**Методика составления анкеты**

**Структура анкеты.** Анкета – это не механическая последовательность вопросов, которые располагаются в ней в зависимости только от личного желания исследователя, а определенная взаимосвязь вопросов, образующих особое целое. Процесс создания анкеты можно сравнить с игрой на музыкальном инструменте. Только упорядоченная определенная гамма звуков будет давать стройную мелодию.

Анкета должна состоять из трех частей: вводной, основной и «паспортички».

1. Главная функция *вводной части*– мотивировать респондента отвечать на вопросы анкеты. На титульном листе анкеты указывают организацию, проводящую опрос, его цель, значимость роли респондента, гарантию анонимности, технику заполнения и благодарят за участие в опросе.

2. *Основная часть* **–** самая важная. Первыми ставятся *контактные вопросы* для облегчения процесса включения в проблему. Эти вопросы, как правило, простые, располагающие к ответам, что позволяет постепенно перейти к более сложным *основным вопросам*. Ответы на них дают основную информацию по интересующей исследователя проблеме. Содержание этих вопросов соответствует цели и задачам исследования. Для каждой отдельной задачи лучше разработать свой определенный блок вопросов. Вопросы одного блока могут следовать один за другим, а могут быть расположены между вопросами других блоков. Самый сложный блок вопросов необходимо располагать в середине содержательной части анкеты. На последнем месте в этой части анкеты ставятся *заключительные вопросы.* Главная их функция – снять психологическое напряжение у респондентов, дать почувствовать, что сделана большая и нужная работа.

3. *«Паспортичка»*.В паспортичку включаются вопросы, раскрывающие следующее содержание: профессия, образование, социальное происхождение, семейное положение, пол, возраст. В зависимости от цели и задач проводимого исследования количество вопросов может быть уменьшено или увеличено.

**Классификация вопросов.** Вопросы анкеты могут иметь не только вопросительную, но и утвердительную или отрицающую формулировку. Это могут быть собственно вопросы, какие-то высказывания, незаконченные предложения и т.п. Выделяют следующие виды вопросов.

1) *Закрытые, полузакрытые и открытые****.*** Отличие их в том, что варианты ответов предлагаются различным способом.В закрытом вопросеуже даны все возможные варианты ответа, которые нельзя дополнить.Главное требование к формулировке вопроса и ответов – чтобы каждый респондент нашел свой вариант ответа.Если максимально не предусмотрены возможные варианты ответов, то закрытые вопросы не выполняют своей функции. Поэтому лучше в данном случае употребить полузакрытый вопрос. Полузакрытые вопросы дают возможность респонденту записать в конце списка ответов свой, незапланированный вариант в строке «Другие ответы», где для записи ответов оставлено место – две или три строки.

***Пример. «Какие положительные изменения произошли в этом году в Вашей жизни?***

– приобрел новых друзей;

– получил новую квартиру;

– что-то еще ;

– никаких положительных изменений не произошло;

– затрудняюсь ответить».

*Открытые вопросы*предполагают, чтореспондент должен самостоятельно сформулировать и записать ответ на вопрос. Открытые вопросы в отличие от закрытых не содержат подсказок и не «навязывают» какой-то вариант ответа респонденту. Благодаря этим вопросам опрашиваемые имеют возможность выразить свое мнение во всей полноте, со всеми подробностями, поэтому открытые вопросы дают более богатую по содержанию информацию, в отличие от закрытых вопросов.

Закрытые и открытые вопросы могут быть заданы в *прямой*или *косвенной**форме****.*** Прямой вопрос позволяет получить прямую информацию от респондента, когда вопрос и ответ совпадают по смыслу. Эти вопросы обычно формулируются в личной форме: «Нравится ли Вам ваша работа?». Косвенный вопрос дает возможность респонденту высказаться с позиции группы, коллектива. Если при опросе затрагивается отношение респондента к негативным или лично значимым явлениям, то лучше ставить вопрос о том как к подобным явлениям относится большинство людей или его знакомые. Благодаря этому будет проще выяснить интересующую проблему. Как показывает практика, респонденты охотнее отвечают на косвенные вопросы, чем на личные, прямые. Косвенные высказывания обычно более доверительные, особенно если речь идет об интимных или чисто личных вопросах. Чаще всего эти вопросы выражаются в такой форме: «Как думает большинство Ваших одногруппников по такому-то вопросу?» «Что характерно для людей в такой-то ситуации?»

2) В зависимости от особенностей конструкции вариантов ответа: выделяют дихотомические вопросы, поливариантные вопросы, шкальные вопросы, вопросы-фильтры.

*В дихотомических вопросах*ответы носят взаимоисключающий характер: да – нет, мужчина – женщина. Этот вид вопроса не рекомендуется использовать при изучении знаний, мнений и установок респондентов. Например, если задается вопрос: «Знаете ли Вы...?», «Любите ли Вы...?», то ответы в основном бывают смещены в положительную сторону. Человеку проще ответить, что он знает что-то, чем сознаться в своем незнании.

*В альтернативных вопросах*сумма ответов на вопрос равняется 100 %. Например: «Назовите Ваш разряд» – предполагает только один вариант ответа (разряд с 1-го по 6-й). Ответы на эти вопросы взаимоисклю­чающи.

*Поливариантные вопросы* позволяют респонденту выбрать одновременно несколько вариантов ответов. Эти вопросы иногда называют *вопросами-меню*, которые содержат перечень фактов, предметов, суждений. Иногда респонденту предлагается *проранжировать*выбранные ответы, т.е. упорядочить их по степени привлекательности и значимости для него.

***Пример: «Выберите из списка наиболее привлекательные для Вас профессии (отметьте, пожалуйста, не более 3-х).***

Летчик 1

Врач 2

Переводчик 3

Бухгалтер 4

Менеджер 5 и т. д.»

Теоретически респондент может указать одновременно все перечисленные профессии, поэтому замечание «не более трех» позволяет выделить из всего перечня наиболее значимые и существенные для опрашиваемого профессии. Шкальные вопросы содержат шкалу измерения переменной-вопроса, они были рассмотрены нами в разделе «Измерение в социальных науках». Возможны следующие варианты шкал для этих вопросов: номинальные, ранговые, интервальные, метрические.

***Пример ранговой шкалы: «Довольны ли Вы своей работой?***

* работой очень доволен;
* скорее доволен, чем недоволен;
* работа для меня безразлична;
* скорее недоволен, чем доволен;
* работой очень недоволен».

Шкальный вопрос может быть дан и в табличной форме***.*** Тогда шкала измерений будет располагаться или построчно, или столбцами. Благодаря таким вопросам можно экономить место, так как фактически в одном вопросе задаются несколько. Таблицы удобны для исследователя, но неудобны для респондента. Надо стараться редко прибегать к ним.

*Вопросы-фильтры* используются для получения данных, которые будут характеризовать не всех респондентов, а только какую-то их часть. Вопрос-фильтр позволяет выделить необходимых респондентов. Например, «Имеете ли Вы автомобиль?»

# Вопросы для самоконтроля

1. В чем отличие анкетирования от интервьюирования?
2. Экспертный опрос – это массовый опрос?
3. Что такое выборочное анкетирование?
4. Каковы минусы заочного анкетирования?
5. Чем прессовое анкетирование отличается от почтового?
6. Перечислите основные части анкеты.
7. В чем специфика полузакрытого вопроса?
8. Когда лучше использовать косвенный вопрос?
9. Что значит ранжирование ответов на вопрос?

## 4.2. Беседа как разновидность опроса в социальной работе

**Сравнение понятий «беседа» и «интервью».** Часто термины *интервью и беседа* полностью отождествляют. «Интервью» заимствовано из английского языка, где оно является полным синонимом слова *беседа.* Но иногда термины *интервью* и *беседа* разводят. При этом социологи предпочитают термин *интервью*, а психологи – *беседа*. Обычно беседа представляется как свободно текущий разговор, который обычно имеет место между новыми знакомыми. В психологии беседа превращается в диагностический прием, а целью ее является обычно формирование общего представления о человеке, его личности и проблемах. Социологи рассматривают интервью как метод получения информации, промежуточный между свободной беседой и массовым опросом. Интервью проводится устно в ситуации один на один. Интервьюер имеет на руках опросный лист, зачитывает респонденту вопросы и сам регистрирует его ответы. Такое интервью носит формализованный характер и направлено на достижение конкретной цели.

Беседа с позиций социальной работы дает больше возможностей для диагностики индивидуальной ситуации клиента, поэтому Новикова С.С. и Соловьев А.В предлагают рассматривать беседу как один из исследовательских приемов и как *метод воздействия* в социальной работе. Специалисты-практики прибегают к беседе для установления контакта с человеком и получения необходимой информации, а также для оказания на человека определенного воздействия, изменения в определенную сторону его взглядов и самооценки, поэтому в деятельности социального работника умение вести беседу входит в круг его профессиональной компетенции.

**Особенности беседы как метода.** Хотя внешне беседа очень напоминает обычный разговор между двумя людьми, она имеет ряд особенностей.

1) Социальный работник занимает *позицию исследователя*. Этим беседа сродни наблюдению. Отличие заключается в том, что в наблюдении мы получаем объективную информацию о поведении человека. В беседе нас интересуют преимущественно субъективные данные, то есть информация, пропущенная через сознание человека: вкусы, оценки, мнения и т.д.

2) Необходимо понимать, что *есть границы раскрытия собеседника*. Обычно у человека имеется потребность поделиться своими мыслями, чувствами и соображениями с другими. Случаи, когда человек уходит от разговора, сравнительно редки и связаны с ощущением потенциальной угрозы, исходящей от собеседника. Но и полное самораскрытие перед малознакомым человеком тоже скорее исключение, чем правило. Есть вещи, которыми человек склонен делиться только с самыми близкими людьми, а есть и такие, в которых он не признается даже себе.

3) Готовность к самораскрытию связана со степенью доверия к собеседнику, поэтому *при проведении беседы очень важно расположить человека к себе*, добиться понимания смысла этой встречи, ведь от этого зависит полнота и надежность получаемой информации. И, тем не менее, нужно быть готовым к тому, что мы можем получить скудный и малоинформативный материал.

4) Простота проведения беседы связана с тем, что, в принципе, для этого ничего не требуется, кроме тихого места, где никто не отвлекает. Однако *главная проблема заключается в необходимости соединять роли участника беседы и внешнего наблюдателя*. Соцработник внешне должен быть включен в беседу: заинтересованно задавать вопросы, внимательно слушать, адекватно реагировать на слова собеседника. А внутренне он должен сохранять контроль над ситуацией, активно направлять разговор в нужное русло, внимательно наблюдать за собеседником, подмечать особо важные моменты. Изучать личность человека нужно путем обсуждения тем, которые для него наиболее значимы.

5) Как в любом общении, в беседе важен *фактор понимания.* Нужно, чтобы человек правильно понял содержание обращенного к нему вопроса. Затем исследователь должен правильно понять смысл ответа, которому важно дать правильную интерпретацию. Иногда само словесное выражение оказывается не вполне определенным, двусмысленным, то есть допускающим разную интерпретацию. Иногда же причина непонимания или превратного толкования лежит глубже и обусловлена несовпадением личного опыта и тех смыслов, которыми люди наделяют свои слова. В области социальной работы такая ситуация очень типична в связи с тем, что объектом исследования здесь часто выступают люди, принадлежащие к особой социально-культурной среде. Полностью исключить моменты непонимания или превратного толкования вряд ли возможно. Важно, чтобы исследователь осознавал эти тонкие моменты и старался устранить по мере возможности те барьеры, которые возникают на пути взаимопонимания.

**Виды информации, получаемые в ходе беседы.** Беседа способна дать богатую информацию о человеке. Не в последнюю очередь это связано с тем, что в ходе беседы исследователь не только слушает рассказ человека, выступающего в качестве объекта изучения, но и наблюдает за ним. Таким образом ему доступна как *вербальная, так и невербальная информация.* Вербальная информация – это содержание высказываний. Если мы перенесем все то, что говорит человек, на бумагу, то полученный текст будет содержать всю вербальную информацию. К невербальной информации относятся поза, мимика, жесты, то есть весь комплекс выразительных движений. Сюда же относятся и те особенности речи, которые теряются при переводе ее в письменный вид: темп, ритм, интонация, смысловые акценты. Невербальная информация очень важна для психологической характеристики человека – как его эмоциональных состояний, так и устойчивых личностных особенностей. Она дополняет и обогащает вербальную информацию, иногда значительно модифицируя смысл высказывания. Важно ведь не только то, *что* говорится, но и то, *как* это сказано.

**Проблемы применения беседы как метода.** Одна из главных проблем, возникающих при использовании беседы в качестве исследовательского метода, является *проблема фиксации данных.* Принципиально возможны два крайних варианта: 1) пытаться все досконально зафиксировать с помощью специальных технических средств, 2) положиться целиком на память. Каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. Хотя на практике чаще всего используется некий промежуточный вариант: исследователь делает краткие заметки по ходу беседы. Если респондент разрешает использование технических средств (диктофон, видеокамера), это упрощает задачу. Однако следует помнить, что аппаратура может отвлекать, смущать человека, ведет к его «закрытости».

В связи с этим возникает *проблема надежности получаемых данных*. Данные беседы как метода получения субъективной информации следует подвергать дополнительному анализу на исследование их надежности. Индикатором надежности выступает непротиворечивость вербальной и невербальной информации. Дело в том, что эти проявления менее подчинены произвольному контролю, чем содержание высказываний. По интонации, тону голоса, взгляду и позе можно довольно точно судить о степени уверенности говорящего. Эти же признаки нередко позволяют заподозрить, что он что-то скрывает или говорит неправду. Именно на контроле невербальных проявлений основано действие прибора, который называется детектор лжи. Кроме того, для повышения надежности выводов следует обратиться к сопоставлению объективных и субъективных материалов: сравнить данные наблюдения, изучения документов, отзывов других людей, тестирования и данные, получаемые в процессе беседы с человеком.

На надежность информации влияет и тема беседы. Особо следует сказать о проведении беседы на так называемые *трудные**темы.* Сюда относятся любые темы, затрагивающие глубокие личные переживания, интимные стороны жизни и формы поведения, идущие вразрез с принятыми социальными нормами. Эти темы всегда эмоционально заряжены. Как правило, человек не склонен обсуждать их с другими людьми, особенно малознакомыми. Но социальных работников по роду их деятельности часто интересуют именно эти вопросы, которые нередко становятся предметом специального исследования. Понятно, что исследователь тут сталкивается с дополнительными сложностями. От него требуется особое мастерство и особый такт. Важно об этом помнить, поскольку одним из источников субъективности является и сам исследователь, когда выступает в качестве интерпретатора данных беседы, поэтому при ее интерпретации требуется особая осторожность.

К недостаткам беседы как метода в целом можно отнести:

* слишком большой объем или скудость получаемой информации;
* проблемы, связанные со способом фиксации информации;
* трудоемкая обработка информации качественного типа;
* сложность сопоставления данных, полученных от разных людей;
* возможные субъективные искажения информации.

# Вопросы для самоконтроля

1. В чем отличие беседы от интервью?
2. Назовите особенности беседы как метода.
3. Какие виды информации можно получить в ходе беседы?
4. В чем состоят проблемы применения беседы как метода?

## 4.3. Метод наблюдения в социальной работе

**Суть наблюдения.** Метод наблюдения является самым давним в человеческом познании. Он заимствован социологией из естественных наук. В.А. Ядов пишет, что под наблюдением в социологии подразумевают *прямую регистрацию событий очевидцем*. От обыденного научное наблюдение отличается следующим образом:

а) оно подчинено ясной исследовательской цели и четко сформулированным задачам;

б) наблюдение планируется по заранее обдуманной процедуре;

в) все данные наблюдения фиксируются в протоколах или дневниках по определенной системе;

г) информация, полученная путем наблюдения, должна поддаваться контролю на обоснованность и устойчивость.

Наиболее важной представляется непосредственность, т. е. прямая, а не косвенная регистрация событий очевидцем. Однако при проведении социального наблюдения можно использовать различные вспомогательные приборы (кино-, фотоаппарат, диктофон, магнитофон и др.). Особенностью социального наблюдения является возможное влияние наблюдателя на объект наблюдения, чего нет в естественных науках.

**Основные термины.** *Объект наблюдения*– социальная общность, коллектив, группа, индивид, их состояние; социальный процесс, тот или иной аспект социальной действительности. *Предмет наблюдения* – какая-то одна, определенная, в зависимости от целей исследования, сторона объекта. *Наблюдаемая ситуация*– это эмпирически представленная проблемная ситуация исследования. *Условия наблюдения*– требования к ситуации (место, время, сфера деятельности и т. п.), при которых объект подлежит наблюдению. *Единицы наблюдения*– доступные для непосредственного восприятия и прямой регистрации, интерпретированные в понятиях явления, события, простые акты действий объекта наблюдения. Различают *несловесные* (мимика, жесты, открытые проявления какого-либо чувства) и *словесные* единицы (сочетание слов, которое образует фразу). *Категории наблюдения*– эмпирические признаки наблюдаемого объекта, регистрируемые в ходе наблюдения. В стандартизированных наблюдениях они выражаются определенными показателями. Категории наблюдения бывают *описательные* (например, в выступлении – это «критика действий», «изложение фактов», «предложение») и *оценочные* (например: в ходе выступления реакция аудитории: «отрицательная», «положительная», «нейтральная»).*Карточка наблюдения*– документ для регистрации признаков объекта в строго формализованном виде. Это позволяет сопоставлять информацию, полученную разными наблюдателями, а также использовать математические методы и компьютер для обработки и анализа информации. *Протокол наблюдения*– расширенный вариант карточки, предназначенный для комбинирования регистрации результатов наблюдения в формализованных и неформализованных процедурах. *Дневник наблюдения* – это методический документ, предназначенный для фиксации результатов наблюдения как в формализованном, так и неформализованном виде. В дневнике наблюдатель систематически, день за днем, фиксирует не только все необходимые сведения об объекте, но и собственные размышления, трудности, с которыми столкнулись в ходе наблюдения, свои действия в ходе наблюдения.

**Виды наблюдения.** 1) *По степени формализации процедуры* выделяют неструктурированное (простое), и структурированное (стандартизированное). Примером стандартизированного наблюдения может служить применявшаяся советскими социологами в 20-е годы методика исследования реакции зрительного зала. Заранее была разработана таблица, в которой по вертикали заносились виды реакции зрителей, а по горизонтали – определенные моменты (эпизоды, сцены, акты) спектакля или фильма. Исследователи, находясь во время представления в зале, фиксировали реакцию публики. В таблице перечислялись следующие реакции зрителей: сочувственное вмешательство зрителей в спектакль; напряженная тишина в зале; тишина; разговоры о происходящем; сильный смех; шум и кашель; выход из зрительного зала. Эти реакции соотносились с определенными моментами спектакля или фильма. В.Э. Мейерхольд в своем театре при проведении подобного исследования практиковал другую таблицу: тишина, шум, сильный шум, коллективное чтение, пение, кашель, стук, шарканье, возгласы, плач, смех, вздохи, аплодисменты, свист, шиканье, выход из зала, приподымание с мест, бросание предметов на сцену, вбег на сцену.

2) *По характеру контактов с наблюдаемым объектом* **–** непосредственное (прямое) и косвенное наблюдение. *Прямое*–наблюдается само явление.*Косвенное наблюдение –* когда исследователь наблюдает не само изучаемое социальное явление, событие, а его проявления через другие социальные факторы, т. е. имеет дело с последствиями, очевидцами событий и поступков.

3) *В зависимости от наличия элементов контроля* – контролируемое и неконтролируемое наблюдение. *Контролируемое наблюдение*– вид наблюдения, при котором проводится серия повторных наблюдений одним или несколькими наблюдателями. *Неконтролируемое*наблюдение – проводится исследование реальных жизненных ситуаций. Его задача –общее описание процесса или явления, описание социальной атмосферы, в которой происходит наблюдаемое событие. При проведении неконтролируемого наблюдения очень много зависит от квалификации исследователя, так как оно обычно не имеет строгого плана, заранее определен только объект наблюдения. Неконтролируемое наблюдение используется при проведении монографических и разведывательных исследований.

4) *В зависимости от положения наблюдателя по отношению к объекту* – *включенное* (участвующее, соучаствующее) и *невключенное* наблюдение (внешнее по отношению к объекту).

5) *По условиям организации* – полевое, лабораторное, лабораторно-полевое наблюдение. *Полевое наблюдение*проводится в естественных для наблюдаемых условиях: дома, в школьном классе, в цехе, в помещении для собраний и т.д. *Лабораторное наблюдение*осуществляется в искусственно созданных для наблюдаемой группы и контролируемых исследователем условиях: специально оборудованные классы или отдельные помещения, где организуют деятельность наблюдаемых, результаты которой фиксируются.

*Лабораторно-полевое наблюдение*осуществляется в естественных условиях, но с отдельными ограничениями.

6) *По регулярности проведения* – систематическое и случайное (несистематическое) наблюдение. Случайное наблюдение связано с изучением заранее не запланированного явления, события, ситуации. При таком наблюдении единицы наблюдения заранее не определяются и фиксируются интересные, по мнению исследователя, факты.

7) *По частоте проведения* – однократное и многократное (панельное) наблюдение.

8) *В зависимости от того, знают ли наблюдаемые, что за ними наблюдают* – открытое (явное) и скрытое (тайное, инкогнито) наблюдение.При *открытом (явном) наблюдении* члены исследуемой группы знают, что исследователь за ними наблюдает, он не скрывает это от группы. Присутствие наблюдателя в группе может вызвать у ее членов чувство смущения, застенчивости, особенно в тех случаях, когда наблюдаемая ситуация, событие расходятся с тем, что по их представлению является общепринятой нормой. В связи с этим результаты сбора информации могут быть искажены.

Проблема воздействия исследователя на объект состоит в том, что когда человек знает, что за ним наблюдают, он может на это немедленно отреагировать, изменить свое естественное поведение. В результате чего исследователь будет наблюдать уже не сам объект в его чистом виде, а его в какой-то степени превращенную форму. Открытое наблюдение эффективно при определенной заинтересованности наблюдаемых в результатах исследования. Исследователь должен постараться добиться у наблюдаемых нейтральной установки относительно целей наблюдения для того, чтобы снять возможное недоверие, предубежденность. Он должен достичь состояния, при котором члены наблюдаемой группы перестанут обращать на него внимание, то есть, как удачно выразился один социолог, примелькаться как фонарный столб (добиться максимальной стереотипности своего поведения). Желаемой цели можно также добиться, заменяя наблюдателя какими-нибудь техническими средствами (магнитофон, видео, фотоаппарат). Технические средства, как правило, оказывают меньшее возмущающее воздействие, хотя полностью оно все-таки не исчезает.

*При скрытом (тайном, инкогнито) наблюдении* наблюдаемые не только не знают, но и не подозревают, что за ними ведется наблюдение. При проведении такого вида наблюдения возникают некоторые этические проблемы. Например, американский социолог Джанкер считает, что наблюдатель-инкогнито чувствует себя шпионом, а включенный, вдобавок к этому, – и предателем собственной группы. При проведении скрытого наблюдения исследователь обязан соблюдать определенную этику. Следует по­мнить, что никто не имеет права наблюдать те события и явления, которые люди специально скрывают от посторонних глаз. Наблюдать можно только то, что члены изучаемого коллектива не скрывают друг от друга, то, что в их поведении считается само собой разумеющимся. Фиксировать можно только те факты, которые характеризуют предмет исследования.

**Этапы проведения наблюдения.** Выделяют четыре этапа: подготовка исследования; сбор первичной социологической информации; обработка материала и оформление результатов.

1) *Подготовка исследования*.На этом этапе составляется программа наблюдения, в которой описывается проблемная ситуация, цели и задачи наблюдения, определяются его предмет и объект, дается их предварительная характеристика. Основные понятия исследования интерпретируются, операционализируются и формулируются как единицы наблюдения. Четко устанавливаются сроки проведения наблюдения, если есть необходимость, формируется рабочая группа с распределением обязанностей между членами группы. Устанавливаются контакты с руководителями учреждений, где будет проходить исследование, и налаживаются взаимоотношения с людьми на объекте (если наблюдение не тайное). Среди исследуемых проводится разъяснительная работа: объясняются цель и задачи наблюдения, предполагаемый результат, возможный характер его использования.

На основе предварительно собранных материалов выбирается вид наблюдения, определяются средства сбора информации, подготавливаются технические средства и документы (тиражируются карточки, протоколы, инструкции). Важное место на этом этапе занимает инструктирование и подготовка наблюдателей. При необходимости следует провести пилотажное исследование для апробации методики и техники наблюдения.

2) *Сбор первичной социологической информации*. Это этап непосредственного наблюдения, на котором происходит сбор информации о проблемной ситуации и ее фиксация в документах наблюдения. Запись результатов наблюдения может быть выполнена в виде:

1) краткой записи, проведенной «по горячему следу»;

2) карточек для регистрации информации об объекте;

3) протокола наблюдения;

4) дневника наблюдений;

5) технической записи (видео-, фото-, кино-, звукозапись).

При фиксировании результатов наблюдения следует соблюдать обязательное требование – *запись вести одновременно с самим наблюдением.* При неконтролируемом и неструктурализованном наблюдении, как правило, результаты имеют вид развернутого описания событий, явлений, ситуаций. Чтобы избежать смешения данных наблюдения с выводами исследователя, всегда необходимо указывать, что является только результатом наблюдения, а что – интерпретацией событий наблюдателем. Строгая форма записи не задается. Если планируется проведение контролируемого и структурализованного наблюдения, то исследователь должен заранее сконструировать документ наблюдения (карточку, таблицу), в котором будут фиксироваться наиболее значимые с точки зрения задач исследования элементы ситуации. Запись результатов наблюдения может вестись заранее обусловленными знаками (например, 0 – не говорит, 1 – говорит).

*Карточка регистрации*

*Реакция участников собрания на выступление, доклад*

(обвести кружком нужную цифру)

Таблица 5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип реакции | Сила проявления реакции по группам наблюдателя  (шкальные оценки) | Особые заметки,  заранее не формализуемые |
| Одобрительные реплики, возгласы, аплодисменты | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Неодобрительные реплики, возгласы | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Требование дополнительной инфор­мации | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Разговоры, связанные с обсуждаемым вопросом | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Вопросы к выступающему | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Отсутствие реакции (нейтральное отношение) | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Призывы к соблюдению порядка | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Призывы к соблюдению регламента | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Разговоры, тему которых определить невозможно | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Посторонние разговоры | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |
| Занятие посторонними делами | 1, 2, 3, 4, 5, 6 |  |

3) *Обработка материала*.Полученный материал обрабатывается в соответствии с разработанной программой исследования. На этом этапе происходит выбраковка, шифровка, кодировка, ввод в базу данных на ЭВМ. Для обработки используются математико-статистические методы. результаты обработки приводятся к системе показателей и эмпирических индикаторов. После этого полученные данные сводятся в таблицу, изображаются графически: в графиках, схемах, матрицах и т. п.

4) *Оформление результатов*.После того как материал обработан, делаются выводы о подтверждении или опровержении выдвинутых первоначально гипотез. Выявляются и формулируются разные социальные тенденции, противоречия, новые проблемы. Главным итоговым научным документом является научный отчет, в котором обязательно должна быть информация о времени, месте и обстоятельствах произведенного наблюдения; информация о роли наблюдателя в группе, способе наблюдения; характеристика наблюдаемых лиц; описание наблюдаемых фактов; интерпретации наблюдателя.

# Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается суть научного наблюдения?
2. Что такое карточка наблюдения?
3. В чем преимущества структурированного наблюдения?
4. В чем недостатки скрытого и открытого наблюдения?
5. Какие этапы проведения наблюдения выделяют?

## 5. Технология проведения социологического исследования методом анкетного опроса

При проведении научного исследования в сфере социальной работы наиболее часто используется метод анкетного опроса. Он позволяет собрать достаточно много первичной информации по самым разным проблемам в относительно короткие сроки и в форме, удобной для анализа. В то же время метод достаточно экономен по финансовым затратам и достаточно привычен для респондентов. Однако не следует недооценивать трудности, связанные с этим методом. Зачастую у многих несведущих людей возникает иллюзия простоты этого метода, что весьма обманчиво, поэтому будущему социальному работнику следует очень внимательно и точно выполнять основные требования к использованию его в практике.

## Этапы конкретного социологического исследования (кси)

1. Построение программы исследования.

2. Проведение полевых работ (сбор первичной информации).

3. Выбраковка анкет и кодирование информации.

4. Ввод информации в компьютерную программу.

5. Анализ информации и ее обобщение.

6. Интерпретация полученных результатов.

7. Подготовка итогового отчета.

Рассмотрим каждый из этапов более подробно.

## 5.1. Построение программы исследования

Разработка программы – необходимый элемент социологического исследования. Часто программу называют стратегическим документом исследования, ознакомившись с которым можно сразу понять концепцию всего исследования, понять, какие вопросы особо заинтересовали организаторов и побудили их предпринять попытку осуществить научный анализ. Одно из широко используемых определений программы социологического исследования дано В.И. Ядовым: «Программа исследования – это изложение его теоретико-методологических предпосылок (общей концепции) в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования с указанием правил процедуры, а также логической последовательности операций для их проверки».

Разработка программы является весьма ответственным делом. Не стоит начинать исследование до тех пор, пока программа не будет достаточно хорошо разработана. Если по каким-то причинам нет возможности разработать полноценную программу исследования, то разрабатывают ее упрощенный вариант, в котором обязательно содержатся все необходимые компоненты, но без подробной детализации. Ведь эффективность исследования в значительной степени зависит от разработки программы, удачного выбора гипотезы. В противном случае исследование не приведет к эффективным практическим рекомендациям и не оправдает потраченных на него материальных средств.

В программе исследования отражается определенная последовательность, поэтапность исследования. Каждый этап – это относительно самостоятельная часть познавательного процесса. Для каждого этапа характерны свои специфические задачи, решение которых связано с общей целью исследования. Необходимость строгой поэтапности исследования выдвигает особые требования к структуре и содержанию программы. Выделяют следующие части программы.

1. **Методологическая часть программы**.

• Описание проблемной ситуации.

• Определение объекта и предмета исследования.

• Определение цели и задач.

• Интерпретация основных понятий.

• Формулировка гипотез.

2. **Методическая часть программы**.

• Определение объема выборки.

• Определение методов сбора первичной социологической информации.

• Логическая структура используемого инструментария.

• Методика обработки информации.

3. **Организационная часть программы.**

• Рабочий план с выделением кадровой, финансовой, организационно-управленческой составляющей.

Рассмотрим более детально основные части программы.

# 5.1.1. Методологическая часть программы

**Проблемная ситуация.** Исходным пунктом исследования всегда является проблемная ситуация. Основу ее составляет реальное противоречие в развитии социальной системы. *Социальная проблема*(греч. рrоblеmа – задача) – это поставленная самой жизнью противоречивая ситуация, носящая массовый характер и затрагивающая интересы тех или иных социальных институтов. Для исследователя социальная проблема выступает как состояние «знания о незнании» каких-то определенных сторон, количественных и качественных изменений, тенденций развития, причин и других характеристик интересующего его социального явления или процесса. То есть проблема – это всегда противоречие между знаниями о потребностях людей в определенных практических или теоретических действиях и незнанием путей, средств и методов их осуществления.

Например, это может быть незнание причин резкого увеличения рождаемости детей с нарушенной психикой, роста бытовой преступности, а значит незнание путей их снижения.

Для решения проблемы необходимо получить новое знание или создать теоретическую модель, объясняющую то или иное явление, процесс, выявить факторы, с помощью которых потом можно будет воздействовать на его развитие в желаемом направлении.

Обычно заказ исследователю формулируется в виде обозначения какой-нибудь проблемной ситуации, указания на неудовлетворительное положение дел в той или иной сфере и т. д. *Перед исследователем встает задача отразить суть проблемной ситуации в формулировке проблемы, которую ему предстоит исследовать.* Это требует от него проведения специальной теоретической работы.

*Во-первых*, необходимо установить реальное существование данной проблемы: а) есть ли показатель, количественно или качественно характеризующий данную проблему; б) есть ли учет и статистика по этому показателю; в) достоверны ли учет и статистика по этому показателю.

*Во-вторых*, выделить уже известные элементы проблемной ситуации, которые не требуют специального анализа и будут выступать в качестве информационной базы для рассмотрения неизвестных элементов (например, известные данные статистики и учета являются важным готовым материалом).

*В-третьих*, выделить в проблемной ситуации главные и второстепенные компоненты, для того чтобы правильно определить основное направление исследовательского поиска.

*В-четвертых*, попытаться найти готовый способ решения проблемы, для чего следует обратиться к специальной литературе по изучаемому предмету (как социологической, так и из других смежных областей – философии, экономики, психологии и т. д.). Кроме того, обратиться за помощью к коллегам-социологам, так как необходимая информация может быть еще не опубликована, а также провести беседы с экспертами – научными работниками и практиками, часто обладающими ценной информацией об изучаемой проблеме.

Следует понимать, что нередко полученная формулировка проблемы значительно отличается от первоначальной, сформулированной заказчиком.

## Классификация социальных проблем

1) *В зависимости от цели исследования* различают проблемы логико-познавательного и предметногохарактера. *Проблемы познавательного характера* вызваны недостатком информации о состоянии, тенденциях изменения важных с точки зрения управления социальных процессов. Они порождены недостатком знания. *Проблемы предметного характера*– социальная дезорганизация, противоречия или конфликты, вызванные столкновением интересов той или иной социальной группы населения, социальных институтов. Основная цель вданном случае заключается в выработке практических рекомендаций для регулирования социальных процессов. Предметная и познавательная стороны социальной проблемы тесно взаимосвязаны. Как правило, социологические исследования являются комплексными, они одновременно решают как теоретические, так и практические проблемы.

2) *По масштабам распространенности* социальная проблема может носить *общегосударственный*(социальная проблема затрагивает интересы и потребности всего общества в целом), *региональный*(целый регион, этнонациональная общность, большая социальная группа, общественный институт) и *местный характер*(коллектив, организация, поселок, городской микрорайон, город).

3) *По времени действия* противоречия проблема может быть краткосрочной (неудовлетворенность студентов формой учебы), *среднесрочной*(проблема адаптации работников предприятия к новой форме организации труда) и длительной(противоречия, порождающие жилищную проблему, девиантное поведение части населения и др.).

4) *По глубине противоречия* различают: *одноплановые проблемы –*это проблемы, которые затрагивают какую-либо из сторон социального явления или процесса; *системные проблемы*,отражающие дисбаланс всей системы элементов целостного явления или процесса; *проблемы, порожденные противоречиями функционального характера*:нарушены сложившиеся ранее причинно-следственные связи социального явления или процесса. Например, ломка устоявшихся распределительных отношений в обществе и идеологических представлений населения в связи с расширением частных форм собственности.

**Определение объекта и предмета исследования.** Как отмечает В.А. Ядов, объектом социологического исследованияможет быть «все то, что явно или неявно содержит социальное противоречие и порождает проблемную ситуацию. Объект социологического исследования – это то, на что направлен процесс познания». Социальная проблема никогда не существует сама по себе, она всегда предполагает наличие своего носителя, с которым эта проблема непосредственно связана. *Объект – это непосредственный носитель той или иной социальной проблемы.* В КСИ в качестве объектов могут выступать люди, их деятельность, условия жизни и работы (молодежь, пенсионеры, система оплаты труда, система социальной защиты и т. д.).

# Способ описания объекта

1. Должны быть четко даны такие параметры:

– обозначена профессиональная (или отраслевая) принадлежность;

– пространственная ограниченность: географический регион, населенный пункт, предприятие, учреждение и т. п.;

– функциональная направленность (производственная, социально-по­ли­ти­ческая, семейно-бытовая).

1. Указаны временные параметры. Указание временных границ конкретизирует сроки проведения исследования, связанные с особенностями производства или обуче­ния.

3. Описаны количественные границы объекта, что позволяет произвести отбор его участников с точным указанием отрасли, территории и т.д.

Четкое выделение объекта способствует правильному определению предмета исследования. Предметом исследования считают ту сторону объекта, которая непосредственно подлежит изучению.

*Предмет исследования*– это наиболее существенные с практической и теоретической точек зрения *свойства и стороны объекта, которые в наиболее полном виде характеризуют исследуемую проблему* и познание которых важно для решения проблемы исследования.

Например, при изучении проблемы бездомности объектом выступают люди без определенного места жительства, предметом – причины бездомности, образ жизни бездомных, источники их существования.

Объект может иметь несколько предметов исследования, так как в рамках одного объекта может возникнуть несколько проблем. Разные ученые могут при изучении одного объекта и проблемы выделять разные предметы.

Выделение объекта и предмета исследования очень важная процедура в ходе разработки программы, так как от того, какой в изучаемом объекте будет выделен предмет, зависит выбор метода сбора и анализа данных.

**Формулировка цели и задач исследования.** Длярешения социальной проблемы сначала необходимо поставить цель. *Цель исследования*– это *модель ожидаемого конечного результата (решения проблемы)*, достигаемая посредством проведения социологического исследования. От цели зависит вся логика проведения исследования. Цель достигается благодаря решению четко сформулированных задач. *Задачи исследования – это система конкретных требований, направленных на анализ и решение проблемы.* Они, как промежуточные цели, без которых невозможно получить конечный результат. Последовательное решение их должно привести к достижению единой цели. Задачи исследования позволяют содержательно, методически и организационно конкретизировать цель. Задачи бывают основные (главные), частные и дополнительные. Основные задачи ориентированы на решение центральной проблемы, соответствуют цели исследования, частные – на отдельные стороны предмета. Дополнительные задачи – на подготовку будущих исследований, связанных с изучаемым предметом. Они рассматривают разные аспекты проблемы и способы ее решения.

**Интерпретация и операционализация основных понятий.** Все проблемные ситуации в исследовании описываются через свой понятийный аппарат. Для решения проблемы, однозначного понимания основных терминов, категорий исследователь должен дать в программе исчерпывающую интерпретацию основных понятий (понятия). *Интерпретация*– *процедура истолкования, уточнения смысла понятий, которые будут применяться в ходе исследования.* Она является необходимым элементом объяснения в социологии. От этого полностью зависит логика изучения проблемы и направление поиска путей ее решения. Иногда вместо понятия интерпретация используют термин «концептуализация», что означает то же самое – описание смысла основного понятия-концепта или концепции КСИ.

Далее проводится *операционализация* основных понятий, которая заключается в поиске эмпирических индикаторов-переменных для теоретических концептов-понятий. Это позволяет провести измерение – отображение некой эмпирической системы индикаторов в математическую систему переменных по определенным правилам шкалирования.

В ряде учебников при описании интерпретации выделяют три этапа: теоретическая интерпретация, эмпирическая и операциональная.

Теоретическая интерпретация – определение основного понятия через более мелкие частные теоретические понятия. Эмпирическая интерпретация– это выделение эмпирических (наблюдаемых) признаков, конкретизирующих содержание основных понятий. Операциональная интерпретация – это дальнейшее расчленение эмпирических индикаторов основного понятия на более простые операционные понятия, которые будут поддаваться измерению.

**Формулировка гипотезы.** *Гипотеза*(от греч. hupotesis – основание, предположение) – *это обоснованное предположение о структуре социальных объектов, характере связей между изучаемыми социальными явлениями и возможных подходах к решению социальных проблем.*

Гипотеза может быть сформулирована только в результате предварительного анализа объекта. Она является своеобразным прогнозом ожидаемого решения исследовательской задачи. Выдвижение гипотез влияет на всю внутреннюю логику процесса исследования. В результате проверки гипотеза либо опровергается, либо подтверждается. Проверка гипотез при проведении социологического исследования осуществляется на основе выведения гипотез-следствий из гипотез-оснований и их эмпирической проверки. *Гипотезы-основания*– это гипотезы, доказываемые с помощью выводимых из них гипотез-следствий, они не всегда имеют прямые эмпирические признаки. *Гипотезы-следствия*выводятся из гипотез-оснований и служат средством их доказательства. Для этих гипотез обязательно наличие эмпирических признаков, которые можно проверить разными средствами. Таким образом, гипотезы-основания развертываются в длинную цепочку гипотез-следствий, сформулированных в менее общих понятиях. Подтверждаемость гипотез-следствий будет доказательством обоснованности гипотез-оснований.

Гипотеза должна быть простой, четко и ясно сформулированной. Гипотеза не должна сопровождаться большим количеством возможных допущений и ограничений. Не следует составлять ее с помощью нескольких придаточных предложений. Гипотеза не должна противоречить известным уже фактам, которые относятся к изучаемому кругу явлений. Она должна их объяснять.

Например, бездомными людьми чаще становятся мужчины, которые отбывали срок наказания и потеряли в связи с этим жилье.

Если почти все выведенные из гипотез-оснований гипотезы-следствия истинны, то это говорит о высокой степени истинности самой гипотезы и является основанием для ее принятия. Маловероятно, что большинство гипотез-следствий подтвердилось случайно. Если полученные в ходе исследования данные не подтвердились гипотезами-следствиями, то гипотеза опровергается.

Чтобы повысить подтверждаемость гипотезы, необходимо стремиться к выдвижению возможно большего количества взаимосвязанных гипотез, при этом к каждой гипотезе необходимо указать как можно большее число эмпирических показателей входящих в нее переменных.

Если в программе не сформулирована гипотеза, то это означает, что научная ценность проводимого исследования будет научно низкой и после сбора информации исследователь не сможет адекватно провести интерпретацию полученных данных (таблиц, графиков и т. д.). Ведь сами по себе даже очень интересные ответы на отдельные вопросы не будут представлять большой ценности, если они не подтверждают или не опровергают какую-либо гипотезу.

# 5.1.2. Методическая часть программы

**Программные требования к выборке.** Бывают сплошные и выборочные опросы. В сплошном опрашиваются все респонденты (ученики класса, больные палаты). Однако чаще всего социолог использует выборочный метод для формирования массива респондентов. В этом случае по определенным правилам формируется «выборка». Для этой процедуры нужно знать генеральную совокупность. *Генеральная совокупность*– это объект исследования, который территориально, производственно и во времени ограничен и для которого выводы проведенного исследования будут правомерны. *Выборочная совокупность (выборка)*– это отобранное по строго заданному правилу определенное число элементов генеральной совокупности. Выборка – микромодель генеральной совокупности, по всем основным изучаемым качественным характеристикам и контрольным признакам она будет своей структурой максимально повторять структуру генеральной совокупности, только так составленная выборка будет репрезентативной (от французского слова «представительный»). *Тип и способы выборки прямо зависят от целей исследования и его гипотез.* Чем конкретнее цель, чем яснее сформулированы гипотезы, тем правильнее будет решен вопрос о выборке.

Наиболее строгие требования предъявляются к выборкам описательных и аналитических исследований, наименее строгие – к исследованиям по разведывательному плану. В последнем случае отбор «единиц наблюдения» на объекте подчиняется довольно простым правилам: следует выделять полярные группы по существенным для анализа критериям, численность которых строго не определяется, а зависит от состояния полученной информации. Опрос в таком исследовании продолжают до получения информации, достаточно разнообразной для формулировки гипотез.

В исследовании описательного и аналитического плана выборка, напротив, должна быть строго репрезентативной. Следует иметь в виду, что строго репрезентативную выборку по всем важным для проблематики КСИ параметрам обеспечить невозможно, и поэтому следует гарантировать репрезентацию по главному направлению анализа данных. Для этого надо уяснить, какие из имеющихся сведений о характеристиках генеральной совокупности существенны для целей исследования. Во многих случаях это половозрастной, социально-профессиональный, имущественный состав обследуемых, их пространственная локализация, поэтому чаще всего достаточно добиться сочетания этих трех параметров. Однако в этнически неоднородной среде существенно важно добиться репрезентации по критерию национальной принадлежности.

Мера подобия выборочной модели структуре генеральной совокупности оценивается *ошибкой выборки*, а пределы допустимой ошибки опять-таки зависят от цели исследования. Весьма полезна следующая приблизительная оценка надежности результатов выборочного обследования.Повышенная надежность допускает ошибку выборки до 3 %, обыкновенная – до 3–10 % (доверительный интервал распределений на уровне 0,03–0,1), приближенная – от 10 до 20 %, ориентировочная – от 20 до 40 %, а прикидочная – более 40 %.

## Формирование выборки

Для расчета объема выборки общее правило таково: объем выборки при заданном уровне доверительного интервала должен быть не менее чем ***п* × *К***единиц наблюдения, где *п* – объем подвыборки по столбцу, а *К* – число столбцов. Математики и статистики вывели формулу для определения объема выборки.

где *n* – объем выборки;

*σ* – дисперсия или мера рассеивания исследуемого признака в генеральной совокупности (степень однородности исследуемых единиц наблюдения);

*t –* коэффициент доверия (заданная точка);

∆ – предельная ошибка выборки.

*Численность (объем) выборки зависит от уровня однородности или разнородности изучаемых объектов.* Чем более они однородны, тем меньшая численность может обеспечить статистически достоверные выводы. Но степень однородности социального объекта зависит от того, насколько детально мы намерены его исследовать. Практически любой, самый «элементарный» объект оказывается чрезвычайно сложным. Лишь в анализе мы представляем его как относительно простой, выделяя те или иные его свойства. Чем более основательным и детальным будет анализ, чем больше свойств данного объекта мы намерены принять во внимание в их сочетании, а не изолированно, тем больше должен быть объем выборки.

Используя статистический критерий Стьюдента, можно рассчитать объем выборок в зависимости от заданного уровня доверительного интервала ошибки вывода. Чем меньше объем сравниваемых подвыборок (например, ветераны-одиночки и семейные), тем больше должно быть различие каждой пары сопоставляемых статистик. Если численность сравниваемых подвыборок неодинакова, за базу определения допустимой ошибки следует брать наименьшую подвыборку.

В зависимости от объема подвыборки существенность процентных различий определяется следующей таблицей.

Таблица 6

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Объем  Подвыборок по  Их численности | Значимая разность  в % при ошибке  не более 5 % | Объем  подвыборок по  их численности | Значимая  разность в %  при ошибке  не более 5% |
| 50 | 20 | 300 | 8 |
| 100 | 14 | 500 | 6,3 |
| 150 | 11,5 | 1000 | 4,5 |
| 200 | 10 | 5000 | 2 |

Допустим, что удовлетворительно оценивают условия быта 85 % ветеранов-женщин и 79 % мужчин, проживающих с семьями, и, соответственно, 42 % женщин и 38,4 % мужчин-одиночек. Разности в процентах составляют: 85 – 79 = 6 % и 42 – 38,4 = 3,6 %. При численности подвыборок до 150 человек и при 5-процентном уровне ошибки эти различия нельзя признать существенными, так как они должны перекрывать 11,5 %. Но различия между соответствующими оценками одиночек и семейных будут существенны. Онисоставят для женщин 85 – 42 =43 % и79 – 38 = 41 % для мужчин. Такие различия значимы уже при выборках около 50 человек. Достоверный вывод звучит так: решающей является ситуация проживания ветеранов с семьей или одиноко. В какой мере эти обстоятельства больше переживаются мужчинами или женщинами, сказать трудно; наших данных для этого недостаточно.

Как видим, объем выборки (n) будет зависеть, с одной стороны, от разнородности исследуемого объекта, а с другой стороны, от степени точности. *Чем больше разнородность объекта и больше степень точности, тем больше и объем выборки.*

Объем выборки зависит также от уровня доверительного интервала допустимой ошибки, что задается требуемой точностью результатов. Однако здесь имеются в виду так называемые *случайные ошибки*, связанные с природой любых статистических погрешностей. Именно они и вычисляются как ошибки репрезентативности вероятностных выборок.

В. И. Паниотто приводит следующие расчеты репрезентативной выборки с допущением 5-процентной ошибки.

Таблица 7

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Объем генеральной совокупности | 500 | 1000 | 2000 | 3000 |
| Объем выборки | 222 | 286 | 333 | 350 |
| Объем генеральной совокупности | 4000 | 5000 | 10000 | 100000 |
| Объем выборки | 360 | 370 | 385 | 358 |

Для совокупности более 100000 выборка составляет 400 единиц. Если же иметь в виду генеральные совокупности численностью от 5 тыс. и больше, то, по расчетам того же автора, можно указать величины фактической ошибки выборки в зависимости от ее объема, что для нас весьма важно. При этом стоит помнить, что величина допустимой ошибки зависит от цели исследования и необязательно должна приближаться к 5-процентному уровню. В таблице 8 приведены данные о связи объема выборки и фактической ошибке при данном объеме выборки.

Таблица 8

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Объем выборки, если генеральная совокупность ≥ 5000 | 25 | 45 | 100 | | 123 | | 156 | | 204 | | 400 | | 625… | |
| Фактическая ошибка при данном  объеме выборки, % | 20 | 15 | | 10 | | 9 | | 8 | | 7 | | 5 | | 4 | |

Наряду со случайными возможны *ошибки систематического характера*. Они зависят от организации выборочного обследования. Это разнообразные *смещения выборки* в сторону одного из полюсов выборочного параметра. Чтобы исключить смещения, необходимо правильно формировать выборку.

# Способы формирования выборки

Выборки бывают случайные и неслучайные. Случайными называются выборки, если они сформированы по правилу: *все объекты генеральной совокупности должны иметь равную вероятность попадания в выборочную совокупность.* Существует три типа вероятностных (случайных) выборок: *простая случайная выборка, систематическая случайная выборка, серийная выборка*(гнездовая).

*Простая случайная выборка* – используется таблица случайных чисел. Если генеральная совокупность не очень велика, то можно использовать другой способ. Единицы наблюдения нумеруем, переносим на карточки номера, тщательно перемешиваем или складываем в барабан, и вытаскиваем необходимое количество карточек.

*Систематическая случайная выборка*– в этом случае отбор производится через какой-то определенный интервал (шаг) из исходного списка (домовые книги, алфавитные списки, финансовые ведомости и т. д.). Первый элемент отбора определяется случайным способом (по таблице случайных чисел). Потом выбор единиц отбора будет производиться через один и тот же шаг. Однако необходимо следить, чтобы шаг отбора не совпадал с какой-то внутренней закономерностью изучаемой генеральной совокупности.

Например, если составляется выборка для опроса клиентов в социальном центре, надо проверить, все ли клиенты в нее попали.

*Серийная (гнездовая) выборка*– единицей отбора будет статистическая серия, т. е. совокупность статистически различных единиц (центры различных районов Омской области). Серии, попавшие в выборку, подвергаются сплошному или выборочному обследованию.

*Не строго случайные методы: целенаправленная, квотная и стихийная выборка.*

*Целенаправленная (целевая)* – выбираются типичные для генеральной совокупности элементы по каким-то определенным критериям.

*Квотная*– представляет собой модель структуры генеральной совокупности, которая строится в виде квот (пропорций) распределения признаков изучаемых объектов. Этим методом пользуются, когда имеются предварительные данные о важных элементах генеральной совокупности. При этом берется какая-то часть (в процентном отношении) генеральной совокупности, непосредственно исследуется, а затем сопоставляется с целым по каким-то показателям. Это может быть возраст, образование, профессиональная подготовка и т. д. Показатели генеральной совокупности в этом случае берутся из официальной статистики.

*Стихийная*– часто называется выборкой «первого встречного». Критерии выбора не задаются. Исследуя какую-то проблему через газету, заранее трудно предопределить структуру массы читателей, которые заполнят и вышлют обратно анкеты, поэтому выводы такого исследования будут распространяться только на определенных читателей.

Присущие основным типам выборок достоинства и недостатки даны в систематизированном виде авторами «Рабочей книги социолога».

## Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение программы исследования.
2. Каково содержание методологической части программы?
3. Что такое проблемная ситуация в исследовании?
4. Как связаны предмет и проблема в КСИ?
5. Как связаны гипотезы-следствия и гипотезы-основания?
6. В чем заключаются методические требования к выборке?

**Разработка и пилотаж инструментария.** В методическую часть программы входит также разработка инструментария и, прежде всего, анкеты (опросника). В разделе 4.1 были рассмотрены основные требования к формированию анкеты. К этому следует добавить ряд положений, полезных для деятельности социального работника.

Специальные методические исследования показывают, что *формулировка вопроса* имеет решающее значение для качества данных. Д. де Вос свел те требования, которые обычно предъявляют к словесной формулировке вопроса,в удобный контрольный список, которым можно руководствоваться в практической работе.

# Основные правила формулировки вопросов

**1.** В словесной формулировке вопроса следует избегать использования специальных терминов или сленга. Чаще всего специальные термины в вопросах результат того, что социолог не смог достаточно отчетливо операционализировать исходное понятие, найти его эмпирические эквиваленты в повседневном поведении или высказываниях людей.

Например: «Поддерживаете ли вы либералистскую концепцию роли государства в экономике?»

Использование специальных терминов допустимо лишь в опросе экспертов.

**2.** Стремитесь к коротким формулировкам. При прочих равных, чем меньше слов в вопросе и предложенных альтернативах ответа, тем меньше шансов, что вас неправильно поймут. Разумеется, и эту рекомендацию не стоит доводить до абсурда: вопросы не должны превращаться в намеки.

**3.** Проверьте, не является ли вопрос многозначным, т.е. не содержит ли он в себе двух или более различных по смыслу вопросов, на каждый из которых можно получить независимый ответ. Простой, на первый взгляд, вопрос «Когда Вы в последний раз читали газету «Известия»?» в действительности требует двух разных вопросов, первый из которых должен касаться того, читает ли человек данную газету вообще.

**4.** Избегайте «подталкивающих» (или наводящих) вопросов, неявно указывающих респонденту, какой ответ желателен. «Подталкивающий» вопрос заставляет респондента выбирать «правильный» или социально-желательный ответ.

Например: «Примете ли вы участие в выборах, если отказ людей участвовать в голосовании приведет к установлению диктатуры?»

В менее очевидных случаях к «подталкиванию» могут вести прямые ссылки на мнение авторитетных или влиятельных людей («Согласны ли вы с мнением премьер-министра …?»), использование слов, имеющих явную эмоционально-оценочную нагрузку (например, «безответственные политики»).

Еще один способ навязать респондентам собственноемнение – это ограничение числа альтернатив ответа в закрытом вопросе или исключение позиций «другой ответ», «затрудняюсь ответить», «не знаю». Конечно, это значительно облегчает анализ данных, но исследование в этом случае становится просто дорогостоящим средством демонстрации собственной точки зрения.

**5.** Без крайней необходимости не используйте выражения, содержащие в себе отрицание.

Например, спрашивая респондента о согласии или несогласии с утверждением «нельзя делать профилактические прививки взрослым без их добровольного согласия», мы не сможем уверенно утверждать, что означает ответ «нет» – несогласие с суждением или подтверждение согласия. Подобной путаницы не возникнет, если использовать утвердительную формулировку («согласны ли вы с тем, что нужно делать прививки взрослым даже в принудительном порядке?»). Если по каким-то причинам нужно все же сохранить форму отрицания, то выходом становится использование развернутых ответов (например, «нет, принудительные прививки делать нельзя» и т. п.).

**6.** Вопросы, требующие особой компетенции или осведомленности о чем-то, нужно задавать лишь тем, кто может на них ответить. Если есть основания считать, что не все респонденты могут ответить на вопрос из-за отсутствия каких-то знаний или опыта, нужно использовать предварительный вопрос-фильтр, чтобы отсеять тех респондентов, которые не могут иметь квалифицированное мнение.

**7.** Избегайте любых многозначных или двусмысленных слов и фраз. Нужно пытаться находить замену для каждого слова, которое по-разному понимается в разных субкультурных группах.

Например, выражения «быть безразличным к чему-то», «относиться к чему-то безразлично» могут восприниматься как абсолютно нейтральные рабочими и как слегка негативные оценки – школьными учителями.

**8.** Учитывайте возможное влияние фактора социальной желательности. Фактор социальной желательности – одна из основных угроз опроса, вызванная стремлением людей к социальному одобрению, к «престижному» поведению и образу жизни (вопросы о предпочитаемой марке автомобиля, о сексуальной активности, даже о доходе или образовании).

Возникает систематическое смещение, которое в общем случае обозначается как «установка на ответ» (англ. response set). Бороться с этим видом смещения очень сложно. Важно осознавать возможность таких смещений, избегать «подталкивающих» вопросов и провоцирующих «социальное тщеславие» формулировок, а также уделять особое внимание этой проблеме на стадии анализа и интерпретации.

**9.** В вопросах следует достаточно конкретно определять временные и пространственные координаты интересующих вас событий. Трудно ответить на вопрос «часто ли вы читаете детективы?». Нужно конкретизировать понятие «часто», т.е. объяснить какой период времени имеется в виду (например, «как часто в течение последнего года (месяца) вы читали...?»).

**10.** Не стремитесь к излишней детализации вопросов. Респонденту в большинстве случаев легче указать некоторый числовой интервал, чем оценить точное значение признака. Даже такой явно «числовой» признак, как доход, может оцениваться по-разному, в зависимости от того, какие источники или временные рамки принимаются в расчет.

# Сензитивные вопросы

Сензитивными считаются любые вопросы, направленные на получение сведений, которые люди обычно предпочитают утаивать. Ответы на эти деликатные вопросы чаще бывают неискренними и, соответственно, ведут к не связанным с выборкой систематическим ошибкам в данных.

В результате специальных исследований влияния «установки на ответ» на качество первичной информации удалось показать, что для респондента *помимо собственно содержания вопроса важна его форма*. Задавая вопросы, относящиеся к «сензитивным» сферам поведения людей, лучше всего избегать прямых формулировок, подобных вопросу: «Случалось ливам попадать в вытрезвитель?». В *косвенных формулировках* обычно используют *прием проекции* нестандартного поведения – на «других людей», «всех людей» – и его *рутинизации,* то есть подчеркивания его обыденности.

Например: «Известно, что каждый взрослый мужчина хотя бы раз в жизни может "упиться в стельку" и попасть в медвытрезвитель. Случалось ли что-нибудь подобное с вами?».

В некоторых (скорее редких) случаях уместно *применение метода вынужденного выбора*, позаимствованного из психологического тестирования. Опрашиваемый должен выбрать одно из 4–5 суждений, каждое из которых имеет одинаковую негативную «нагрузку» по факторам моральной оценки или социальной желательности. Его заранее предупреждают о необходимости делать выбор быстро и о невозможности другого ответа («не знаю», «другое»). Задачей является выбор суждения, «наиболее близкого» к точке зрения или «лучше характеризующего» респондента. Использование этого приема требует специального обучения интервьюеров и очень высокой мотивации к сотрудничеству со стороны опрашиваемых. Оба эти условия довольно трудно реализовать в практике массовых опросов.

Следует помнить, что для решения проблемы «сензитивности» имеет значение и *процедура сбора данных*: анкеты, заполняемые самим респондентом, несколько лучше, чем телефонные или личные интервью в тех случаях, когда необходимо предотвратить завышение частоты социально-одобряемо­го поведения. Однако анкетирование ведет к более значительным смещениям в оценке неодобряемого поведения.

Для «сензитивных» вопросов, требующих детального (не сводящегося к «да» или «нет») ответа, *предпочтительно использовать достаточно длинные* и состоящие из привычных респонденту слов *формулировки, а также открытый или полузакрытый формат вопросов*. Важно также спокойное, нейтральное поведение интервьюера (в случае личного интервью) и заверения в конфиденциальности, высказанные в начале беседы.

Довольно полезным приемом является *использование вопросов о друзьях или знакомых (реальном окружении респондента).* Конечно, полученные таким способом данные не могут быть «приписаны» к конкретным выборочным единицам, но они дают довольно правдоподобные оценки для некоторых типов поведения. Такие вопросы особенно уместны, когда необходимо оценить распространенность или частоту каких-то поведенческих актов.

Такой подход может быть проиллюстрирован следующим вопросом: «Представьте себе троих своих ближайших друзей. (Нет нужды называть их имена.) Как много кто-то из них, по вашему мнению, когда-либо употреблял наркотики?».

# Макет анкеты

Общий вид и структура анкеты важны, так как плохое оформление или неясные инструкции часто ведут к невосполнимым пропускам в данных. Стремление «ужать» вопросник, сделать его объем небольшим, чтобы не отпугнуть респондентов, на практике приводит к появлению путаного и визуально непривлекательного инструментария.

*Рекомендации к оформлению анкеты*

1) Вопросы желательно печатать только на одной стороне листа. Если листы плотные, то можно с двух сторон в виде «книжечки».

2) Поля должны быть не менее 2,5 см, что необходимо для кодирования данных.

3) Альтернативы ответа лучше располагать вертикально, а не горизонтально. Когда они перечисляются в одной строке, респондент чаще пропускает средние позиции.

4) Желание опрашиваемых подробно ответить на открытый вопрос усиливается наличием *нескольких* незаполненных строк для ответа.

5) Большинство социологов-практиков убеждены, что наиболее удобной формой для фиксации ответа на закрытый вопрос является перечеркивание «квадратика» рядом с избранным ответом (или проставление в нем «галочки»). Возможно также использование квадратных [ ] или круглых ( ) скобок. Если каждая из позиций ответа имеет заранее присвоенный цифровой код, то можно попросить респондента обвести соответствующие цифры кружком. Последний вариант, однако, менее предпочтителен: во-первых, не все смогут обвести цифры достаточно аккуратно (что приведет к ошибкам при вводе данных), и, во-вторых, обильно усеянная цифрами анкета некоторыми респондентами воспринимается как математическая головоломка.

6) Важную роль в структуре анкеты играют *вопросы-фильтры* (или «отсекающие» вопросы). Они позволяют отобрать группу респондентов, которые могут (в силу своего статуса, опыта, заинтересованности или знаний) ответить на следующие за вопросом-фильтром *зависимые вопросы.* Для остальных респондентов зависимые вопросы будут попросту бесполезны.

7) Иногда социологу нужно задать несколько вопросов, имеющих одинаковые категории ответа (используется одна шкала). В этом случае целесообразно использовать *табличный вопрос,* что делает анкету более компактной и, кроме того, позволяет респонденту увидеть смысловую и логическую организацию однотипных вопросов.

*Порядок вопросов в анкете*

1. начинайте с простых фактических вопросов, на которые респондент сможет легко и быстро ответить (только это не должны быть «демографические» вопросы о возрасте, национальности и т. п.);
2. постарайтесь обеспечить какое-то смысловое соответствие между начальными вопросами и заявленными целями опроса;
3. группируйте вопросы в смысловые блоки, по возможности разделяя их графически: это не только облегчит задачу составления вопросника, но и придаст последнему в глазах опрашиваемых вид упорядоченного целого, а не хаотического и бессвязного нагромождения вопросов;
4. стремитесь всегда двигаться от более простых вопросов к более сложным и от более конкретных – к более абстрактным;
5. избегайте однообразия в конструкции вопросов и выборе формата для ответов, если вопросы следуют друг за другом;
6. не забывайте о возможном влиянии «соглашательской» установки на ответ: меняйте «направленность» вопросов, измеряющих одну и ту же установочную переменную;
7. избегайте слишком резких переходов от конкретных вопросов, относящихся к повседневной жизни и опыту, к мировоззренческим, установочным или «сензитивным»: трудно предсказать, как отреагирует человек, которого вы внезапно спросите: «Доводилось ли вам лечиться от венерических болезней?» или «Веруете ли вы в Бога?» (иногда в практике массовых опросов используют малоинформативные или даже вовсе неинформативные «буферные» вопросы, сглаживающие такого рода переход);
8. в некоторых случаях есть смысл использовать небольшие «введения» к каждому блоку вопросов. Например: «В следующем разделе нашей анкеты мы хотели бы узнать, что омичи думают о городском транспорте»;
9. небольшие подсказки и конкретные инструкции по заполнению должны содержаться не только в общем введении к анкете, но и везде, где это необходимо для ясного понимания респондентом сути стоящей перед ним задачи. Скажем, «в случае, если ни один из предложенных ответов не соответствует вашему мнению, впишите ваш ответ...» или «напишите "1" рядом с фамилией самого любимого телеведущего...».

# Пилотаж инструментария

*Предварительная проба*(«пилотаж») охватывает проверку годности и отдельных методов получения первичной информации, и системы процедур в целом, и организации массового сбора данных (конструирование выборки, организация «полевых» работ и, наконец, в случае использования качественных методов – экспериментальные интервью, наблюдения и т. п.).

Проба отдельной методики производится на небольшой выборке обследуемых (25–30 человек). Для этого разумно отобрать представителей крайних групп. В каждом случае это будут разные группы, что зависит от содержания исследования. При использовании опросных методов обычно стремятся к тому, чтобы в пробе участвовали люди с различным уровнем образования и жизненного опыта. Здесь проверяется, насколько вопросник учитывает эти различия. При анализе документов важно обеспечить полный набор характеристик, чтобы проверить, насколько единицы анализа охватывают тексты. Используя метод наблюдения, заботятся о том, чтобы в пробе были представлены наиболее трудные для наблюдения ситуации.

Необходимо, чтобы наряду с авторами исследования в проведении пробы участвовали и будущие анкетеры, интервьюеры, наблюдатели, кодировщики текстов. Иногда к пробе привлекают коллег – ученых, мнение которых в ходе проверки инструментов исследования было бы особенно ценным. Участие в пробе нескольких человек позволяет подвергнуть обсуждению качество инструментов сбора данных. Задача: выяснить, насколько «работают» запланированные вопросы или пункты методик, понятны ли они респондентам (а также интервьюерам или наблюдателям, кодировщикам), дают ли они планируемую информацию и т. п.

Руководитель пробы начинает с устного инструктирования всех участников и комментирует письменную инструкцию. Особое внимание обращает на те пункты информации, которые почему-либо вызывают сомнение. В «поле» проверяют альтернативные варианты: например, половине обследуемых задают вопрос в одной форме, а другой половине – в иной. Начинающие работу анкетеры должны «проиграть» ситуацию респондента: они сами заполняют анкеты, отвечая на все вопросы. Этим достигается более полное включение в роль опрашиваемого, что совершенно необходимо для хорошего выполнения функций анкетера. При заполнении анкеты возникнут вопросы, которые помогут лучше понять состояние респондента, а также способ реакции анкетера на эти состояния. Типичные случаи обсуждаются всей группой, выходящей в «поле».

Проба осуществляется поэтапно, так что после каждой небольшой серии собранных данных производят анализ информации и обмениваются мнениями. Вместе с интервьюерами авторы исследования обсуждают шаг за шагом все элементы методики, начиная со вступительных разделов и кончая «паспортичкой». Замечания тут же анализируются, и принимается решение пробовать новый вариант, продолжать пробу старого или начать пробу двух вариантов одновременно. Итог пробы – окончательный текст методики и инструкции по сбору данных. В инструкции указывают назначение методики, последовательность операций, способ обращения к источникам информации, отмечают особенности сбора сведений по некоторым пунктам.

*Генеральный «пилотаж»* – продолжение пробы, но теперь уже не отдельной методики или инструмента, а всей процедуры сбора первичных данных: методик, способов протоколирования и сведения данных в кодировальные листы, инструкций по сбору данных, организации полевых работ на объектах и, наконец, качества выборки. Это «разведка боем», основная цель которой – проверка на надежность всех звеньев полевой процедуры.

Важная функция пилотажа – установить прямой контакт с ответственными лицами на объекте исследования, обеспечить их сотрудничество в дальнейшей работе. Вместе с тем проверяется пригодность всех звеньев собственной организации, особенно уровень подготовки участников исследования, их тренированность, понимание обязанностей.

Значительная нагрузка падает на проверку действий по осуществлению запланированной выборки и оценки ее объема, который зависит от двух основных факторов: характера информации (если нет сведений о нужных параметрах генеральной совокупности, то они извлекаются из данных генерального пилотажа) и доступности единиц наблюдения. Часто отобранные по спискам или иным путем обследуемые по разным причинам оказываются недоступными: находятся в отъезде, больны, слишком заняты, вовсе не проживают или не работают там, где мы ожидаем их найти и т. д. Эти организационные погрешности определяют, насколько следовало бы увеличить первоначальный отбор, чтобы в итоге получить запланированный объем выборки.

# Вопросы для самоконтроля

1. Что такое инструментарий КСИ?
2. Какие правила формулировки вопросов вам известны?
3. Как лучше всего задавать сензитивные вопросы?
4. Что такое метод вынужденного выбора?
5. Какие правила оформления анкеты вы знаете?
6. Перечислите порядок вопросов в анкете.
7. Как лучше оформить анкету?
8. Что такое пилотаж, каковы его задачи?

## 5.1.3. Организационная часть программы

Существует два вида плановых документов, которые определяют стратегию и тактику научного поиска, – это общий план и рабочий план. *Общий план* отражает схему исследования и определяет последовательность действий исследователя.

Различают *три варианта общего плана: разведывательный, описательный и аналитический.*

*Разведывательный план*применяется, когда нет ясного представления об объекте или проблеме социологического исследования, и социолог поэтому не может выдвинуть никаких гипотез. Его цель – уточнение проблемы, формулировка гипотез. Этот вид плана предполагает три основных этапа работы: изучение документов, проведение опросов экспертов и наблюдение. В результате проведения этой работы четко формулируется проблема и выдвигаются гипотезы.

*Описательный план*возможен, когда имеющиеся знания об объекте достаточны, чтобы сформулировать описательную гипотезу. Его цель – проверка выдвинутой гипотезы и получение точных качественно-коли­чест­венных характеристик объекта исследования. Набор исследовательских средств в данном случае будет другой: выборочное или монографическое исследование, анкетирование, статистические методы и др.

*Аналитический план*применяется, если имеющиеся знания об объекте позволяют сформулировать объяснительную гипотезу. Его цель – установить причинно-следственные связи в объекте, при этом раскрывается не только его структура, но и причины, которые влияют на функционирование и развитие изучаемого объекта.

На практике эти типы планов не существуют в чистом виде. Иногда в одном исследовании сочетаются все виды формулировки проблемы, затем выдвижение описательных гипотез, а потом установление причинно-следст­вен­ных связей.

На полевом этапе сбора первичной информации необходимо общий план преобразовать в рабочий. В нем указываются сроки выполнения определенных работ, их последовательность. Планируя сроки, необходимо предусмотреть возможные минимальные и максимальные сроки. Для этого хорошо составить сетевой график, чтобы видеть всю картину процесса и рационально управлять им. За каждым участником работы закрепить одного или группу социологов.

Программа социологического исследования – это стратегический документ, направленный на решение социальной проблемы или познание какого-то социального явления. *Рабочий план*– это приложение к программе. В нем указываются конкретные шаги и приемы, которые использует социолог в процессе социологического исследования.

Главные элементы *рабочего плана* отдельного теоретико-прикладного исследования можно подразделить на четыре временных этапа.

1. *Период разработки теоретической концепции и программы* данного исследования как составной части перспективной программы (если таковая имеется) или же составление перспективной программы с детальной проработкой первой фазы ее осуществления. В программе данного отдельного исследования, как мы уже знаем, предусматривается и отработка всех полевых инструментов, включая пробу методик и генеральный пилотаж всех процедур. На реализацию этой стадии разумно затратить до 1/3 всего времени, отведенного на исследование.

2. *Полевой период*, т. е. время на сбор первичных данных, их подготовку для ввода в компьютер (примерно 20 % отведенного времени).

3. *Период обработки и анализа данных*, включая промежуточные научные отчеты по итогам предварительного анализа (около 40 % времени на все исследование).

4. Время на *оформление итоговых отчетов* и публикаций (примерно 10 % времени).

Понятно, что особенности авторского коллектива, конкретных условий работы, срочности ее выполнения внесут коррективы в структуру временных затрат. Опыт многих известных исследователей говорит о том, что в рамках глубокого теоретико-прикладного исследования предложенное распределение времени вполне себя оправдывает.

# 5.2. Проведение полевых работ (сбор первичной информации)

*Полевое обследование* – массовый сбор информации на объектах. Основные требования организации на этом этапе: четкое соблюдение инструкций, контроль доброкачественности исходных данных по мере их поступления, целесообразная система хранения первичной информации.

Контроль доброкачественности материала обеспечивается строгим выполнением инструкций и выборочными проверками действий всех сотрудников: интервьюеров, наблюдателей, кодировщиков. Материал, собранный одним из сотрудников, выборочно проверяется другим, более опытным. Последний вновь обращается к источнику информации (например, к опрашиваемому), используя ту же методику. Таким путем контролируют добросовестность интервьюера или кодировщика и вместе с тем определяют ошибки, связанные с его индивидуальными характеристиками.

На этапе полевых работ следует учитывать *особенности сбора первичной информации методом анкетного опроса.*

Известно, что связь между социологом (социальным работником) и респондентом может быть обеспечена через анкетера или интервьюера. Это взаимодействие может влиять на качество заполнения анкеты (опросника беседы-интервью). Поэтому важной частью этапа является обучение анкетеров и интервьюеров. При обучении следует рассказать об особенностях конкретного инструментария, группы респондентов, а также эффекте интервьюера и способах его избежать. Данный эффект наблюдается при непрофессиональном поведении анкетера, интервьюера, которое влияет на ответы респондентов, вызывает их отказы от участия в опросе. Цель работы анкетера – получение информации, не подверженной изменению под его воздействием. Не допускается дискуссия анкетера с респондентом по поводу инструментария-анкеты, подсказки, способные изменить точку зрения респондента. Не допускается нетактичное поведение, вызывающая одежда и торопливость, небрежность в поведении, эмоциональная негативность в общении. Следует помнить, что анкетер или интервьюер является лицом исследования.

После обучения определяются задания каждому анкетеру, и проводится сам опрос. Напомним, что любой социологический опрос является анонимным.

## Процедура анкетирования

1. Необходимо обратиться за разрешением о проведении опроса к руководству подразделения, центра, преподавателю и т.п. (в сложных случаях готовятся специальные письма-обращения). Нужно объяснить цель исследования и отметить его анонимность, использование результатов только в обобщенном виде. Договориться при получении разрешения о графике проведения анкетирования (времени и месте). Если руководитель настаивает на сопровождающем, то нужно договориться о процедуре опроса: представитель руководства дает вводное слово, но затем не участвует в опросе, а лишь наблюдает (лучше, чтобы не было и наблюдения). Заполненные анкеты необходимо сразу забирать с собой, чтобы эти анкеты не оставались для рассмотрения в том же подразделении или центре.
2. Респондентам необходимо раздать анкеты и ручки (в случае отсутствия). Далее следует объяснить, как заполнять анкету: сначала читать вопрос, затем все варианты ответа и лишь затем отмечать свои ответы. Нельзя перескакивать с начала на конец, пропуская середину и т.п. Нужно заполнять анкету с начала и до конца без пропусков. Если заполнили слишком быстро, то нужно проверить анкету на пропуски и вежливо попросить заполнить пропущенные вопросы.
3. Необходимо наладить правильный психологический контакт с респондентами: поздороваться, поблагодарить за то, что согласились участвовать, быть доброжелательными, но без фамильярности. Одежда должна соответствовать обстановке опроса. Для учреждений – лучше официальная, для опроса на дому – более свободная. Она не должна быть отвлекающей, настораживающей, отталкивающей. Следует избегать резких действий и высказываний (вербальных и невербальных). Запрещается вступать в дискуссии с респондентами. Если респонденту что-то неясно, просите его поднять руку и, подойдя к нему, объясните спокойно и негромко, как следует заполнять анкету, не влияя при этом на его мнение.
4. Собрав анкеты, еще раз поблагодарите респондентов. Как правило, всегда есть долго заполняющие анкету респонденты. Следует им мягко подсказать, что нужно отмечать первое мнение и не думать долго над каждым вопросом.

Интервьюеру необходимы следующие качества:

– внимательность на протяжении всего интервью;

– наблюдательность, терпение;

– умение говорить внятно, неторопливо;

– умение слушать, умение молчать;

– недопустимы такие качества, как жесткость, требовательность, властность;

– важны честность, добросовестность, дисциплинированность.