінок вища, їх середній вік довший, ніж у чоловіків; і в таблиці А вплив статі опосередковується віковим фактором?» Тому, перш ніж робити остаточні висновки щодо впливу на самопочуття, необхідно перевірити, чи впливає стать на самопочуття, незалежно від віку. Для перевірки цієї гіпотези будується тривимірний огляд, який дає змогу нівелювати вплив віку: самопочуття чоловіків і жінок порівнюється у межах кожної вікової групи (див. табл. В).

Візуальний огляд тривимірної таблиці дозволяє дійти висновку про те, що фактор статі, дійсно, впливає на самопочуття, тому що жінки стан свого здоров'я у кожній із вікових груп вважають гіршим, ніж у чоловіків. У тих

випадках, коли аналіз факторів самопочуття не є основною і єдиною метою емпіричного дослідження, соціолог може обмежитися констатацією цього факту і ранжувати фактори. Якщо ж дослідження факторів і особливостей самооцінки здоров'я є основною метою дослідження, то спеціальні процедури дають змогу кількісно проаналізувати особливості відмінностей самопочуття у чоловіків і жінок на різних вікових етапах.

Таблиця В

Уплив статі на самопочуття у різних вікових контингентів

Самопочуття	Вік					
	18-30		31-55		56-80	
	Стать					
	Чоловіки	Жінки	Чоловіки	Жінки	Чоловіки	Жінки
Погане	9	15	17	29	53	65
Посереднє	38	54	58	56	42	30
Добре	53	31	25	15	5	5
ЗАГАЛОМ,%	100	100	100	100	100	100
N	212	234	394	439	175	320

Одна з таких процедур має назву «аналіз фрагментів таблиць сполучення». Ця процедура полягає у виокремленні певних фрагментів таблиці за принципом «2x2» і зіставленні їх один з одним за значенням Хі-квадрата.

Існують дві основні версії цієї процедури.

1. Можна зіставляти значення кожного фрагмента (наприклад, відмінності у самооцінці здоров'я між градаціями «добре» і «посереднє» у групах «жінок до 30 років» і «чоловіків до 30 років») із загальним розподілом. Іншими словами, кожний окремий розподіл зіставляється із загальним. Це дає змогу виміряти внесок кожного зі значущих статистичних зв'язків у загальний результат і у підсумку, проранжувати кожне угруповання за значенням Хі-квадрата, проаналізувати значення кожного фактора на різних вікових градаціях.

2. Друга полягає у взаємному порівнянні різноманітних фрагментів загальної тривимірної таблиці сполучення. Наприклад, «на око» видно, що у будь-якій віковій категорії жінки стан свого здоров'я частіше вважають гіршим, ніж чоловіки. Видно також, що найгірше почувають себе жінки, старші 55 років; однак без додаткового статистичного аналізу неможливо дійти висновку про те, у якій із вікових груп ці відмінності виражені найяскравіше: чи молоді жінки почувають себе гірше, ніж чоловіки, чи жінки середнього віку, чи старшого. Різниця відсотків не завжди статистично вірогідна та й важко інтерпретувати цю різницю одразу за трьома градаціями. Хі-квадрат забезпечує можливість оцінити зв'язки загалом, визначити їх статистичну значимість і порівняти за кількісними показниками.

Що має враховувати соціолог, який будує тривимірні таблиці із внесенням контрольної змінної, що дають змогу перевірити правильність чи помилковість зв'язку, зафіксованого двовимірним аналізом?

1. Для тривимірного аналізу потрібна вибірка, досить велика за обсягом, тому що, ділячи двовимірний розподіл на підгрупи за контрольною змінною, дослідник у процесі аналізу зменшує чисельність кожної з виокремлених підгруп у кілька разів (точніше, у стільки разів, скільки градацій у контрольній змінній). Це істотно знижує можливість застосування тривимірного аналізу. Проте без уведення контрольної змінної дослідник не може бути цілком упевнений, що зафіксовані двовимірним аналізом зв'язки є причинними. Однак збільшення обсягу вибірки пов'язане зі значним зростанням трудових та фінансових витрат. Якщо організаційні та фінансові можливості не дозволяють збільшити обсяг вибірки (який, нагадаємо, визначається здебільшого планом аналізу), необхідно виходити насамперед із основної мети дослідження.

У тих випадках, коли основною метою дослідження є опитування громадської думки, вибірка вибудовується на підґрунті принципу репрезентативності вибіркової сукупності щодо генеральної. Результати двовимірного аналізу, які пройшли статистичну експертизу, можуть бути оприлюднені, але автор має уникати категоричних висновків щодо причинно-

наслідкового характеру виявлених взаємозв'язків. У тексті аналізу він мусить підкреслювати гіпотетичність міркувань щодо виявлених зв'язків: «можна передбачити», «можливо», «напевне» тощо.

Якщо головною метою дослідження є аналіз взаємозв'язків, причин, закономірностей (тобто проводиться саме соціологічне дослідження), то у цьому разі потрібно відмовитися від репрезентативної вибірки, а, застосувавши стратифікаційний підхід, набирати рівні за чисельністю групи респондентів за основними вимірами (гіпотетичними факторами), які необхідно врахувати у процесі аналізу.

2. При переході від двовимірного аналізу до тривимірного виникає проблема: за яким принципом відбирати ознаку як контрольну змінну. Цілком очевидно, що механічно перебирати усі показники інструментарію (чи навіть частину з них) – праця не тільки дуже трудомістка, але й малоефективна. Головну роль у відборі ознаки, що вводиться до аналізу як контрольна змінна, відіграє загальна компетентність дослідника у досліджуваній проблемі (обсяг його знань і загальна здатність до логічного аналізу). Наприклад, уводячи вік як контрольну змінну, дослідник міг виходити з того, що тривалість життя у жінок вища, ніж у чоловіків, а, отже, у вибірковій сукупності жінок питома вага осіб старшого віку вища, що й стає причиною зниження самооцінки здоров'я у групі жінок загалом. Тривимірний аналіз дає змогу встановити, що стать впливає на самопочуття, незалежно від віку. А під час аналізу ступеня тривожності в осіб із різною політичною орієнтацією, навпаки, запровадження віку як контрольної змінної дало змогу спростувати гіпотезу щодо зв'язків між досліджуваними змінними.

Як зазначалося, дослідник має вирішувати, яку ознаку потрібно ввести як контрольну змінну у процесі каузального аналізу. Але якщо звернутися до загальних рекомендацій, то варто звернути увагу соціологів-початківців на такі ознаки, як стать, вік і освітній рівень. Іноді внесення в аналіз саме цих вимірів як контрольних дає змогу уточнити зв'язки між отриманими даними. Досить поширеною помилкою є висновки щодо впливу таких вимірів, як тип поселення

і національність, хоча не менш помилковим було б стверджувати, наприклад, ідентичність ціннісних орієнтацій українців і московітів або мешканців міста і села.

Тривимірний аналіз у деяких випадках підтверджує, що принциповим щодо відмінностей є етнічний чи соціокультурний фактор, однак виявляється і те, що причина відмінностей в оцінках може бути закорінена у рівні освіти, віці (величині життєвого досвіду) тощо. Вирівнювання груп за рівнем освіти нівелює відмінність у відповідях різних етнічних груп, тому у разі аналізу таких факторів, як національність і тип поселення, перш ніж робити категоричні висновки щодо етнічних та соціокультурних відмінностей, потрібно акцентувати увагу на контролі основних незалежних змінних. Якщо під час уведення контрольної ознаки зв'язок між двома змінними нівелюється, то така ознака має назву пояснювальної змінної, оскільки зафіксований між двома вимірами зв'язок пояснюється тим, що кожен із вимірів був наслідком іншого фактору. Цей фактор залишається *латентним* (прихованим) від дослідника, коли він розглядає зв'язки тільки між парами ознак, тобто здійснює двовимірний аналіз.

Пошук латентних змінних (основних факторів впливу) закладено у численні статистичні процедури багатовимірного аналізу, зокрема *латентно-структурного* аналізу, спрямованого на побудову пояснювальних змінних.

Якщо метою соціологічного дослідження є пошук причин і закономірностей досліджуваних явищ, то можливість багатовимірного аналізу планується на етапі підготовки проекту та програми дослідження: висуваються гіпотези щодо латентних факторів і будуються шкали, які створять умови для застосування відповідних статистичних процедур. Дослідник має урахувати, що латентно-структурний аналіз може проводитися на підґрунті дискретних шкал, а, наприклад, факторний аналіз передбачає застосування головним чином застосування неперервних шкал.

Підбиваючи підсумок розгляду проблеми аналізу результатів емпіричного соціологічного дослідження, підкреслимо основні моменти, які потрібно враховувати соціологові, розпочинаючи цей етап роботи.

4. Висновок: технологічна схема аналізу соціологічних даних.

1. Під час висвітлення результатів емпіричного соціологічного дослідження аналіз можна здійснювати на двох рівнях: опис установлених фактів і пояснення (пошук причин та закономірностей).

2. Вибір рівня має визначатися статистичною компетентністю дослідника і типом дослідження (опитування громадської думки чи соціологічне дослідження).

3. Аналіз результатів опитування громадської думки обмежується головним чином описом даних із урахуванням результатів статистичної експертизи.

4. Соціологічне дослідження передбачає причинний аналіз взаємозв'язків досліджуваного явища, розпочинаючи який, слід урахувати такі обставини:

а) необхідно розрізнити загальний соціологічний аналіз проблеми і статистичний аналіз даних, одержаних у результаті опитування;

б) загальний соціологічний аналіз передбачає побудову теоретичного конструкту: логічне обґрунтування взаємозв'язків досліджуваного явища;

в) кожний декларований у теоретичній моделі взаємозв'язок має бути підтверджений фактами, які дослідник може залучати із різноманітних джерел; якщо він не знаходить фактів у доступних йому джерелах інформації, він має зібрати їх сам – цій основній меті й слугує емпіричне дослідження;

г) програма соціологічного дослідження (побудова інструментарію та плану аналізу) визначається гіпотезою (гіпотезами), сформульованими на підґрунті теоретичного осмислення предмета дослідження;

д) статистичний аналіз є не більше, ніж статистичною перевіркою попередньо сформульованих гіпотез (за відсутності гіпотез статистичні маніпуляції з первинними даними призводять до псевдоаналізу проблеми);

е) на етапі планування аналізу дослідник акцентує увагу насамперед на шкалі – тип шкали має відповідати статистичним процедурам перевірки гіпотез.

5. Плануючи рівень аналізу, необхідно також брати до уваги особливості підсумкового документа, у якому будуть відображені результати дослідження.

Використана і рекомендована література

1. Адамов С.Ю. Система анализа нечисловой информации «САНИ» // Социология. – 2019. – №2. С. 86 – 104.

2. Аптон Г. Анализ таблиц сопряженности. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 140 с.

3. Баглуш П. Факторный анализ с обобщениями. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 248 с.

4. Большев Л.Н., Смирнов Н.В. Таблицы математической статистики. М.: Наука, 2013. – 416 с.

5. Гуттман Л. Основные компоненты шкального анализа // Математические методы современной буржуазной социологии – М.: Прогресс, 2016. – С. 288 – 343.

6. Дегтярев Г.П. Факторный анализ в социологическом исследовании: вопросы интерпретации // Комплексный подход к анализу данных в социологии. – М.: ИС АН СССР, 1989. – С. 168 – 184.

7. Дюран Б., Оделл П. Кластерный анализ. – М.: Статистика, 2017. – 128 с.

8. Дэвид Г. Метод парных сравнений. – М.: Статистика, 2018. – 142 с.

9. Кендэлл М. Ранговые корреляции. – М.: Статистика, 2015. – 212 с.

10. Кендэлл М., Стюарт А. Статистические выводы и связи. – М.: Наука, 2013. – 899 с.

11. Лазарсфельд П. Логические и математические основания латентно-структурного анализа // Математические методы в современной буржуазной социологии. – М.: Прогресс, 1966. – С. 344 – 401.
12. Лазарсфельд П. Измерение в социологии // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – М.: Прогресс, 2012. – С. 134 – 149.
13. Математические методы анализа и интерпретации социологических данных. – М.: Наука, 2018. – 171 с.
14. Математические методы в социальных науках. – М.: Прогресс, 2017. – 351 с.
15. Мюллер П., Нойман П., Шторм Р. Таблицы по математической статистике. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 278 с.
16. Осипов Г.В., Андреев Э.П. Методы измерения в социологии. – М.: Наука, 2017. – 182 с.
17. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. – К.: Наук. думка, 2018. – 272 с.
18. Рассел Д. Измерение одиночества // Лабиринты одиночества. – М.: Прогресс, 2018. С. 192 – 226.
19. Толстова Ю.Н. Логика математического анализа социологических данных. – М.: Наука, 2019. – 111 с.
20. Толстова Ю.Н. Существуют ли проблемы социологического измерения? // Социология. – 2015. – №4-5. – С. 103 – 117.

Глосарій (словник термінів)

Залежна змінна – ознака, яка в процесі статистичного аналізу вважається показником.

Значущість відмінностей – критерій, який застосовується у статистичному аналізі соціологічних даних для визначення ймовірності нетотожності отриманих розподілів змінних.

Крос-табуляція – побудова та аналіз двовимірних таблиць.

Незалежна змінна – ознака, яка в процесі статистичного аналізу є фактором.

Пояснювальна змінна – контрольна ознака, у разі введення якої нівелюється зв'язок між двома змінними.

Статистична експертиза – оцінка та відбір якісної інформації, наприклад, відбір двовимірних таблиць, які відповідають статистичним критеріям якості інформації.

Тривимірний аналіз – застосування контрольної змінної в аналізі зв'язку двох ознак.

? Контрольні запитання

1. Якою є роль дослідницької гіпотези у процесі аналізу даних?
2. Чим відрізняються залежні змінні від незалежних?
3. У чому полягає суть статистичної експертизи?
4. Поясніть основні стадії зв'язку між двома змінними.
5. Для яких шкал застосовуються коефіцієнти рангової кореляції Спірмена і Кендалла?

✍ Теми ІНДЗ

1. Сутність соціологічного вимірювання.
2. Коефіцієнти зв'язку між змінними.
3. Латентно-структурний аналіз: сутність та значення для соціології.

ТЕМА 12. ПІДСУМКОВІ ДОКУМЕНТИ

План

1. Види підсумкових документів.
2. Звіт.
3. Наукові публікації.
4. Публікації у засобах масової інформації.

1. Види підсумкових документів.

Після завершення аналізу даних одержані результати оформляють у підсумкових документах дослідження.

За формою і призначенням розрізняють три основні види документів: 1) *звіт*; 2) *наукові публікації*; 3) *публікації у засобах масової інформації*. Особливості кожного з цих документів визначаються специфікою інформаційних запитів різноманітних споживачів.

Звіт призначений у першу чергу для замовника емпіричного дослідження, який зацікавлений отримати докладну інформацію і практичні рекомендації, що дають змогу відповідно коригувати свої дії у відповідній соціальній сфері.

Наукові публікації адресовані головним чином колегам-фахівцям, дослідникам певної проблеми. Публікації у засобах масової інформації призначені для тих кіл населення, яких хвилюють найактуальніші проблеми суспільства.

Підготовка дослідником підсумкового документа має орієнтуватися на споживача цієї інформації, іншими словами, підсумковий документ у своєму змісті повинен відображати специфіку споживача даних що публікуються.

2. Звіт. Загальні вимоги до звіту.

Звіт є основним підсумковим документом, який включає усю змістовну інформацію, отриману у результаті дослідження.

Першою особливістю звіту є повнота інформації. Якщо соціолог проводив опитування за анкетною, що включає кількасот запитань, а у звіт включає інформацію за кількома характеристиками, це означає, що значну частину коштів він витратив непродуктивно. Не варто забувати, що з кожним пунктом анкети на плечі респондентів, інтерв'юєрів, операторів та інших «співучасників» збирання інформації лягає певне додаткове навантаження, отже, воно повинне окупитися хоча б систематизацією відповідної інформації.

Другою особливістю звіту є доступність. Під доступністю тут розуміється, що основні результати дослідження будуть викладені так, щоб їх досить легко могла зрозуміти людина, зацікавлена у відповідній інформації, але яка не є фахівцем у галузі емпіричної соціології. Враховуючи, що повнота і доступність певним чином заперечують одна одну, існують деякі технологічні особливості, які забезпечують можливість підвищення доступності і повноти звіту.

Під час підготовки звіту основну увагу потрібно акцентувати на його структурі (композиції). Готуючи анкету, соціолог головним чином керується своїми уявленнями щодо особливостей сприйняття респондентів. Визначаючи послідовність запитань, дослідник подумки втягує у діалог людину, яка буде відповідати на сформульовані ним питання. Послідовність запитань анкети визначається особливостями світобачення пересічної людини (тобто, людини із вулиці), якій взагалі-то немає справи до конкретного соціологічного дослідження, але їй не байдужі основні соціальні проблеми, що стосуються усіх людей, а отже, і її особисто. Особливості світогляду замовника визначаються тим, що у нього сформований інформаційний запит на конкретне емпіричне дослідження – він бажає отримати відповіді на запитання, що його цікавлять. Тому, працюючи над структурою звіту, дослідник, у першу чергу має подати основні (головні) результати дослідження, а потім – деталізувати загальні положення, зупинитися на особливостях, які допоможуть краще зрозуміти сутність досліджуваного явища.

Оптимальною є така структура звіту:

- 1) «резюмуюча» частина;
- 2) дані одновимірних розподілів;
- 3) основна частина.

Резюмуюча частина – це дві-три сторінки, на яких викладено найважливіші, цікаві й цінні результати проведеного дослідження, тут також обґрунтовуються висновки та рекомендації. Текст для цієї частини звіту робиться у так званому «газетному форматі»: короткі параграфи (не більше трьох-чотирьох речень у кожному) і лаконічні фрази. Кожний параграф бажано супроводжувати підзаголовком (ключовою фразою), яка відображає сутність інформації. Послідовність розділів визначається інформаційним запитом замовника і, відповідно, основною метою та завданням дослідження.

Після резюмуючої частини читачеві потрібно подати таблиці одновимірних розподілів за всіма запитаннями анкети (у тому порядку і з тими повними формулюваннями запитань та відповідей, у яких вони ставилися респондентам). Дані, оформлені таким чином, дістали назву *одномірок*.

Ці дві частини («резюмуючу» та «одномірки») можна поставити на початку звіту, але досвід показує, що краще об'єднати їх в окремий «том», титульний аркуш якого містить назву дослідження і ремарку – «Основні результати».

Перед «одномірками» має міститися «паспорт» дослідження, що включає такі характеристики:

- 1) найменування організації, що проводила дослідження;
- 2) найменування організації, що проводила опитування;
- 3) час (термін) проведення опитування;
- 4) визначення генеральної сукупності (зазначити, на яку конкретно частинку населення можна екстраполювати результати дослідження);
- 5) обсяг вибіркової сукупності (скільки людей було опитано);
- 6) припустиму помилку вибірки (у разі випадкового відбору) чи перелік характеристик, за якими відбиралися квоти (при спрямованому відборі).

Резюмуюча частина звіту допомагає замовникові знайти відповіді на свої основні питання (інформаційний запит), заради яких він замовляє емпіричне дослідження, і ознайомитися з найважливішими результатами дослідження, навіть якщо деякі з них не передбачалися інформаційним запитом.

«Одномірки», по-перше, дають змогу читачеві ознайомитися із анкетною, на запитання якої відповідали респонденти (її загальною композицією, порядком запитань, повним формулюванням запитань та відповідей); по-друге, отримати уявлення щодо всіх основних даних. Коли замовник читатиме основну, аналітичну частину звіту, він завжди, у разі необхідності, може звернутися до «базових» даних, наведених в «одномірках».

Основна частина звіту містить два розділи: методичний і змістовний. У методичному описуються: 1) принципи і процедура підготовки вибірки; 2) принципи підготовки анкети: зв'язок між досліджуваними показниками і питаннями анкети, функціональне призначення запитань, можливості й інтерпретації відповідей.

Змістовий розділ містить детальний виклад результатів опитування та аналізу отриманих даних. Цей розділ включає численні фрагменти, кожний із яких висвітлює певний результат.

Композицію кожного фрагмента краще будувати таким чином: 1) основна теза-висновок, отримана у результаті перевірки гіпотези; 2) таблиця, що ілюструє зв'язок між показниками; 3) додаткові коментарі до таблиці, що дають читачеві змогу звернути увагу на деякі особливості, що підтверджують і доповнюють основну тезу-висновок. Краще, коли дослідники супроводжуватимуть кожний із фрагментів відповідним підзаголовком. Це допомагає авторові звіту не відволікатися від суті викладу, висвітлюючи цілеспрямовано і послідовно отримані результати, а читачеві зорієнтуватися у структурі потоку інформації.

Текстова частина фрагментів має бути невеликою за обсягом. Дослідник має писати звіт простою лаконічною мовою. *Головним елементом змістової частини відповіді є аналітичні таблиці.* Фактично саме вони містять усю

аналітичну інформацію (текст тільки акцентує увагу замовника на основному висновку, а також допомагає переконатися, що він правильно «прочитав» і зрозумів таблицю), тому до оформлення таблиць соціологу потрібно ставитися із особливою увагою.

Помилки в оформленні таблиць часто припускаються і професійні соціологи. Це трапляється, зазвичай, унаслідок елементарної недбалості, коли соціолог спрощує своє завдання під час підготовки таблиць (не вміщує у таблиці підсумкових рядків чи стовпців; наводить тільки відсотки, не вказуючи загальної кількості опитаних, не зазначає розмірності шкал у тих випадках, коли дані наводяться у балах чи коефіцієнтах зв'язку тощо).

Малодосвідчені соціологи часто допускають значно серйозніші помилки: неправильно оформляють назву таблиці (а іноді залишають таблиці й зовсім без назви), не вказують, у яких одиницях вимірювання наводяться дані (бал, відсоток, натуральна величина ознаки), застосовують в одній і тій самій таблиці різні варіанти округлення (до сотих, десятих чи цілих чисел) тощо.

Усунення цих помилок, за винятком неправильного найменування таблиці, вимагає від автора тільки «здорового педантизму», необхідного для грамотного оформлення будь-якого тексту, що містить числову інформацію. Формулювання ж назви таблиці – справа творча, тому що у самій назві може міститися результат перевірки авторської гіпотези, тому потрібно вкрай обережно застосовувати у таблицях такі слова, як «вплив», «взаємозв'язок» тощо, які мають певний аналітичний зміст. Тоді у назвах двовимірних таблиць не з'являться такі безглузді формулювання, як, скажімо: «Взаємозв'язок віку та політичних орієнтацій» чи «Вплив задоволеності життям на ставлення до економічних реформ». У першому випадку помилковість формулювання спричинена неправомірним «оберненням» одностороннього зв'язку між об'єктивною (вік) і суб'єктивною (орієнтація) ознаками, а в другому – взаємозв'язок двох суб'єктивних ознак неправомірно тлумачиться як вплив однієї ознаки на іншу.

У зв'язку з тим, що у більшості випадків двовимірні таблиці у звітах наводяться як форма опису результатів дослідження, а основне аналітичне навантаження несуть тривимірні таблиці і дані багатовимірного аналізу, то уникнути грубих помилок у назвах таблиць найлегше, якщо використовувати таке формулювання: «Розподіл за ознакою А відповідей на питання Б». За такого підходу двовимірна таблиця може мати, наприклад, такий вигляд:

Таблиця

Розподіл відповідей населення регіонів України на запитання: «Чи можуть сьогодні в Україні люди вільно висловлювати свої політичні погляди?»
(у % до тих, хто відповів)

Варіанти відповідей	Регіони						Україна
	Київ	Захід	Центр	Схід	Південь	Крим	
Так	53,3	63,8	57,5	50,8	49,4	64,4	55,5
Важко сказати	28,9	24,4	32,5	31,5	30,4	22,3	29,8
Ні	17,8	11,8	10,0	17,7	20,2	13,3	14,7
ЗАГАЛОМ, %	100	100	100	100	100	100	100
N	90	323	449	671	158	90	1781

Таблиці, у яких наводяться середні значення ознаки, вимірюваної за певною шкалою, будуть мати аналітичний зміст тільки тоді, коли поряд із середніми значеннями наводиться і показник варіації (стандартне відхилення). Якщо ж таблиця містить коефіцієнти кореляції, то слід указувати їх статистичну значущість на рівнях, що традиційно використовуються в аналізі даних соціологічних досліджень, - 5%, 1% і 0,1%.

Основною метою «замовленого» емпіричного соціологічного дослідження є висновки та рекомендації для замовника на підґрунті аналізу отриманої у дослідженні соціальної інформації. Це не означає, що під час підготовки звіту не можна використати оприлюднених результатів інших досліджень із порушеної проблеми чи залучити для ілюстрації про предмет

дослідження даних, вилучених із різноманітних соціальних спостережень. Однак загальним правилом розробки рекомендацій під час підготовки звіту є їх обґрунтування насамперед даними, проаналізованими і узагальненими саме у цьому конкретному дослідженні. Річ у тім, що коли певну рекомендацію можна обґрунтувати іншими соціальними даними, то витрати на конкретне опитування, проведене автором звіту, виявляться зайвими.

Досить часто у звітах можна знайти рекомендації, що ґрунтуються тільки на здоровому глузді або життєвому досвіді автора. У такому разі йдеться не тільки про змарновані кошти, але й про серйозну загрозу для замовника отримати помилкові рекомендації, тому що і здоровий глузд, і особистий досвід можуть не відображати справжнього стану речей у тій чи іншій сфері соціальних відносин.

Рекомендації, адекватні предмету дослідження та запитам замовника, дають змогу отримати таку структуру аналізу:

- систематизоване подання й опис первинної інформації;
- виявлення соціальних фактів та закономірностей;
- узагальнення отриманих результатів у висновках дослідження;
- розробка практичних рекомендацій на підґрунті висновків і з урахуванням потреб замовника.

У цьому логічному ланцюжку немає місця емоціям, життєвому досвіду чи «партійній позиції» (політичним переконанням) дослідника.

Емоції автора здатні істотно вплинути на сприйняття аналітичного тексту навіть тоді, коли аналіз обмежується тільки описом числових даних. Дуже часто доводиться читати тексти звітів, де автор дозволяє собі ось таке висловлювання: «Тільки (вказується певна кількість) відсотків опитаних підтримують певну політичну силу!». Іншими словами, автор фактично нав'язує читачеві думку про незначущість підтримки електоратом певної політичної сили. Він на власний розсуд визначає, який відсоток тих, хто вибрав той чи той варіант відповіді, не вартий уваги читача. Щоб емоційні оцінки на кшталт «лише», «дуже велика частина» мали право на існування у тексті,

необхідно провести детальний аналіз із залученням порівняльних даних інших досліджень, які свідчать про те, що результат опитування, про яке йдеться, насправді заслуговує на подібні емоції. В іншому разі автор може написати, що, наприклад, «тільки 20% електорату підтримує опозицію», але якщо врахувати, що у попередніх вимірюваннях опозицію підтримувало 10%, а партію влади до цього часу – 8% (і в опозиції загальний індекс довіри вищий, ніж у правлячій партії), то стає зрозумілим, що «тільки» є абсолютно неадекватною характеристикою отриманого результату.

Посилатися на особистий досвід взаємодії з соціальною дійсністю також є досить поширеним методом у процесі розробки практичних рекомендацій. Наприклад, автор, який потерпає від порушення розкладу роботи громадського транспорту, наполегливо рекомендує міській владі насамперед поліпшити роботу транспорту, незважаючи на те, що запит замовника стосувався виявлення ставлення жителів міста до роботи правоохоронних органів. І хоча від такої рекомендації, здавалося б, усім тільки користь, насправді вона завдає шкоди, підриваючи довіру замовника до соціологічної інформації та результатів опитування громадської думки.

Неприпустимим є коригування соціологічної інформації відповідно до політичних переконань автора чи замовника. Часом у текстах звітів автор прагне (іноді навіть не усвідомлюючи цього) так подати результати дослідження, щоб, незалежно від стану речей, високопоставлений чи заможний замовник залишився задоволений результатами, наприклад, порівняльною оцінкою рейтингів політичних діячів або прогнозуванням результатів виборів. Причому бажання догодити замовникові чи владній особі об'єктивно завдає замовникові шкоди, вводячи його в оману відносно дійсного стану речей.

До викривлень висновків та рекомендацій дослідження призводить і прагнення автора інтерпретувати дані згідно із власними соціально-політичними орієнтаціями. Зокрема прихильник радикальних економічних реформ «не помічає» даних, які свідчать про перевагу консервативних установок у тих чи тих груп населення, а прихильник соціальної рівності

звертає увагу тільки на потребу більшості людей у державному патерналізмі, ігноруючи паралельно висловлюване більшістю бажання розвивати економіку, що ґрунтується на приватній підприємницькій ініціативі.

Істотно знижує якість висновків та рекомендацій, що завершують звіт замовного дослідження, і безупинна фантазія, властива авторам, які відкривають для себе у процесі опанування ремесла соціолога безмежні евристичні можливості аналізу соціальних явищ. Виявивши, наприклад, що жінки більше, ніж чоловіки, довіряють конкретному політичному діячеві, фантазер одразу ж відшукує численні пояснення, пов'язані з особливостями жіночої психології чи з непересічною зовнішністю політика, тощо, хоча в інструментарії досліджень не містилося запитань, спроможних підтвердити чи спростувати такі висновки.

Автор звіту, формулюючи висновки і рекомендації на підґрунті аналізу результатів опитування громадської думки, повинен уникати імперативних міркувань, які мають, безумовно, директивну спрямованість. Ідеться про такі рекомендації, у яких містяться обов'язкові вимоги змінити ті чи інші соціальні умови, здійснити ті або ті конкретні політичні, економічні чи правові рішення. І хоча досить часто саме на це чекає замовник, соціолог має усвідомлювати, що подібні рекомендації можливі тільки на підґрунті ретельно опрацьованого соціального експерименту, здатного виявити можливі наслідки тих або тих соціальних рішень і дій. Усі інші методи соціологічного дослідження, у тому числі опитування, дають змогу тільки адекватно описати і пояснити соціальну ситуацію з тим, щоб на підґрунті правильного розуміння ситуації практичні працівники (політики, менеджери, бізнесмени тощо) могли самостійно виробляти рішення. Для прикладу: виявивши факт незадоволеності більшості працівників розміром заробітної плати і навіть показавши зв'язок рівня незадоволеності зі ставленням до праці, соціолог не може, виходячи з цього, рекомендувати адміністрації підвищити заробітну платню до такого розміру, який задовольняв би більшість працівників. Його завдання полягає у тому, щоб у висновках привернути увагу адміністрації до одного з можливих джерел

недостатньо ефективної праці персоналу, у випадку можливості визначити величину збитків (за щільністю зв'язку незадоволеності з трудовою віддачею) і рекомендувати замовникові зіставити величину цих втрат із тими витратами, які будуть неминучими у випадку підвищення заробітної платні. Зрозуміло, у висновках соціолог може дати і свій (гіпотетичний) прогноз розвитку ситуації у разі прийняття тих або тих рішень, але він не може приймати рішення замість замовника, формулюючи рекомендації у директивній формі.

Узагальнюючи викладене, основні вимоги до аналізу інформації, висновків та рекомендацій, поданих у звіті, можна сформулювати так:

1. Висновки та рекомендації повинні мати своїм підґрунтям насамперед аналіз інформації, отриманої через це конкретне дослідження; крім того, вони не повинні містити міркувань, що посиляються тільки на здоровий глузд, життєвий досвід, емоційні оцінки та ідеологічні уподобання.

2. Під час підготовки резюмуючої частини звіту у жодному разі не можна виходити з того, чи будуть висновки і рекомендації приємні чи неприємні замовникові, тому що його об'єктивний інтерес полягає у відповідності соціологічної інформації реальному стану речей.

3. Рекомендації не повинні бути сформульовані у директивній формі як однозначні рішення, що вимагають від замовника обов'язкових дій. Рекомендації соціолога, якщо вони ґрунтуються на результатах ретельно опрацьованого соціального дослідження, можуть виконувати пояснювальну і (частково) прогностичну функції, залишаючи сферу практичних соціальних рішень практикам (політикам, адміністраторам тощо), що, власне, і є їх професійною діяльністю.

3. Наукові публікації.

Більшість змістовних вимог до роботи над соціологічним звітом поширюється і на підготовку наукових публікацій: об'єктивність аналізу, відповідність висновків отриманим у дослідженні результатам, адекватний опис

предмета і об'єкта дослідження, грамотне оформлення основного тексту та ілюстративних матеріалів. Усе ж наукові публікації, на відміну від звітів, з одного боку, дають більше можливостей для теоретичних пошуків, які, хоча й не мають чіткої верифікації в емпіричних даних, усе ж відкривають нові перспективи для досліджень. Із іншого боку, до аналізу емпіричного матеріалу у наукових публікаціях висовуються суворіші вимоги, пов'язані зі статистичним обґрунтуванням отриманих результатів та висновків.

У наукових публікаціях цілком прийнятними є теоретичні міркування, що не мають безпосереднього зв'язку з суспільною практикою, сферою соціально-політичних рішень, однак у них не має бути «механічного переліку» одновимірних і двовимірних розподілів частот і відсотків, отриманих через обробку первинної соціологічної інформації. Як не прикро, але саме такого гатунку описовий підхід частенько можна зустріти на сторінках поважних наукових видань, у монографіях та збірниках наукових соціологічних праць. У багатьох випадках це пов'язано з тим, що наукові публікації готуються на підґрунті текстів звітів, однією із особливостей яких є значний обсяг інформації без поглибленого аналізу значної частини отриманих в емпіричних дослідженнях даних.

Щоб «ефект описовості» не відтворювався у наукових публікаціях, у світовій практиці вироблено чіткі вимоги до подання основного виду наукового тексту – статті у науковому журналі або збірникові наукових праць. Вимоги до оформлення монографій, брошур та інших видів наукових текстів є здебільшого похідними від вимог до статей, що здебільшого є першоосновою підготовки окремих розділів монографічних видань. Зрозуміло, існують оригінальні та навіть екстравагантні за формою підготовки соціологічні книги і статті, але вони, зазвичай, є теоретичними працями, виконаними на перехресті наукового і публіцистичного жанрів, тоді як основна частина наукових публікацій має бути оформлена відповідно до достатньо суворих вимог.

Наукова стаття має обов'язково містити такі структурні ланки:

1) короткий опис змісту (abstract);

- 2) вступ, який містить постановку проблеми та основні результати її вивчення іншими дослідниками (introduction);
- 3) опис методу дослідження (method):
 - вибірка (sample, subjects);
 - процедури (procedure);
 - методика дослідження і обробки даних (instruments);
- 4) виклад результатів (results, findings);
- 5) висновки та їх обговорення (conclusions and discussions);
- 6) примітки (notes) і посилання на джерела (references).

4. Публікації у засобах масової інформації.

Темі взаємин соціологів та засобів масової інформації (ЗМІ) у вітчизняній методичній літературі не надається достатньої уваги, хоча саме ця частка роботи соціологів має особливе суспільне значення, адже саме телебачення, радіо і преса, а останнім часом й Інтернет доводять соціологічну інформацію до багатомільйонної аудиторії. Названа обставина накладає особливу відповідальність на соціологів, які оприлюднюють дані досліджень, що безпосередньо торкаються, актуальних і болючих проблем суспільства. Щодо ролі соціологів у тиражуванні соціологічної інформації за допомогою ЗМІ, то вони мають подбати не тільки про грамотний і доступний для непрофесійної аудиторії виклад матеріалів досліджень, але й контролювати, щоб у процесі підготовки матеріалів журналісти не перекручували соціологічні дані, а інтерпретація цих даних відповідала їх реальному смислу та призначенню.

Як свідчить досвід спілкування із журналістами, найкращою формою подання матеріалу є підготовка спеціальних прес-релізів, що містять інформацію з питання, яке становить інтерес для масових аудиторій.

Вимоги до прес-релізу:

- 1) стислість (обсяг не має перевищувати двох сторінок, що включають опис дослідження, презентацію отриманих даних, висновки та коментарі);

2) популярність стилю викладу (відсутність вузькоспеціальних термінів та статистичних викладок);

3) актуальність (зв'язок результатів дослідження з інтересами масової аудиторії).

Поширення прес-релізів може здійснюватися як шляхом їх безпосереднього передавання редакціям, інформаційним агенціям, так і через спеціально організовані для представників ЗМІ прес-конференції, де соціологи можуть відповісти на запитання, які з'являються у журналістів у зв'язку з отриманою ними інформацією. Але варіант із прес-конференцією потребує значних організаційних затрат і не завжди соціологу вдається забезпечити масове відвідування такого заходу.

Чудовою трибуною для виступів соціологів є тематичні телепередачі, до участі у яких запрошуються експерти з тих або тих соціальних проблем. За такого спілкування соціолога та ЗМІ ризик перекручення соціологічних даних засобами масової інформації є мінімальним. Варто також зауважити, що далеко не завжди соціологічна інформація до безпосередніх споживачів потрапляє перекрученою з вини журналістів чи редакторів, які безвідповідально поводяться з цифрами та фактами, переданими їм професійними соціологами. Численні проблеми з якістю соціологічної інформації з'являються також і через тих, хто створює і передає цю інформацію у пресу, на радіо і телебачення, «закидає» її у «всесвітню павутину», наприклад, соціальні мережі. Такі факти змушують порушувати питання щодо спеціальної підготовки журналістів, які використовують соціологічну інформацію для контактів із різноманітними організаціями чи фірмами, що працюють із соціологічною інформацією.

У періоди, коли за своєчасно надану соціологічну інформацію платять гроші (іноді й великі), немов гриби після дощу ростуть «фірми», «служби», «центри» з вивчення громадської думки. У подібних соціологічних службах нерідко працюють люди, які про соціологію ще вчора не мали жодного уявлення, але сьогодні кон'юнктура спонукала їх активно опанувати новий «промисел».

Останніми роками засоби масової інформації рясніють даними опитування населення, помилки й огріхи у проведенні яких фахівець бачить не озброєним оком. «Свята простота» новоспечених «соціологів» призводить до того, що вони передають журналістам для широкого оприлюднення дані, у яких є не тільки очевидними помилки і перекручення, у таких «дослідженнях» можна обрахувати і величину цих помилок та прямих фальсифікацій.

Професійний обов'язок і професійний інтерес спонукають журналістів до пошуку інформації, пов'язаної з результатами опитувань громадської думки. Знайшовши ту або ту організацію (чи її представника), яка має у своєму розпорядженні результати опитування населення, журналіст отримує певну інформацію. Зазвичай його цікавить, наскільки можна (і чи можна взагалі) довіряти отриманим даним? Як можна переконатися, що опитування, результати якого він збирається висвітлити, проводилося достатньо компетентно? Чи можна взагалі проконтролювати якість подібної інформації?

Як це не прикро, але у підготовці журналістів цій надзвичайно складній і важливій проблемі – методам контролю якості соціологічної інформації, отриманої на підґрунті аналізу опитування громадської думки, - це особисте сумління і здоровий глузд. Досвід доводить, що багато журналістів уже мали можливість переконатися у тому, що актуальною потребою для них є підвищення професіоналізму в роботі з результатами соціологічних опитувань.

У такому ж становищі знаходяться і політики. З одного боку, вони часто потрапляють у ситуації, коли гостро відчують потребу в інформації щодо стану громадської думки (почуття, наміри, настрої різних верств населення) і готові витратити чималі кошти на це. Разом із тим, замовляючи дослідження, вони не впевнені, що отримана інформація буде достатньо якісною.

У країнах Заходу, де досвід висвітлення і використання результатів соціологічних опитувань населення значно багатший, видаються спеціальні брошури і методичні посібники, призначені для надання допомоги журналістам і політикам, які звертаються до результатів масових опитувань.

Аналіз цієї літератури і власний досвід контактів із журналістами дає змогу сформулювати низку запитань, отримавши кваліфіковану відповідь на які, журналіст зможе бути впевненим у тому, що отримана інформація відповідає хоча б елементарним фаховим вимогам.

До *обов'язкових питань*, які журналіст має ставити соціологу, котрий представляє результати опитування, слід віднести такі:

1. Хто (яка організація) проводила опитування?
2. Коли проводилося опитування? (Терміни збору інформації).
3. Кого репрезентує (представляє) опитувана група населення? (Усе населення України в цілому? Окремі області? Окремі міста чи інші населені пункти? Певні верстви чи соціальні групи населення?).
4. Скільки людей було опитано? (обсяг вибіркової сукупності).
5. Яка припустима (гранична) помилка випадкової вибірки? (Питання про помилку репрезентативності).

Відповіді на ці основні питання дають змогу правильно інтерпретувати дані опитування громадської думки. Тому журналіст повинен не тільки сам отримати на них відповіді, а й надати їх читачеві (слухачеві), супроводжуючи цією інформацією опубліковані цифри – змістовні результати опитування.

Серед зазначених питань головним, мабуть, є питання про те, кого репрезентує опитана група населення. Дивно читати на сторінках газет або чути на радіо чи телебаченні, наприклад, таке: «Проведено опитування населення: 70% опитаних підтримують курс на посилення економічних зв'язків із Росією». Одразу ж не тільки у політиків, але й у просто уважного читача чи глядача виникають питання: «Про кого йдеться у цьому повідомленні? Про усе населення України загалом чи про певні регіони? Чи опитування проводилося тільки у Києві?» тощо.

Принциповим є питання про припустиму (граничну) помилку вибірки. Важливо, щоб журналісти, як і інші споживачі соціологічної інформації, розуміли зміст і значення цієї помилки.

Наприклад, коли у якому-небудь вибірковому опитуванні 65% опитаних відповіли, що вони підтримують політику, спрямовану на приватизацію землі, то ця цифра (65%), у разі перенесення її на всю обстежену групу, не має читатися буквально. Ураховуючи помилку репрезентативності (припустимо 5%), читачеві потрібно показати, що політику приватизації землі підтримують 65% плюс-мінус 5%, тобто від 60 до 70% досліджуваної групи населення. Ця помилка спричинена не огріхами у роботі організаторів проведення опитування, а специфікою вибіркового підходу, коли опитують частину групи, а висновки роблять щодо групи у цілому. Це означає, що коли б дослідники повторили своє опитування у той самий час, за тих самих умов, за тими ж правилами, але до вибірки потрапили б інші люди, то з деякою ймовірністю можна стверджувати, що отримана відповідь коливалася б у вказаних межах. Зафіксована цифра без зазначення припустимої помилки може характеризувати думку тільки тих осіб, які безпосередньо були опитані. Дивно читати, що «таку-то партію (чи такого-то політичного діяча) підтримує більша частина населення – 13%, порівняно з іншою партією (іншим політичним діячем), яку підтримують 11%». Про відмінність у ступені підтримки у разі подібних даних вести мову можна тільки тоді, коли помилка вибірки не перевищує 2%. Однак усе-таки подібна інформація доволі часто з'являється у засобах масової інформації. Це свідчить про те, що не тільки журналісти, а й багато хто із соціологів, які надають їм інформацію, звичайні відхилення, породжені випадковістю вибірки, інтерпретують як сталу відмінність стосовно до населення. Хоча навіть здоровий глузд мав би підказувати, що якби опитування було повторено ще раз (у той самий час і за тими самими даними), то навряд чи можна було б отримати ідентичні результати.

Запитання організаторам опитування щодо помилки вибірки, крім отримання необхідної інформації, може мати ще одне призначення. Воно є своєрідним тестом на кваліфікацію дослідників. Соціологічні організації, працівники яких не розраховують помилку репрезентативності, – не професіонали, а тому довіряти результатам їх опитувань не варто. У

стандартних соціологічних опитуваннях за максимально допустиму помилку вважається 5%. Для того щоб помилка не перевищувала цієї цифри, потрібно опитати мало не 400 представників обстежуваної групи населення, це стосується групи у цілому.

Коли дані опитувань подаються за різноманітними групами населення (наприклад, чоловіки і жінки, представники різних вікових категорій тощо), то помилка збільшується. Щоб помилка не перевищувала 5%, потрібно опитати майже стільки ж (приблизно 400) представників кожної з аналізованих підгруп.

Навіть якщо соціолог не має даних про помилку вибірки, у будь-якому випадку свою інформацію він повинен супроводжувати відомостями про те, скільки людей було опитано. Якщо він публікує таблицю, у якій наводяться дані у відсотках, то обов'язково має додати цифру, що характеризує чисельність людей, щодо котрих цей відсоток буде обчислено.

Питання про те, скільки людей було опитано (про обсяг вибірки), дає змогу приблизно передбачити помилку репрезентативності вибірки: чим більший обсяг, тим менша помилка. Звичайно, це має сенс тільки у тих випадках, коли організатори опитування правильно відібрали респондентів. Однак замовник, на жаль, ніколи не зможе у цьому пересвідчитися. Для відповідної експертизи потрібні не тільки спеціальні знання, але й робочі документи дослідження (інструкції, звіти інтерв'юерів, супервайзерів тощо). Такі документи можуть бути надані замовникові, якщо у нього виникнуть сумніви щодо якості виконаної роботи, тоді як пересічний користувач не має права вимагати від соціологів робочої документації. Тут споживачам, ЗМІ залишається сподіватися на кваліфікацію та шляхетність виконавців. Як доводить досвід, такі сподівання не завжди є обґрунтованими, що і стає причиною судової тяганини замовників соціологічних досліджень із деякими безвідповідальними виконавцями.

Дуже важливо щоразу, наводячи дані опитування, супроводжувати отримані цифри назвою фірми, що проводила опитування. Із часом у широкої громадськості сформується уявлення щодо якості роботи соціологічних служб,

тому що оприлюднені результати опитувань будуть або підтверджуватися, або спростовуватися подальшими подіями. На наш погляд, споживач соціологічної інформації має знати не тільки назву організації, яка проводила опитування, але й прізвище співробітника фірми, від якого безпосередньо отримано інформацію. Це коректно з етичної точки зору у тому випадку, коли інформація якісна, адекватно проінтерпретована. Це важливо ще й тому, що останнім часом соціологічну інформацію нерідко надають особи, котрі хоч і є співробітниками тієї чи тієї соціологічної організації, але через свою кваліфікацію і посаду не мають права доступу до отриманих під час дослідження даних. Такі співробітники, не оволодівши технікою обробки та аналізу первинного соціологічного матеріалу, «отримують із комп'ютера» перекручену інформацію і без відома авторів дослідження та керівників відповідної організації надають її широкому загалу. Щоб уникнути подібних казусів, краще посилатися на ім'я співробітника організації, від якого отримано результати дослідження.

Отже, підсумовуючи, зауважимо, що оволодіння необхідним мінімумом знань у галузі проведення опитувань, що міститься у цьому навчальному посібнику, по-перше, забезпечить його читачів здатністю проводити хоча б розвідувальні соціологічні дослідження. По-друге, усіх потенційних споживачів соціологічної інформації навчить достатньо кваліфіковано замовляти проведення масових опитувань та відбирати необхідну інформацію. Нарешті, компетентно контролювати якість виконання замовленої соціологам роботи.

Використана і рекомендована література

1. Анализ нечисловой информации в социологических исследованиях. – М.: Наука, 2015. 221 с.

2. Андреенков В.Г. Проблемы сравнительного анализа в современных социологических исследованиях // Методологические и методические проблемы сравнительного анализа в социологических исследованиях. Книга 1. – М.: ИСИ АН СССР, 1982. С. 5 – 20.

3. Батыгин Г.С. Обоснование научного вывода в прикладной социологии. М.: Наука, 2016. – 271 с.
4. Интерпретация и анализ данных в социологических исследованиях. – М.: Наука, 2017. – 255 с.
5. Королько В. Основи паблик рілейшенз. Посібник. – К.: Ін-т соціології НАНУ, 2017. – 334 с.
6. Паніна Н.В. (відп. ред.) Опитування громадської думки. Для журналістів і політиків. – К.: Демократичні ініціативи, 2015. – 48 с.
7. Практикум по прикладной социологии. – М.: Изд-во Моск. ун-та., 2017. – 261 с.
8. Типология и классификация в социологических исследованиях. – М.: Наука, 2012. – 295 с.
9. Тумаков С.В., Гаспарашвили А.Т. На опросных фронтах // Социолог. исслед. – 2013. – №6. – С. 36 – 41.
10. Шереги Ф.Э. Интерпретация полученных данных // Основы прикладной социологии: Учебник для вузов. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015. – Т.2. – С. 54 – 66.
11. Ядов В.А. Стратегия и методы качественного анализа данных // Социология. – 2018. – №1 С. 14 – 31.

Глосарій (словник термінів)

Звіт – підсумковий документ дослідження, призначений для замовника емпіричного дослідження, який зацікавлений мати докладну інформацію і практичні рекомендації, які дають змогу правильно вибудувувати свої дії. Звіт включає всю змістовну інформацію, одержану в результаті дослідження.

Наукова публікація – підсумковий документ дослідження, що спрямований на поглиблений аналіз якогось із аспектів досліджуваної проблеми й адресований головним чином фахівцям, які вивчають цю проблему.

Оприлюднення соціологічної інформації – публікація результатів соціологічного дослідження у наукових виданнях та ЗМІ з урахуванням специфічних вимог до їх презентації.

Паспорт дослідження – перелік основних відомостей про соціологічне дослідження (хто, за чийм замовленням, коли і за якою вибіркою здійснював дослідження).

? Контрольні запитання

1. Охарактеризуйте основні види підсумкових документів дослідження.
2. Які розділи є атрибутом звіту?
3. Охарактеризуйте типові помилки в оформленні аналітичних таблиць.
4. Які підрозділи є обов'язковими в науковій статті?
5. Розкрийте різницю між науковою публікацією та дописом у періодичній пресі.

✍ Теми ІНДЗ

1. Характеристики різновидів підсумкових документів емпіричного соціологічного дослідження.
2. Основні вимоги до подання наукового тексту.
3. Соціологія і ЗМІ: проблеми взаємин і перспективи співпраці.

Навчальне видання

Соціологія: організація емпіричного дослідження

Навчальний посібник для закладів вищої освіти
Укладач Я. Балановський

Підписано до друку 29.12.2018 р. Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Ум. друк, арк. 9,53

Тираж 100 прим. Замовлення № 011.

Видавничо-поліграфічний центр «Візаві»

20300, м. Умань, вул. Тищика, 18/19

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 2521 від 08.06.2006.

тел. (04744) 4-64-88, 4-67-77, (067) 104-64-88

vizavi-print.jimdo.com

e-mail: vizavi008@gmail.com