

Логіка неальтернативних запитань

Олексій Серeda,

аспірант Національного університету
ім. Т. Шевченка

Опитування є найпоширенішим методом збирання соціологічної інформації. Проте донедавна надто мало уваги зверталось на аналіз помилок, що виникають під час опитувань (за винятком помилок вибірки). Хоча помилки вимірювання, обумовлені опитувальниками, які використовуються під час дослідження, можуть бути серйознішими, ніж помилки вибірки [5, с. 9].

Вже на початку проведення масових опитувань було відомо, що спосіб постановки запитання може суттєво впливати на відповідь. Проте систематичні дослідження у цій галузі стали проводитися зовсім недавно.

Об'єктом даного дослідження є методика неальтернативних запитань. Іноді в літературі можна зустріти інші назви: запитання – меню, методика множинного вибору або запитання із сумісними альтернативами. Всі ці назви позначають один і той же тип запитань. У літературі він окреслюється так: запитання такого типу, в якому респондентові пропонується набір відповідей, з правом вибору кількох із них [4, с. 127]. Ці запитання можуть бути закритими чи напівзакритими. Сума відсотків відповідей на неальтернативні запитання може перевищувати 100 %. Кількість альтернатив, які може обрати респондент, може обмежуватися дослідником. Ці обмеження можуть накладатися верхньою або нижньою границями. Наприклад, респондентові пропонують обрати “не більше п'яти альтернатив”, “не менше трьох” або накласти обидві ці умови одночасно. За рівнем вимірювання у більшості випадків неальтернативні запитання визначаються як номінальна шкала із сумісними альтернативами.

Запитання такого типу досить часто можна побачити в опитувальних листах. Вони мають певні переваги. По-перше, їх можна розглядати як зручну та економічну альтернативу набору дихотомічних запитань. Такі запитання досить компактно розташовані у опитувальнику. Це дозволяє економити ресурси під час виготовлення інструментарію і, водночас, це

зберігає час та сконцентровує увагу респондента.

По-друге, такі запитання дозволяють отримати багатограннішу інформацію стосовно явища, про яке дослідник бажає отримати знання. Реалізація цієї переваги можлива за умови правильного формулювання самого запитання та ретельного відбору альтернатив, що пропонуються респонденту.

Обидва ці фактори є досить вагомими для дослідника, і саме це спонукає використовувати неальтернативні запитання в соціологічному опитуванні. Проте, незважаючи на важливість першого чинника, більше уваги в даному дослідженні приділяється саме пізнавальному потенціалу цієї методики. Це пояснюється тим, що коли визначальним чинником для дослідника при використанні запитань такого типу є можливість отримати повнішу інформацію про предмет дослідження, то зростає роль та ускладнюється процедура конструювання самої шкали. На підготовчому етапі необхідно чітко уявляти, за яких умов використання такого типу запитань принесе найбільше користі. На цьому етапі потрібно розглянути, яким чином формулювати запитання, скільки і яких категорій внести до переліку альтернатив, скільки з них має обрати респондент, в якому порядку ці категорії розташовані у списку. Відповідь на всі ці запитання дозволяє дослідникові передбачити, якого виду інформацію він отримає на виході, а це, в свою чергу, дозволить обрати адекватний метод аналізу даних.

Описаний вище аналіз має починатися з розгляду логічної структури запитання. Про важливість такого підходу свідчить ряд праць, присвячених розгляду логіки побудови запитань в соціологічному опитувальнику. Так, цей аспект досить глибоко висвітлений І. Воловичем у роботі "Надійність інформації в соціологічному дослідженні". Цей елемент автор визначає як важливу умову надійного інструментарію та його ефективного використання [3, с. 68]. Зазначається також, що в соціології недостатньо уваги приділяється теорії запитання, його логічній структурі, правилам його формулювання та постановки. Це, в свою чергу, призводить до спотворення відповідей респондентів і помилкових висновків.

Підхід до теорії запитання, що існує в логіці, не враховує прикладного аспекту. Саме тому соціологи мають розробити свій підхід до вирішення цієї проблеми, враховуючи специфіку застосування запитань при проведенні опитування. Запитання та відповідь – головні структурні елементи соціологічних опитувальних листів. Від їх правильності залежить успіх опитування [3, с. 69].

Прагматичний аспект теорії запитань частково розглядається в прикладних дослідженнях. У більшості випадків це або аналіз окремих прикладів ефективного формулювання запитань, або аналіз окремих помилок, які виникають при цьому. Такі приклади можна зустріти в

працях Н. Бредберна та С. Садмена “Як правильно ставити запитання” та Л. Авер’янова “Соціологія: мистецтво ставити запитання” [1; 5]. Проте для розуміння природи запитання та його функціонування у ситуації опитування недостатньо розуміти, що різні форми постановки одного запитання призводять до різного розподілення відповідей респондентів. Необхідно вивчити механізми, які призводять до таких результатів. За словами О. Моргенштерна, пізнання “є не що інше, як безперервне прагнення правильно поставити запитання та знайти після цього відповіді на них. При цьому запитання часто має більше значення, ніж відповідь” [цитуються за 3, с. 71].

Існують різні методологічні підходи до аналізу запитань. Найефективнішим виявився підхід, що розглядає запитання як елемент системи “запитання – відповідь”. Співставлення запитань із відповідями полегшує вивчення структури запитань, дозволяє робити висновки відносно їх осмисленості, функцій, на цьому проводиться їх класифікація та практичне використання [3, с. 72].

Представниками такого підходу є Н. Белнап та Т. Стіл. Вони розробили формалізовану мову запитань L. Під значенням запитання, на їхню думку, слід розуміти сукупність відповідей, що допускаються самим запитанням. Основним поняттям у логіці запитань та відповідей є поняття прямої відповіді. Пряма відповідь – це фрагмент мови, що відповідає на поставлене запитання, і відповідає вимогам повноти. Формальним аналогом запитання є поняття інтеррогативу. Елементарне запитання має складатись з двох частин: суб’єкта та передумови. Суб’єкт представляє множину альтернатив, а передумова визначає, яку кількість істинних альтернатив бажано мати у відповіді і якого роду вимоги повинні бути накладені на повноту та здатність розрізнення. Множина прямих відповідей може бути отримана із можливих комбінацій альтернатив, складених у відповідності з умовами, що містяться в передумові. Прямі відповіді являють собою кон’юнкцію обраних альтернатив [2, с. 14 – 15].

За числом альтернатив, що даються для вибору, запитання можна розділити на два класи: перший – запитання, що задають невелику або, принаймні, обмежену кількість альтернатив; другий – запитання, які задають нескінченну або велику кількість альтернатив. Альтернативи можуть або явно перераховуватись у запитанні, або описуватись шляхом відсилання до певної умови чи матриці, де під останньою мають на увазі речення, в яких на місцях імен стоять змінні. Така різниця між способами задавання альтернатив призводить до поділу запитань на два класи – “чи”-запитання та “який”-запитання (інший варіант цього поділу – запитання-рішення та запитання-доповнення) [2, с. 30].

Пряма відповідь стає відповіддю на поставлене запитання шляхом вибору певної підмножини альтернатив, що надаються запитанням, стверджуючи, що всі без винятку обрані альтернативи істинні. Кожна

пряма відповідь на кожне запитання проводить такого роду вибір і містить твердження такого характеру. Тому з кожною прямою відповіддю пов'язаний вибір альтернатив [2, с. 45-46]. Часто пряма відповідь обирає лише одну альтернативу, проте так буває не завжди. Ця обставина є однією з причин, за якою альтернативи та прямі відповіді повинні бути відокремлені одні від одних.

Кожна пряма відповідь на запитання має три аспекти: вибір, вимога повноти та вимога здатності розрізнення. Запитання через свій суб'єкт задає площину альтернатив, а після цього "відправляє" до існуючого списку альтернатив інструкцію, за якою людині, що відповідає, пропонується виробити з них конкретний тип прямої відповіді [2, с. 45].

Всі ці аспекти логіки запитань є суттєвими для правильного формулювання запитань соціологічного інструментарію. Логічною теорією запитань визначаються точні та повні форми запитань у анкетах. Але врахування цих аспектів при створенні запитань не виключає можливості помилок при аналізі відповідей респондентів.

Неальтернативні запитання, як зазначалося вище, є досить поширеними у практиці соціологічних опитувань. Проте не завжди їх використання достатньо методологічно обгрунтовані. У випадку, коли перелічені чинники були враховані, і дослідник отримав дані з цих запитань, перед ним постає нова проблема, пов'язана з аналізом даних. На цьому етапі досить часто неальтернативне запитання розглядається як набір не пов'язаних між собою дихотомічних ознак, і відповідним чином аналізується. Така ситуація може призводити до спотворення відповідей респондентів.

Логічна структура неальтернативного запитання не є тотожною кон'юнкції ряду дихотомічних запитань. Про це свідчать і численні приклади з практики досліджень. Відсоткове розподілення відповідей респондентів за альтернативами у неальтернативному запитанні суттєво відрізняється від розподілу відповідей, коли ті ж самі альтернативи були подані у вигляді окремих дихотомічних запитань (приклад такого експерименту наводиться у згаданій праці Л. Авер'янова). Очевидним є те, що люди в цих випадках відповідали на запитання, які не можна вважати тотожними за змістом. Це дозволяє зробити припущення, що категорії у списку альтернатив неальтернативного запитання мають певний внутрішній зв'язок, визначений самим запитанням. Саме цей момент втрачається дослідником, коли неальтернативне запитання штучно поділяється на дихотомічні.

Отже, стає необхідністю застосування таких методів аналізу даних, які б дозволяли розглядати запитання в цілому. З цією метою було розроблено алгоритми побудови таблиць крос-табуляції для такого типу запитань і відповідні для них показники зв'язку ознак. Так, новосибірська група дослідників під керівництвом П. Ростовцева розробила алгоритм

побудови та аналізу такого роду таблиць саме для неальтернативних запитань. Крім цього, на основі даного алгоритму розроблено програмний продукт, в якому реалізовано можливості аналізу зв'язків між звичайними номінальними шкалами та номінальними шкалами із сумісними альтернативами. Але не менш корисним може виявитися й інший підхід.

При складанні переліку альтернатив різні категорії пов'язуються суб'єктом запитання. На цьому етапі можна спробувати встановити певну форму зв'язку, що призводить до появи смислових, логічних структурних утворень у переліку альтернатив. Завдяки цьому обрані альтернативи, що складають відповідь на запитання, побудоване таким чином, можуть створювати запрограмований дослідником образ, який і має аналізуватися на наступних етапах.

Одним з таких структуроутворюючих елементів може бути логічна структура самого запитання та логічний аналіз обсягу і змісту категорій, що мають бути включеними до переліку альтернатив. Це змушує розглянути логіку неальтернативних запитань більш детально.

Основними особливостями, що відрізняють шкалу із сумісними альтернативами від номінальної шкали, є більший за обсягом перелік альтернатив, можливість вибору одночасно кількох з них та загальний відсоток відповідей більше, ніж 100.

Логічна теорія запитань пропонує свою типологію. Тип запитання визначається наявністю низки альтернатив, вимогою виділення або вибору цих альтернатив та вимогою повноти відповіді.

Запитання контролює не лише зміст, але й розмір виборів відповідей, і робиться це за допомогою вимоги, що обмежує число можливих виборів альтернатив (специфікації вибору числа). Як верхнє, так і нижнє обмеження, накладені цією вимогою, повинні бути обґрунтовані.

Кількості альтернатив, які можна обрати, обмежується з двох причин. По-перше, знаючи, що існує багато істинних альтернатив, виникає потреба обмежити кількість обраних альтернатив, аби вона була нижчою певного рівня. Це дозволить уникнути витрати ресурсів як того, хто ставить запитання, так і того, хто на нього відповідає. По-друге, специфікація вибору числа може бути використана як "пристрій", що дає тому, хто відповідає, корисну інформацію для віднайдення бажаної відповіді при мінімальних витратах сил.

З аналогічних причин може накладатися і нижнє обмеження. Досить доцільним здається припущення, що необхідне лише верхнє обмеження, якщо відповіді, в яких міститься більше альтернатив, ніж це встановлено заданим обмеженням, розглядати як надлишкові, тобто такі, що дають в дійсності більше інформації, ніж потрібно дослідникові. Справа в тім, що форма поставленого запитання так чи інакше вказує, що той, хто його ставить, буде задоволений відповіддю, вибір якої відповідає нижньому обмеженню [2, с. 49].

Наприклад, чому дослідник взагалі хоче, щоб кількість обраних альтернатив було між трьома та п'ятьма замість, принаймні, трьох? З точки зору теорії рентабельності, ця ситуація може бути описана так: функція корисності, яка оцінює інформацію, для того, хто запитує, що задається різною кількістю альтернатив, дає значення 0 для відповідей з менше, ніж три альтернативами; зростає між трьома та п'ятьма та постійна для відповідей з числом обраних альтернатив більше, ніж п'ять [2, с. 50]. Такий аналіз має проводитися дослідником, виходячи з тієї мети, яку він прагне досягнути, поставивши таке запитання.

Інший компонент прямої відповіді – це вимога повноти. Та частина запитання, що визначає, чи повинна бути накладена вимога повноти чи ні, називається специфікацією вимоги повноти. Хоча не всі відповіді задовольняють цій умові, для того, щоб допустити вибір, всі запитання повинні обов'язково містити вказану специфікацію. Запитання можуть використовувати специфікацію вимоги максимальної повноти, яка визначає, що відповіді повинні стверджувати наявність всіх істинних альтернатив у виборі. Деякі запитання використовують специфікацію вимоги порожньої повноти, яка визначає, що прямі відповіді не повинні обов'язково включати всі істинні альтернативи [2, с. 57].

Третій компонент – вимога здатності розрізнення та специфікація вимоги здатності розрізнення.

Вимога здатності розрізнення полягає у твердженні, що кожний елемент номінального вибору позначає окремий елемент реального вибору. Вводяться два різновиди такої специфікації: специфікація вимоги порожньої та непорожньої здатності розрізнення. Перша відповідає відсутності вимоги здатності розрізнення, а друга – твердженню про те, що іменний вибір не містить надлишковості [2, с. 70]. Відповідь або задовольняє, або не задовольняє вимог здатності розрізнення – проміжного значення бути не може.

У звичайній ситуації той, хто запитує, вважає, що судження, яке лежить в основі запитання, є істинним і відповідно хоче трактувати пропозиціональний зміст свого запитання як частину фонового знання, відносно якого визначена повнота відповідей.

Типологізація запитань проводиться на основі описаних характеристик. Дослідники виділяють такі типи запитань:

³⁵₁₇ єдино-альтернативні запитання-рішення;

³⁵₁₇ єдино-альтернативні запитання-доповнення;

³⁵₁₇ запитання-рішення з вибором всіх істинних альтернатив;

³⁵₁₇ запитання-доповнення з вибором всіх істинних альтернатив;

³⁵₁₇ запитання-рішення, в яких альтернативи не виключають одна одну;

³⁵₁₇ запитання-доповнення, в яких альтернативи не виключають одна

одну.

Неальтернативні запитання закритого типу можна класифікувати як

запитання-рішення з вибором всіх істинних альтернатив або як запитання-рішення, в яких альтернативи не виключають одна одну.

Запитання-рішення з вибором всіх істинних альтернатив надають альтернативи шляхом їх перерахування і потребують повного перерахування всіх істинних альтернатив. У запитаннях-рішеннях, в яких альтернативи не виключають одна одну, необхідно обрати лише деякі з істинних альтернатив [3, с. 84-86].

Проте не всі дослідники визнають доцільність запитань такого типу. Наприклад, Л. Оквіст запропонував називати інтеррогатив “нормальним”, якщо жодна з відповідей на нього не впливає із іншої. Н. Белнап та Т. Стілл не користуються цим поняттям, оскільки, виходячи з нього, “ненормально” ставити приблизне запитання, яке пропонує обрати будь-яку кількість наведених альтернатив і може бути корисним у ситуації, якщо той, хто запитує, дасть вищу оцінку таким відповідям, як А&В, тому що вони містять більше інформації, ніж А або В [2, с. 139].

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що неальтернативні запитання можуть бути корисними у випадках, коли важко чітко віднести явище, щодо якого поставлено запитання, до одного окресленого класу. Досить часто респондентові важко дати конкретну, однозначну відповідь. У таких випадках думка людини може бути виражена повніше, якщо їй дозволити обрати кілька альтернатив.

На відміну від номінальної шкали, де кожна альтернатива позначає окремий клас і не перетинається з іншими, шкала із сумісними альтернативами дозволяє використовувати в якості альтернатив поняття, зміст та обсяг яких перетинатимуться. Співвідношення між змістом та обсягом цих понять має бути попередньо встановлено (одним з варіантів може бути попереднє експертне опитування стосовно понять, що їх треба включити до переліку альтернатив). Це дозволить отримати уявлення про внутрішню структуру та взаємозв'язки, що поєднують альтернативи такого запитання. Ці знання, як зазначалось вище, можуть бути корисними на етапі аналізу даних. Водночас пошук “міжальтернативних” зв'язків може проводитися і в інших напрямках. Так, багато дослідників звертають увагу на психологічний аспект процесу вибору альтернатив респондентом. Отже, ця галузь також може бути перспективною у подібного роду наукових пошуках.

Розглянуті логічні аспекти запитань множинного вибору мають враховуватися при їх використанні. Керуючись викладеними положеннями, необхідно скласти перелік альтернатив та інструкцію з їх відбору. На жаль, неможливо дати вичерпні рекомендації стосовно оптимальної кількості альтернатив у списку або кількості альтернатив, які може обрати респондент. Ці показники мають визначатися, виходячи з мети та завдань конкретного дослідження. Але в будь-якому випадку, визначаючи їх, необхідно пам'ятати про логічні особливості, які

відокремлюють неальтернативні запитання від інших типів запитань.

Література:

1. **Аверьянов Л. Я.** Социология: искусство задавать вопросы – М., 1998. <http://www.socd.univ.kiev.ua/local/lib/soc/averyanov/iskustvo.htm> (12.02.2004).
2. **Белнап Н., Стил Т.** Логика вопросов и ответов. – М.: Прогресс, 1981.
3. **Волович В. И.** Надёжность информации в социологическом исследовании. – К.: Наукова думка, 1974.
4. **Гречихин В. Г.** Лекции по методике и технике социологических исследований. – М., 1988.
5. **Садмен С., Брэдберн Н.** Как правильно задавать вопросы. – М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2002.