ИНСТИТУТ ПО ФИЛОСОФИЯ И СОЦИОЛОГИЯ- БАН
Проект с Договор № BG05SFPR001-3.004-0006-C01 „Обучение на докторанти за изследване и трансформиране на пазара на труда съобразно нуждите на Индустрия 5.0. и двойния преход“,
по процедурата за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ BG05SFPR001-3.004 „Подкрепа за развитие на проектна докторантура“ по Програма „Образование“ 2021 – 2027

ПЪРВИ ОБУЧИТЕЛЕН КУРС НА ТЕМА:

„Базови социологически умения за провеждане на социологически проучвания и усвояване иновативна методика за изследване на пазара на труда в слаборазвити региони и региони в развитие. Изследване на потребности по отрасли, прогностични методи“

Проф. д.с.н Емилия Ченгелова

Проф. д.с.н. Валентина Миленкова

Модул III.
Методи за набиране на емпирична информация чрез ЕСИ. Анализ на съвкупната емпирична информация

Съдържание на Модул III:

Лекция: Тема 5.

Изследователски инструменти за набиране на информация с количествени методи. Въпросникът – класически пример за изследователски инструмент. Особености в конструирането на въпросници – методологически проблеми и решения, видове въпроси. Изкуството да се задават въпроси. Графично оформяне на въпросника. Тестване на въпросника и подготовка на окончателен вариант за теренна работа.

Лекция: Тема 6. Разработване на сценарии за фокус групови дискусии, дълбочинно интервю, дискусия по метода на „мозъчна атака".

Рекрутиране на потенциални лица за изследване. Някои особености в организацията и провеждането на изследванията с качествени методики. Анализ на получената информация.

Кафе-пауза

Лекция: Тема 7.

Организация и провеждане на ЕСИ. Работа с анкетьорските мрежи. Рискове от получаване на недостоверна информация. Контролни действия. Логически оглед и контрол на получената индивидуална емпирична информация.

Лекция: Тема 8.

Анализ на набраната информация с продукта SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Основни методи за статистико математически анализ на съвкупната информация. Подготовка на данните за обработка – кодиране; логически контрол върху грешките; чистене на файлове; избор на таблици и визуализация (графики, фигури, схеми и др. Четене на основните резултати от обработката на информацията (едномерни разпределения, кростаблици и др.).



Лекция: Тема 5.
Изследователски инструменти за набиране на информация с количествени методи

Въпросникът – класически пример за изследователски инструмент. Особености в конструирането на въпросници – методологически проблеми и решения, видове въпроси. Изкуството да се задават въпроси. Графично оформяне на въпросника. Тестване на въпросника и подготовка на окончателен вариант за теренна работа.

Изисквания към конструирането на въпросници (1)

В количествено отношение, най-много са съветите за това как да се конструира работоспособен въпросник (Payne, 1951; Garret, 1954; Hyman, 1954; Kahn & Cannel, 1958; Miller, 1970; Oppenheim, 1979; Михайлов, 1980; Sudman & Bradburn, 1982; Dijkstra & J. van der Zouwen, 1982; Осипов, (отв. ред.) 1983; Погосян, 1985; Ченгелова, 1991; Атанасов, Молхов, Съйкова, Ченгелова и Георгиева, 2004; Bryman & Teevan. 2005; Creswell, 2009; Атанасов, Съйкова, Ченгелова, Молхов и Маркова, 2010*).*

Приема се, че „добрият" въпросник трябва да отговаря едновременно на следните условия:

(1) Да е адекватен на целите и задачите на изследването и в изчерпателен вид обхваща системата от индикатори за изследване

(2) Да измерва това, което си мислим, че измерва, т.е. набраната индивидуална информация позволява реконструиране на картината и дава отговор на изследователските (програмните) въпроси

(3) Да е съобразен с особеностите на използвания метод за набиране на информация

(4) Да е адекватен по отношение на изследваните единици, т.е. въпросите са зададени разбираемо, на езика на изследваната съвкупност и в духа на техните модели на възприемане на социалната действителност (правило на най-ниското ниво)

Изисквания към конструирането на въпросници (2)

- При формулирането на въпроси изследователите се ръководят от **принципите за обективност, неутралност и равни шансове на всички респонденти за изказване на мнения**
- Формулирането на анкетните въпроси следва стриктно системата от индикатори на изследването, като се внимава да не се допусне дублиране на въпроси или пък някой от индикаторите да бъде „пропуснат", т.е. да не бъде формулиран съответен въпрос.
- Най-големите опасения и съмнения на изследователите са свързани не толкова с формулировките на въпросите, колкото с това дали ще успеят да обхванат всички аспекти на изследвания обект. Тук става дума за постигане на баланс между изследователските намерения (**какво трябва да се изследва**?) и разработването на максимално пригоден инструмент за набирането на първичната информация **(оптимален вариант).** Казано по друг начин, изследователят е изправен пред дилемата от една страна, да пита за всичко, което го интересува, а от друга - да избегне създаването на прекомерно обемен, тежък и тромав въпросник
- Изследователите са убедени от своя опит, че въпросник, изискващ интервю повече от 15-20 минути, поставя на изпитание търпението на изследваните лица, а това се отразява на качеството на набираната информация

Изисквания към конструирането на въпросници (3)

- Презумпцията на проектанта на въпросници трябва да е свързана с очакванията на изследваните лица за бързо, интересно и ефективно провеждане на изследователската анкета/интервю
- Подсъзнателно, изследваните лица оценяват ефекта от своето представяне в ролята на респондента, така че от тази гледна точка голямото майсторство е да се създаде такъв въпросник, който да позволи на респондента да се „разгърне", да покаже най-доброто от себе си и да остане удовлетворен от участието си в изследването
- Особеностите на поведението на респондентите са обект на специални методологически разработки, но тук ще посочим само това, което се извежда от изследователите като основно правило – **трябва да се съобразим с психологията на респондентите, с желанието или нежеланието им да отговарят на въпроси по определени теми**

Изисквания към конструирането на въпросници (4)

В своята практика по разработване на изследователски инструменти и формулиране на анкетни въпроси, българските изследователи се придържат към следните основни правила:

- **Първо**, въпросът трябва да измерва това, което си мислим, че измерва
- **Второ,** въпросите да са пределно кратки и ясни
- **Трето,** въпросите трябва да са еднозначни
- **Четвърто,** да не се допуска смесването на два въпроса в един
- **Пето**, въпросите трябва да са разбираеми
- **Шесто,** формулировките не бива да съдържат сугестии или неволни подсказки в една или друга насока
- **Седмо,** изследователят трябва да прецени кой от познатите видове въпроси е най-подходящ за конкретния индикатор
- **Осмо,** когато задаваме въпрос, трябва да се съобразим с предполагаемото ниво на информираност на подлежащите на изследване лица (когнитивно насилие над респондента)
- **Девето,** разновидност на горната познавателна ситуация е, когато се търсят мнения, знания или оценки по въпроси от общ характер
- **Десето,** внимателното въвеждане на времевата компонента, особено ако се пита за определени навици или за неща или навици от ежедневието

Изисквания към конструирането на въпросници (5)

За п**одходите при конструирането на скалите с отговорите**:

Първо, дали да се включват опциите **“не знам”, “не съм мислил”, „не мога да преценя”.** Три категории изследвани лица избират най-често тези отговори:
а) лицата, които не желаят да съобщят действителното си мнение
б) лицата, които не желаят да се напрягат с излишно мислене
в) лицата, които не се чувстват достатъчно компетентни, за да отговорят

Второ, много внимателно трябва да се балансират позитивните и негативните опции в една скала. Обикновено, скалата се построява от три позитивни отговора, неутрална позиция и три негативни отговора. Майсторството тук е как ще се градира категоричността в позитивните и негативните отговори, какви формулировки ще се използват → **ротация на скалите**

Трето, има различни подходи по отношение на търсените (допустимите) отговори на един въпрос. Част от изследователите считат, че ако помолим респондентите да посочат повече от един отговор, това ще продуцира повече описания на действителността. Презумпцията е, че така ще се получи по-изчерпателно описание на обекта на изследването. Други изследователи са на мнение, че посочването на повече от един отговор трябва да се прави само в крайни случаи, когато това е абсолютно наложително. Аргументът е, че когато респондентите избират само един отговор, това дава сигурност на изследователя

Видове въпроси (1)



Изследователски въпроси ??? → Анкетни въпроси???

Според формата на задаване на въпросите:

- **Затворени въпроси**

А4. Какъв е делът на държавното (включително общинско) участие във Вашата фирма?

ИНТ.: *Изчетете. Само един отговор*

Без държавно участие	1
До 33% държавно участие	2
34-50% държавно участие	3
Над 51% държавно участие	4

- **Отворени въпроси**

Изследователите предпочитат да оставят въпроса отворен в няколко основни случая: (1) когато изследват нова материя и не са наясно как е структурирано мисленето на респондентите по тези въпроси, (2) когато искат да проверят наличието на определен тип знания, (3) когато се опасяват, че всяко затваряне на въпроса ще доведе до „накланяне на везните“ в определена посока.

Видове въпроси (2)

NB: Уводните думи (преамбюла на инструмента)

Според функциите на въпросите (типовете набирана информация):

- **Въпроси за установяване на факти и знания**
- **Въпроси за количествена оценка на изучавания признак**
- **Въпроси за мнения и оценки**
- **Въпроси за установяване на нагласи и атитюди (отношения)**
- **Въпроси за установяване на предпочитания**
- **Въпроси за “разчупване на леда”**
- **Въпроси-филтри (отсейващи въпроси)**
- **Контролни въпроси**

Дихотомните въпроси: (да – не); **ако е добавена опция “не знае”???**

Алтернативни въпроси (съответства-несъответства; мъж - жена)

Табличните въпроси: разновидност на затворените въпроси

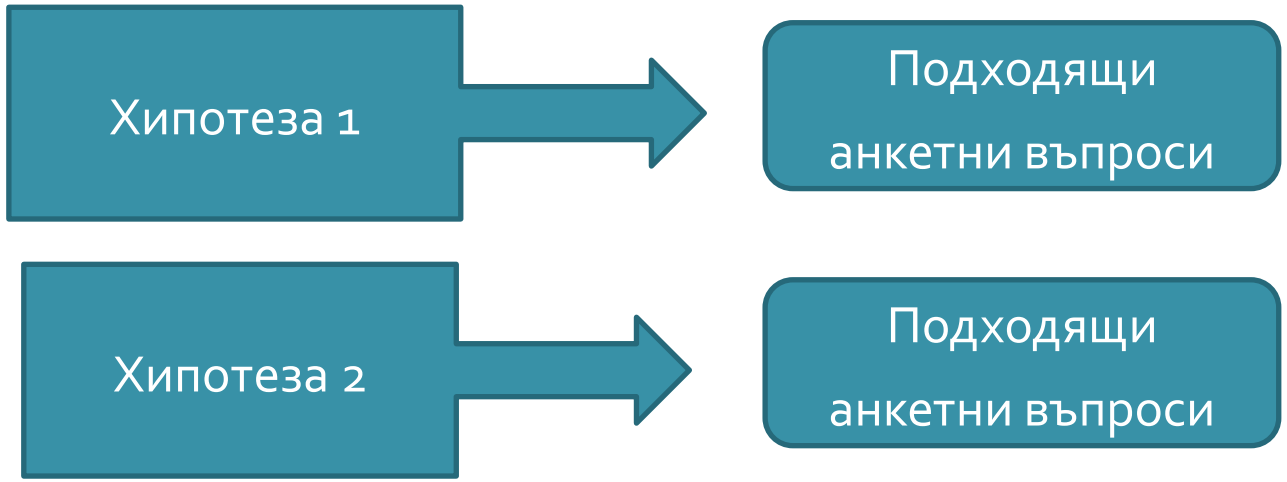
Видове въпроси (3)
пример за табличен въпрос

Б5. Какви са приблизителните дялове на сенчестия сектор в изброените по-долу браншове (към днешна дата)?
ИНТ.: *Шоукарта* ***Б5.*** *Изчитайте браншовете и отбележете по един отговор на ред.*

	До 10%	До 25%	До 50%	До 75%	Над 75%	Не знае (не се изчита)
1. Електроника и електротехника	1	2	3	4	5	99
2. Здравеопазване	1	2	3	4	5	99
3. Информационни технологии	1	2	3	4	5	99
4. Инфраструктурно строителство	1	2	3	4	5	99
5. Лека промишленост (полиграфия)	1	2	3	4	5	99
6. Машиностроене	1	2	3	4	5	99
7. Млекопреработване	1	2	3	4	5	99
8. Небанкови финансови услуги	1	2	3	4	5	99
9. Парфюмерия и козметика	1	2	3	4	5	99
10. Пощенски услуги	1	2	3	4	5	99
11. Туризъм	1	2	3	4	5	99

Работоспособност на въпросника (1)

В контекста на изкуството да се получава достоверна информация, работоспособен е този изследователски инструмент, който е **релевантен** на целите и задачите на изследването и в който е направен **адекватен преход** от изследователските хипотези към анкетните въпроси



Работоспособност на въпросника (2)

Друго важно изискване към работоспособния инструмент е да прави **възможно** набирането на достоверна емпирична информация.

Това означава, че въпросникът за едно изследване трябва да е композиран от анкетни въпроси, съобразени със:

(1) Социално-културния контекст към конкретно взетия времеви момент

(2) Особеностите на метода/методите за набиране на информацията

(3) Специфичните характеристики на подлежащите за изследване единици

(4) Ефектите от изследваната проблематика



„Златни правила“ за формулиране на работоспособни въпроси (1)

1) Задавайте кратки, ясни, достъпно формулирани въпроси
2) Доброто познаване на темата е предпоставка за ясни въпроси
3) За сложните неща се пита с прости въпроси
4) Въпросите трябва да се отнасят до неща, които присъстват в ежедневието на хората
5) За всяка тема си има подходящ източник на информация
6) Не насилвайте респондента с въпроси, които са извън неговата компетенция
7) Не задавайте прекалено много въпроси. Питайте за главното
8) Не смесвайте два въпроса в един, ще получите невалидна информация
9) Никакви сугестивни изрази или думи
10) Използвайте неутрални изрази, без емоционален привкус



„Златни правила“ за формулиране на работоспособни въпроси (2)

11) При отговорите винаги давайте възможност на респондента да каже „не”
12) Формулирайте въпросите на езика на респондента
13) Уверете се, че въпросът е затворен изчерпателно
14) Не прекалявайте с табличните въпроси
15) Съобразете се с особеностите на изследваната група – възраст, пол, социален контекст
16) Прецизно оформете въпросника, с ясни преходи от тема в тема
17) Всеки въпрос преценете с оглед на целостта на въпросника. Наистина ли ви е необходим и ако да, на точното място ли е поставен?
18) Мислете за въпросника като за реален разговор и като нормално човешко общуване
19) Експериментирайте смело, ако искате да постигате успехи
20) Винаги тествайте въпросите си преди терена



Пробното изследване:

- Тестването на изследователските инструменти е една от най-важните задачи
- Корекции и верифициране на инструментите



Литература за самостоятелна работа по въпроса:

- Атанасов, Ат., Св. Съйкова, Е. Ченгелова, М. Молхов, Е. Маркова. (2010). *Изкуството да се задават въпроси и да се получават отговори.* София: Софттрейд.
- Бек, У. (2001). *Рисковото общество.* София: Обсидиян.
- Бутенко, И. (1989). *Анкетный опрос как общение социолога с респондентами.* Москва: высшая школа.
- Гиглион, Р., Б. Маталон. (2005). *Социологическите анкети. Теория и практика.* София: Наука и изкуство.
- *Енциклопедичен речник по социология.* (1996). Съставител и редактор - Николай Тилкиджиев. Общо научно ръководство и редакция проф. д-р Стоян Михайлов. София: Издателство М. Мирчев.
- Желев, С. (1995). *Маркетингови изследвания.* С.: Стопанство.
- Михайлов, С. (1980). *Емпиричното социологическо изследване, II изд. .* С.: Партиздат.
- Ноель, Е. (1978). *Массовые опросы. Введение в методику демоскопии (перев. с нем.).* М.: Прогресс.
- Осипов, Г.В. (отв. ред.). (1983). *Рабочая книга социолога.* Москва: Наука.
- Садмен, С., Н. Брэдберн. (2002). *Как правильно задавать вопросы (перев. с англ.).* М.: Институт фонда „Общественное мнение".
- Садмен, С., Н. Брэдберн, Н. Шварц. (2003). *Как люди отвечают на вопросы .* М.: Институт фонда „Общественное мнение".
- Bryman, A, J. Teeven. (2005). *Social Research Methods.* Oxford University Press.
- Buckingham, A., Peter Saunders.(2008). *The Survey Methods Workbook. From Design to Analysis.* Polity Press.