

Ассоциация «Е.В.А.»



Сбор и анализ данных

для проведения мониторинга и оценки в организациях,
оказывающих помощь ВИЧ-положительным женщинам

Методическое пособие



Санкт-Петербург

2023 год

Пособие подготовлено Ассоциацией «Е.В.А.» в рамках реализации проекта «Пространство для роста» при поддержке гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества.

Методические материалы для проведения мониторинга и оценки проектов для организаций, оказывающих помощь ВИЧ-положительным женщинам: методическое пособие. СПб., 2023.

Авторский коллектив:

Ефимова О.Б.,

Комментарии по данному отчёту принимаются на office@evanetwork.ru

Оглавление

Введение	4
Сбор данных для мониторинга и оценки проекта	5
Типы данных	7
Надежность и достоверность данных	8
Конфиденциальность и анонимность данных	10
Цель и задачи исследования	12
Выбор метода	14
Качественные исследования	16
Качественные данные: методы сбора	16
Анализ качественных данных	21
Количественные исследования	24
Количественные данные: методы сбора	24
Анализ количественных данных	26
Подготовка отчета	31
Литература	34

Введение

Предлагаемый сборник подготовлен в рамках проекта «Пространство для роста», реализуемого при поддержке Фонда президентских грантов. Данное пособие — часть методического комплекса, целью которого является обеспечение некоммерческих организаций, оказывающих помощь ВИЧ-положительным женщинам, прикладными знаниями и навыками по оценке и мониторингу проектов.

Мониторинг и оценка проектов является важной частью работы в некоммерческом секторе. От того, насколько грамотно и эффективно организованы МиО, зависит успешность реализации проектов, удовлетворенность доноров и благополучателей, вероятность победы в грантовых конкурсах. Тем не менее во многих организациях ощущается объективная нехватка специалистов по мониторингу и оценке, в самой работе по мониторингу и оценке нередко отсутствует система, а тем сотрудникам, которым поручают выполнение этих задач, зачастую не хватает необходимых знаний и умений для проведения МиО.

Данный комплекс ставит своей целью компенсировать сложившуюся ситуацию, предоставив методическую поддержку сотрудникам некоммерческих организаций.

Цель сборника — осветить тему сбора и анализа данных для сотрудников СО НКО, оказывающих помощь женщинам, затронутым ВИЧ. Сборник включает введение в тематику сбора данных, методы сбора количественных и качественных данных, методы анализа количественных и качественных данных.

Пособие в первую очередь ориентировано на сотрудников НКО, не имеющих профильного социологического образования и профессиональных знаний и навыков для сбора и анализа данных.

Сбор данных для мониторинга и оценки проекта

Мониторинг и оценка — важная часть работы некоммерческой организации, необходимая на разных этапах реализации проекта.

Для осуществления мониторинга и оценки организациям необходимо регулярно собирать и анализировать количественные и качественные данные. Именно эти данные являются основой для проведения МиО.

В силу ограниченности бюджетов некоммерческих организаций, особенно небольших и начинающих НКО, у организаций зачастую нет возможности привлечь профильного специалиста для сбора и анализа данных. Нередко этими задачами занимаются координаторы проектов, консультанты и другие сотрудники, у которых не всегда есть профильное образование и необходимые компетенции для их выполнения. Несмотря на то, что основательные исследования требуют профессиональной подготовки в сфере социологии, экономики, статистики, некоторые базовые возможности, достаточные для проведения мониторинга и оценки, доступны и неспециалистам.

Рассмотрим сначала вопрос о том, что может выступать объектом мониторинга и оценки.

1. МиО проекта.

У каждого проекта есть целевые показатели — индикаторы, демонстрирующие степень достижения результатов. Так или иначе, даже если в организации не внедрена система МиО, мониторинг и оценка осуществляется в силу необходимости предоставления отчетности по проекту.

2. МиО организации.

Мониторинг и оценка деятельности организации может проводиться с разной целью. Для суммирующего отчета о годовой деятельности организации в рамках разных проектов. Может проводиться для выявления слабых мест, точек роста.

МиО может проводиться как для внешних потребителей (аудитория, доноры, коллеги), так и для внутреннего пользования — с целью совершенствования процессов, механизмов.

В соответствии с целями и задачами МиО выбираются параметры, которые необходимо отслеживать и оценивать, а также методы для мониторинга и оценки.

Но каким бы ни был объект МиО (отдельный проект, направление, показатель или деятельность организации), для осуществления мониторинга и оценки потребуется собирать и анализировать данные, а следовательно, понадобятся связанные с этим знания и навыки.



Типы данных

Какие бывают данные?

В зависимости от формы их представления данные подразделяются на количественные и качественные.

Количественные данные — это данные, представленные в числовой форме и отвечающие на вопрос сколько? Например, это могут быть данные о количестве клиенток проекта, проведенных мероприятиях, розданных наборах, доле клиенток, возобновивших АРВТ и т. д.

Качественные данные — это данные, имеющие нечисловой характер, собранные в результате качественных исследований такими методами, как глубинное интервью, фокус-группа, кейс-стади, наблюдение. Это могут быть данные, описывающие опыт клиентки, ее отношение к диагнозу, влияние проекта на жизнь клиентки и т. д.

Для сбора и анализа каждого из этих типов данных используются соответствующие им методы. Для проведения мониторинга и оценки потребуются как количественные, так и качественные данные, поэтому важно уметь работать с обоими типами.

В зависимости от источника получения данных они могут быть первичными и вторичными. **Первичные** — это те данные, которые сотрудники организации или исследователи, работающие в проекте, собрали самостоятельно. Это данные опросов, интервью, регистрационных листов, дневников наблюдений.

Вторичными называют данные, которые были собраны и обработаны другими специалистами, исследователями, организациями. Это могут быть данные официальной статистики, данные, полученные из документов, научных статей, отчетов государственных и негосударственных организаций.

Работа с вторичными данными не менее важна, чем с первичными. Сотрудникам некоммерческих организаций такие данные могут понадобиться для создания более полной картины проблемы, над решением которой они работают, для обоснования необходимости тех или иных интервенций при подаче заявок на финансирование проектов, для сравнения эффективности различных методов и подходов.

Надежность и достоверность данных

При работе с первичными и вторичными данными важным аспектом является их надежность и достоверность, так как именно эти характеристики делают возможным последующий качественный анализ. Поэтому на этапе сбора данных необходимо уделить внимание этому вопросу. Как повысить степень надежности первичных данных?

Для того чтобы повысить надежность собранных данных, важно разработать и последовательно придерживаться методологии сбора данных, которая должна быть подробно описана.

- Каким образом собираются данные? (Анкетирование, опрос, интервью или наблюдение, какова частота сбора данных, одновременно происходит сбор или нет, время сбора данных и любая другая важная информация, касающаяся сбора данных.)
- Кем собираются данные? (Кто именно занимается сбором данных, один сотрудник или несколько.)
- Где собираются данные? (В физическом пространстве или в интернете, в каких местах и др.)
- Какие данные собираются? (Что именно собирается: какие данные.)
- Как формировалась выборка? (По каким критериям отбирались участники или объекты исследования, процесс отбора, каковы характеристики участников или объектов исследования.)

Ответы на некоторые из этих вопросов могут показаться слишком очевидными, чтобы их подробно описывать, но в действительности это не так. Представим, что волонтерам была поставлена задача — посчитать участников мероприятия, но не сказано, как именно это сделать. Один человек посчитает буквально «по головам», другой — по заполненным регистрационным листам, третий — по фотографиям. Кроме этого, они могут это сделать в разное время: в начале мероприятия, когда не все еще пришли, в конце мероприятия, когда кто-то отпросился и ушел пораньше, или в середине мероприятия. В результате вы можете получить разные цифры, и для того чтобы понять, каким из них следует больше доверять, естественным путем возникнет вопрос о методологии. «А как вы считали участников?» — спросите вы у волонтеров.

Как видим, даже одна простая задача может быть интерпретирована и исполнена совершенно по-разному, не говоря уже о больших и сложных исследованиях, включающих множество задач.

Кроме того, одна и та же информация может быть получена из разных источников. Степень достоверности данных может различаться в зависимости от метода их сбора и источников. Например, информация о возрасте или семейном положении: человек вслух ответил на заданный вопрос во время фокус-группы, человек указал письменно в анонимной анкете, у исследователя в руках были официальные документы с этими данными. Следует ожидать, что респонденты не всегда бывают искренни, когда отвечают на вопросы. По самым разным, порой совершенно неочевидным причинам они могут утаивать от исследователя ту или иную информацию, могут отвечать по-разному в разных ситуациях, что в итоге может давать разные результаты. В таких случаях метод сбора нередко является единственным ключом к пониманию того, почему результаты оказались разными. И задача исследователя как раз заключается в том, чтобы найти тот самый метод, а чаще — комбинацию из нескольких методов, которые позволят собрать наиболее достоверные данные.

Разработать и прописать методологию сбора данных важно для того, чтобы всем заинтересованным сторонам было понятно, как были получены представленные данные. Четко прописанная методология повышает уровень доверия к полученным результатам. Сам исследователь или человек, представляющий результаты исследований, будет чувствовать себя намного увереннее, владея методологией

Как повысить степень надежности вторичных данных?

Вопрос надежности и достоверности вторичных данных не менее важен, чем при работе с первичными. Как понять, что используемые вами данные заслуживают доверия?

В первую очередь вам необходимо обратиться к методологии и источникам этих данных. Если такая информация отсутствует, степень доверия к ним не может быть высокой. Например, на государственных сайтах, где представлена официальная статистика, всегда имеется раздел с методологией, где подробно описаны все процедуры, приведены формулы и пр. Научные и исследовательские организации, проводящие различные изыскания, также описывают методологию сбора и анализа данных.

При работе с вторичными источниками вам следует обратить внимание:

- на методологию (описание процессов сбора и анализа информации);
- авторитетность источника (кто осуществлял сбор данных, для кого, где размещены результаты и др.);
- ограничения в исследовании (в этом пункте указываются все ограничения, которые имеются в данном исследовании, например: отсутствие доступа к какой-то группе, территории, документам, которые могли бы повлиять на конечные результаты);
- наличие ссылок на источники получения информации (если написано, что «ежегодно в регионе регистрируется не менее 2000 случаев инфицирования ВИЧ», но нет ссылок на источник информации или ссылается на сообщение СМИ, которое, в свою очередь, ссылается на другую публикацию, а изначальный источник так и не фигурирует, такие сообщения не могут считаться достоверными и использовать их не следует).

Бывают более сложные ситуации, когда источников информации крайне мало и у вас есть основания сомневаться в их качестве и достоверности, но вам они необходимы, или же часть данных достоверна, а другая вызывает сомнения. В таких случаях можно сослаться на источники, сделав необходимые оговорки и указав по возможности, по каким причинам эти данные могут быть не совсем корректны. Например, в вашем регионе проводилось исследование на ту же тему, на которую планируете провести и вы, но это исследование имело существенные ограничения, так как у исследователей не было доступа к какой-то группе населения или выборка была сформирована некорректно.

Конфиденциальность и анонимность данных

Важными принципами работы с данными являются конфиденциальность и анонимность.

Участникам исследования следует гарантировать, что информация, которую они сообщат в ходе опросов, интервью и иных исследований, будет храниться как конфиденциальная и не будет передана никому, кроме членов исследовательской группы. Соблюдение принципа конфиденциальности относится и к хранению полученных вами данных.

Заполненные анкеты, аудиозаписи и расшифровки интервью следует хранить в надежном месте, недоступном для посторонних.

Соблюдение принципа анонимности означает, что по полученной в ходе интервью информации невозможно будет идентифицировать человека. В расшифровке аудиозаписи не следует использовать настоящие имена и фамилии респондентов, а также упоминаемые ими реальные личности. Вместо этого следует использовать вымышленные имена, номера или коды (например: респондент 1, женщина 32 года, CP1). Это касается и заключительного отчета по проведенному исследованию: в нем не должны присутствовать реальные имена участников.



Цель и задачи исследования

Прежде чем приступать к исследованию, необходимо поставить цель и задачи.

Цель — это результат исследования, к которому стремятся исследователи. **Задачи** — это декомпозиция цели на этапы ее достижения. Это перечень шагов, конкретных действий, которые нужно предпринять для достижения поставленной цели.

В большинстве случаев цель одна. Несмотря на то, что в некоторых проектах допускается и более одной цели, рекомендуем придерживаться одной. Прежде всего потому, что это делает работу над проектом более удобной и понятной.

Цель и задачи должны быть связаны между собой. Цель можно представить в виде лестницы, ведущей к выходу, или результату, а задачи — в виде ступенек. Логично, чтобы каждая ступенька приближала вас к выходу, при этом не было лишних и недостающих ступенек.

Если целью является «выявление материальных потребностей ВИЧ-положительных женщин», в задачах не может стоять анализ публикаций СМИ на тему организации профилактики ВИЧ-инфекции в России.

Потому что такая задача никаким образом не соответствует поставленной цели, она к ней не приводит, это будет «лишней ступенькой». Но если вашей целью является изучение организации профилактики ВИЧ-инфекции в России, анализ публикаций СМИ может оказаться полезным.

Таким образом, уже на этапе планирования нужно проверить задачи на предмет соответствия цели.

Цель и задачи должны быть конкретны, реалистичны и выполнимы. Чем более конкретно сформулированы цель и задачи, тем более конкретные и полезные данные мы получим. Не менее важными характеристиками являются реалистичность и выполнимость. Вы должны отчетливо представлять, каким образом, посредством каких ресурсов и в какие сроки вы достигнете намеченных результатов. Если такого представления нет, подумайте над целью и задачами более основательно, сформулируйте их по-другому.

Если возникают трудности с формулированием цели и задач, попробуйте своими словами сформулировать, что именно вы хотите получить, зачем вы предпринимаете это исследование.

Проведение исследования связано с получением информации, которой не хватает для лучшего понимания, для выявления причин, последствий, качеств, характеристик каких-то явлений или фактов действительности, для совершенствования процессов.

Какой именно информации вам не хватает? Зачем вам или другой стороне нужна эта информация? Что вы будете с ней делать?

Если вам удалось ответить на эти вопросы, останется лишь сформулировать их в научном стиле.

Например, в течение полугода ваша организация раздает гуманитарные наборы для ВИЧ-положительных женщин с маленькими детьми. Но у вас нет подробных данных, насколько эта услуга закрывает потребности клиенток, может быть, в наборе есть что-то лишнее, что не всеми используется, или что-то, что им несложно приобрести, но есть что-то более важное, что они хотели бы видеть в этом наборе даже ценой изъятия другого компонента.

Другой пример: вы провели серию семинаров по трудоустройству для клиенток проекта, но вы не знаете, какому проценту участниц, в течение какого времени удалось найти работу; если удалось, что именно помогло, а если нет, то какие трудности возникли. Проведя качественное исследование, вы можете оценить этот проект с точки зрения полезности, эффективности.

Будет нелишне посмотреть другие исследования на эту тему. Возможно, вы найдете отчеты других организаций, научные статьи, исследовательские проекты. Это важно для понимания контекста проблемы и того, что уже известно об этом, какие гипотезы проверялись. В то же время это не означает, что ваше исследование придет к таким же результатам. В вашей целевой группе, в вашем регионе могут быть отличия, свои нюансы.

Выбор метода

Важно отметить, что не существует правильных и неправильных, эффективных и неэффективных методов. Главная характеристика метода — это соответствие целям и задачам исследования. Для получения нужных вам данных конкретный метод или несколько методов должны идеально подходить. Выбор метода зависит от типа данных, которые вы собираете (количественные или качественные), источника этих данных (первичные они или вторичные), от того, что предполагается делать с данными в дальнейшем.

К преимуществам **количественных методов** относятся:

- простота сбора данных в силу формализации и стандартизации этих процессов;
- возможность выявить распространенность определенных явлений в обществе и отдельных группах;
- измерение различий между группами (для каких групп более характерны те или иные признаки, какие характеристики свойственны тем или иным группам);
- выявление взаимосвязей между переменными (например: взаимосвязи между уровнем образования, наличием детей и приверженности АРВ-терапии).

К преимуществам **качественных методов** относятся:

- возможность изучения закрытых и труднодоступных групп;
- возможность более глубокого изучения мнений, мотиваций, причин и следствий поведения участников целевой группы;
- возможность более глубокого изучения контекста — социальных условий, в которых живут клиентки, их биографии, трудностей, с которыми они сталкиваются, факторов, влияющих на ту или иную ситуацию.

У обоих направлений есть свои достоинства и недостатки. Оптимальным решением является комбинирование качественных и количественных методов исследования.

Количественные исследования могут указать на взаимную связь между переменными, но они не могут объяснить сам механизм влияния. Качественные исследования позволяют объяснить, как именно связаны параметры. Например, результаты количественного

исследования могут сообщить о том, что клиентки с определенными характеристиками (возраст, образование, наличие работы, детей) демонстрируют большую или меньшую приверженность АРВТ. Но для того, чтобы понять, как именно это работает и почему, вам потребуются качественные исследования.

Качественные методы расширяют и дополняют картину, которую дают количественные исследования. В то же время они могут дать импульс для проведения количественных исследований. Например, в ходе качественных исследований была выявлена проблема или озвучен фактор, которым не уделялось значительного внимания в количественных исследованиях. Это может быть какая-то новая тенденция или влияние определенных событий (например: ограничительные мероприятия в связи с коронавирусной инфекцией, изменение законодательства, появление новых ПАВ и др.) на жизнь благополучательниц. Следующим шагом может быть количественное исследование, направленное на то, чтобы понять распространенность этой новой выявленной проблемы в целевой группе.

Подводя итог, подчеркнем, что самое главное при выборе методов — соответствие их цели, задачам, характеру собираемых данных, а также их грамотное комбинирование. Далее более подробно остановимся на качественных и количественных исследованиях, методах сбора и анализа качественных и количественных данных.

Качественные исследования

Качественные исследования применяются для изучения мнений и представлений респондентов о тех или иных фактах и процессах, для выявления причин и мотиваций для поступков и т. д.

При оценке социального проекта благополучательницами может быть важно, например, то, как они пришли в проект, их опыт участия в проекте, влияние проекта на их жизнь, их мнение о полноте, качестве и релевантности предоставляемых услуг. При оценке проекта сотрудниками проекта и специалистами, работающими в сфере оказания помощи ВИЧ-положительным людям, важным может быть опыт их работы в проекте и с клиентками, выявление сильных и слабых сторон, возможностей для улучшения проекта, мотивации сотрудников для участия в проекте, их мнение относительно того, как проект помогает благополучательницам и какие ограничения имеет.

Результаты исследования могут использоваться как для внешних, так и для внутренних целей. Они могут использоваться в отчетах для доноров, аналитических записках для представителей органов власти, методических материалах для специалистов из данной сферы. Исследования могут использоваться для самооценки проекта с целью его совершенствования, повышения эффективности, планирования новых проектов.

Качественные данные: методы сбора

Методы сбора данных при количественных и качественных исследованиях отчасти могут пересекаться, однако они имеют свои особенности, которые важно учитывать. В самом общем виде среди этих методов будут опрос, наблюдение, анализ документов, но форма и процедуры их проведения будут различаться.

Интервью — один из наиболее распространенных методов качественного исследования.

В зависимости от количества участников интервью может быть **индивидуальным** и **групповым** (в таком случае его называют фокус-группой).

По степени стандартизации вопросов интервью может быть **формализованное** (ведется по детально разработанной программе, с соблюдением порядка вопросов и их формулировок) и **неформализованное** (проводится в соответствии с общим планом, однако последовательность вопросов может варьироваться, допускаются свободные формулировки, дополнительные уточняющие вопросы и т. д.).

В зависимости от количества обсуждаемых тем интервью может быть **фокусированным** (детально обсуждается одна тема) и **нефокусированным** (обсуждается ряд тем). По характеру задаваемых вопросов интервью бывает структурированное и полуструктурированное.

Структурированное интервью содержит закрытые вопросы, предполагающие выбор из предложенных вариантов. Этот тип интервью используется в количественных исследованиях.

Полуструктурированное интервью — это интервью с открытыми вопросами, ответы на которые опрашиваемые формулируют сами.

Наиболее частые вопросы в качественных интервью начинаются со слов «что», «почему», «как».

В своих ответах опрашиваемые высказывают собственное мнение, описывают ситуации и события, свои чувства, эмоции.

Примеры полуструктурированных вопросов:

- *Насколько полезно для вас посещение групп психологической поддержки для ВИЧ-положительных женщин?*
- *Как, на ваш взгляд, организация могла бы улучшить предоставляемые услуги?*
- *Что для вас самое главное при общении с равным консультантом? С чем было связано прекращение вами АРВТ?*

Фокус-группа — это групповое интервью, в котором, как правило, участвуют 8–15 человек. Роль интервьюера здесь меняется: он не только задает вопросы участникам, но и модерирует группу, то есть следит за соблюдением регламента, побуждает высказываться всех присутствующих, направляет беседу в нужное русло. Перед фокус-группой составляется перечень тем для обсуждения и вопросы по этим темам.

Работа в формате фокус-группы позволяет не только получить ответы на вопросы, но и услышать разные мнения в ходе обсуждения вопросов. Фокус-группа дает более широкую и полную картину, позволяет выявить дискуссионные и неоднозначные вопросы и проблемы, что не всегда возможно в рамках индивидуального интервью, где исследователь имеет дело с одной точкой зрения. Кроме того, в процессе дискуссии участниками могут быть более открыто высказаны какие-то мнения.

Наблюдение, как правило, используется в комбинации с другими методами. В ходе наблюдения исследователем фиксируются определенные реакции, действия. Наблюдатель может присутствовать в качестве участника, в качестве наблюдателя, не участвующего в процессе, или как участник, совмещающий участие с наблюдением. Наблюдение бывает скрытое (участники не знают о том, что оно проводится) и открытое (участники уведомлены о том, что их действия, реакции наблюдаются и фиксируются). В современной науке скрытое наблюдение не всегда считается соответствующим принципам этического поведения, хотя бывают случаи, когда это является единственным способом получить важные для исследования данные.

Наблюдение бывает структурированное и неструктурированное. Структурированное проводится по заранее составленному плану, в котором указано, что именно наблюдать. Например, количество женщин, пришедших на группу поддержки, манеру общения друг с другом, реакцию на новичка в группе и т. д. Иными словами, у исследователя есть перечень признаков, процессов, фактов, которые ему нужно наблюдать и фиксировать в журнале наблюдений. Структурированное наблюдение часто проводится в количественных исследованиях.

При неструктурированном наблюдении исследователь фиксирует всё, что может быть значимым, исходя из цели и задач исследования. Здесь может быть описание обстановки, внешний вид, эмоциональное состояние наблюдаемых и т. д.

Анализ вторичных данных. Помимо самостоятельного сбора данных, для исследования могут пригодиться и вторичные данные, полученные другими исследователями. Источниками вторичных данных могут быть отчеты государственных и негосударственных организаций, публикации в научных журналах и СМИ, нормативно-правовые акты, доклады официальных лиц и т. д.

Использование разных методов, которые позволяют получить более широкую картину, освещенную с разных углов, называют триангуляцией. В современных исследованиях рекомендуется использовать несколько методов, с тем чтобы избежать предвзятости и преодолеть проблему ограниченности полученного таким путем знания.

Как использовать триангуляцию на практике? Например, вы можете провести интервью и фокус-группы с клиентками проекта, со специалистами, работающими в проекте, с членами семей ВИЧ-положительных женщин, с представителями сферы здравоохранения. Это позволит собрать разные мнения, высказанные с разных позиций. Указанные методы могут быть дополнены методом наблюдения или изучением вторичных источников — в зависимости от цели исследования.

Планируя исследование, важно понимать, что такое выборка. Для качественного исследования не требуется большого количества участников, репрезентативная выборка не используется. Как правило, в таких исследованиях используется удобная и направленная выборки, коротко остановимся на них.

В основном используются **удобные выборки** — то есть приглашаются участники, которые наиболее доступны и согласились принять участие в исследовании. Удобной выборкой, например, будут сотрудники и волонтеры вашей организации, согласившиеся прийти на фокус-группу, или клиентки проекта, посещающие группу психологической поддержки, которые согласились оценить качество этой услуги.

Направленная выборка включает в себя людей, которых выбирают намеренно, исходя из предположения, что они обладают необходимой для целей исследования информацией. Например, целью исследования является выявление трудностей, с которыми сталкиваются ВИЧ-положительные женщины с детьми школьного возраста. Для этих целей вами могут быть опрошены как сами женщины, подходящие под эти критерии, так и те, кто с ними взаимодействует: социальные работники, учителя, равные консультантки, медицинские работники.

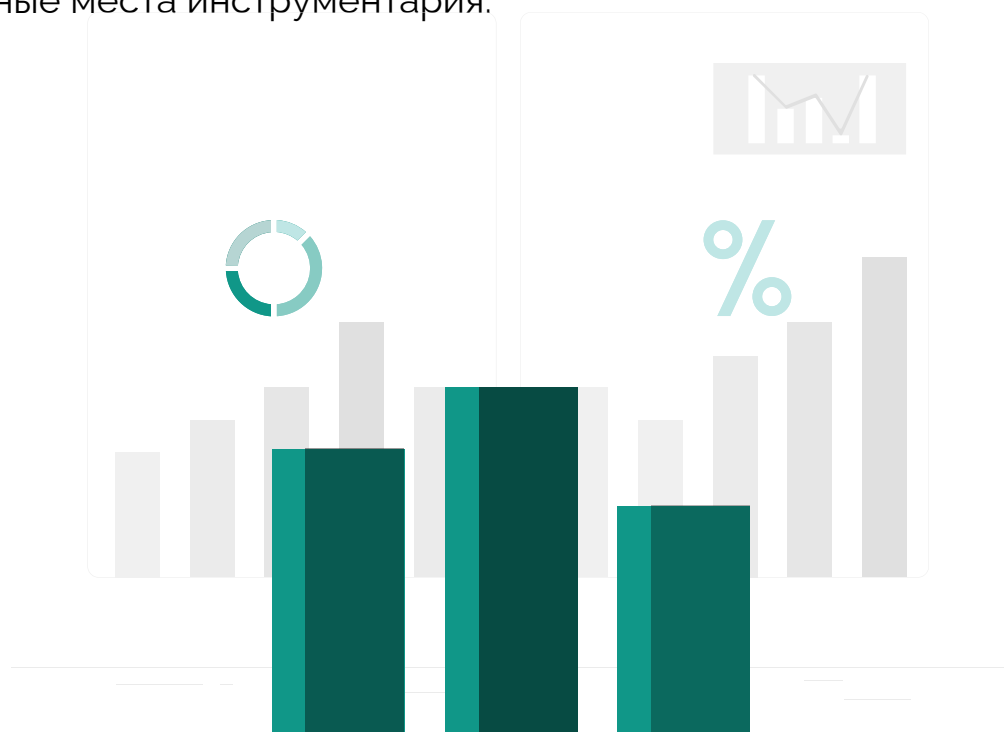
Для повышения качества исследований желательно задействовать более широкий круг респондентов, с тем чтобы полученные данные освещали исследуемую проблему с разных углов. Поэтому даже удобная выборка по возможности должна быть расширена.

Формируя выборку, важно установить и прописать ее размер и критерии включения респондентов в ваше исследование. Например, это могут быть следующие критерии: пол, возраст, наличие/отсутствие диагноза, семейное положение, наличие детей, специальность, факт посещения какого-то мероприятия и т. д.

В исследованиях также используется выборка методом «снежного кома». Суть этого метода заключается в том, что вначале отбирается несколько респондентов, подходящих под установленные критерии, а потом их просят пригласить других кандидатов, соответствующих этим критериям, после чего тех новых респондентов просят сделать то же самое. Делается это до того момента, пока необходимое количество участников не будет набрано.

Какой бы способ вы ни избрали для формирования выборки, эти процедуры должны быть описаны в разделе Методология.

Прежде чем приступать к исследованию, следует апробировать разработанные инструменты. Для этого проводят несколько пилотных исследований, в ходе которых, как правило, выявляются неточные или сложные для восприятия формулировки, недостаточность вопросов для получения необходимых сведений, неудачная логика расположения вопросов и т. д. К пилотному исследованию целесообразно привлечь как тех, кто будет впоследствии проводить интервью, так и тех, на кого оно направлено. Это позволит выявить и скорректировать неудачные места инструментария.



При выборе места для проведения исследования следует учитывать, чтобы это было спокойное и комфортное для участников место, не вызывающее у них негативных эмоций, чувства страха или неловкости. Особенно это касается уязвимых групп населения. Также следует позаботиться о том, чтобы во время интервью в помещение не заходили посторонние люди, встреча не прерывалась звонками и посторонними делами.

Прежде чем проводить интервью, интервьюер или модератор встречи должен представиться, познакомить участниц с общими положениями (цель исследования, темы, которые будут обсуждаться, регламент, продолжительность). Ведущий также сообщает об анонимности и конфиденциальности данных, участники подписывают форму информированного согласия. Участников предупреждают о том, что будет производиться аудиозапись. Далее следует спросить, нет ли каких-либо вопросов и готовы ли участники начать интервью, после чего при положительном ответе начинается интервью.

Анализ качественных данных

Основная сложность при анализе качественных данных заключается в том, что они представляют собой разнородный и слабоструктурированный поток данных. Поэтому первые процедуры, которые над ними производятся, это структурирование, группирование, классифицирование. Иными словами, приведение их в такую форму, которая позволяет проводить дальнейший анализ.

В то же время анализ качественных данных может быть начат с описательного анализа, в котором обобщаются массивы полученных данных, мнений, идей, высказанных респондентами, затронутых тем, схожих и различных идей.

Распространенной процедурой при анализе качественных данных является кодирование, которое используется в ряде методов качественных исследований (тематический анализ, дискурс-анализ, обоснованная теория и другие, которые рассмотрим далее). Процесс кодирования заключается в присвоении фрагментам текста и отдельным высказываниям ярлыков, которые группируются в категории для последующего анализа. Далее выявляются темы, которые подвергаются анализу.

Рассмотрим несколько методов анализа, применяемых в качественных исследованиях.

- 1. Качественный контент-анализ.** Посредством данного метода выявляется частота слов, фраз, шаблоны интерпретаций тех или иных фактов, явлений, частота упоминаний. При помощи контент-анализа могут анализироваться проведенные вами интервью, публикации в СМИ, сообщения в социальных сетях, выступления официальных лиц и др. (Следует отметить, что контент-анализ часто используется в количественных исследованиях, хотя существует аналог данного метода в качественных исследованиях.)
- 2. Нарративный анализ.** Суть данного метода заключается в интерпретации историй, повествований. Нарратив является набором фактов и событий, которые человек самостоятельно соединил посредством различных связей в историю. Такой анализ позволяет реконструировать представления человека, понять его мотивацию, выявить глубинные причины тех или иных действий и пр.
- 3. Дискурс-анализ.** Этот метод представляет собой анализ языка, речи в социальном контексте, выявление того, как социальные условия, время, место, иные факторы влияют на то, как выражаются те или иные мысли, идеи. Дискурс-анализ, например, может использоваться для изучения стереотипов, для понимания общественного отношения к тем или иным явлениям и пр.
- 4. Интерпретативный феноменологический анализ.** Этот метод предполагает обращение к субъективному опыту человека, его переживаниям. В данном методе крайне важно показать мир человека посредством его собственной картины мира, даже если она отличается от общепринятого знания, от мнения исследователей. Этот метод может использоваться при анализе опыта людей, переживших кризисные ситуации, а также представителей закрытых групп. Он позволяет понять поведение и мотивации людей, исходя из их картины мира, их логики.

- 5. Обоснованная теория.** Суть метода заключается в построении модели изучаемого объекта на основе исследования частных случаев, выявления в них закономерностей, из которых создается теория. На начальном этапе производится простое кодирование фрагментов текста, после чего коды объединяются в категории. На следующем этапе производится осевое кодирование, то есть связывание категорий и субкатегорий контекстуальными, причинно-следственными и другими связями. На завершающем этапе производится избирательное кодирование, в ходе которого выбирается центральная категория, а все остальные отсеиваются. Для избранной категории устанавливаются связи с другими элементами, результатом чего является создание обоснованной модели изучаемого объекта.

Количественные исследования

Количественные данные: методы сбора

Количественные методы исследования предполагают сбор количественных данных, то есть данных, выраженных в числах или процентах. Особенность количественных исследований заключается в том, что конкретный человек рассматривается не как уникальная личность, а как представитель определенной группы (возрастной, социальной, профессиональной и т. д.).

В некоммерческих организациях, оказывающих помощь ВИЧ-положительным женщинам, некоторые количественные данные собираются в любом случае. Например, при оказании услуги в базе данных фиксируется информация, которая используется для отчетности перед донорами. Однако, кроме этого, дополнительные количественные данные могут собираться намеренно, с тем чтобы лучше понимать потребности клиенток, усовершенствовать механизмы оказания поддержки, использовать эти данные для разработки новых проектов или в качестве аргументации для реализации тех или иных инициатив.

Основные методы сбора количественных данных включают:

- массовый опрос: анкетирование или формализованное интервью;
- структурированное наблюдение.

Для сбора информации, как правило, используются оба метода. Опросы проводятся как одновременно с оказанием услуги (посредством заполнения форм), так и отдельно (путем направления анкет клиенткам по электронной почте или предложения заполнить анкету до или после оказания услуги). Каким образом собираются данные: телефон, почтовая рассылка, очный опрос, раздача опросных листов, интернет-анкета.

Структурированное наблюдение подразумевает под собой фиксацию определенных объектов, фактов действительности, которые заранее определены (в отличие от качественных исследований, где производится наблюдение как конкретных фактов, так и дополнительных, выявляемых в ходе исследования, которые не были указаны в программе исследования). Например, это может быть подсчет людей, пришедших на мероприятия, фиксация определенных действий, произведенных людьми, количество посещений, количество отказов и других фактов, важных для целей исследования.

При количественном исследовании повышается требование к качеству выборки и репрезентативности, поскольку в таких исследованиях изучается количественная сторона социальных явлений и их распространенность. Требование к репрезентативности означает, что по выделенным параметрам состав исследуемых должен приближаться к соответствующим пропорциям в генеральной совокупности.

После того как вы определились с целями и задачами исследования по оценке (подробно рассмотрено в предыдущих главах), вам необходимо разработать инструментарий — анкету. Анкеты для количественных исследований включают выбор респондентом ответа из предложенных.

При составлении анкеты важно учитывать следующие принципы:

- Вопросы должны быть понятными для опрашиваемых с точки зрения формы и содержания.
- Вопросы должны быть достаточно лаконичными, чтобы опрашиваемому нетрудно было уловить их суть.
- Вопросы целесообразно разделить на смысловые блоки, приблизительно равные по размеру.
- Расположение вопросов должно быть логичным, чтобы у опрашиваемых не создавалось ощущение сумятицы и перескакивания с темы на тему.
- Частные вопросы лучше ставить первыми, обобщающие — ближе к концу. Например, сначала поговорить об отдельных услугах, а в конце об организации в целом.
- Начинать опрос необходимо с наиболее простых вопросов, сложные вопросы лучше поставить в конце.

На следующем этапе разработанный инструментарий следует апробировать: для выявления слабых мест анкеты проводится пилотное исследование — ряд пробных интервью, по результатам которых в случае необходимости вносятся корректировки. Если требуется, составляется инструкция для интервьюера и проводится инструктаж, с тем чтобы вопросы анкеты были поняты одинаково и не возникало сложностей с занесением информации в тех или иных случаях.

Далее осуществляется сбор информации и организовывается ее хранение.

После сбора информации происходит обработка анкет. Ответы кодируются, осуществляется ввод данных. Результатом ввода данных является массив данных — совокупность ответов всех респондентов на все вопросы анкеты.

Имея массив данных, специалист может начать анализ. На этом этапе могут быть сформулированы и проверены гипотезы, интерпретированы результаты анализа.

Гипотеза — это предположение о связи между некоторыми признаками, которая формулируется как утверждение, подкрепленное статистическими критериями (например, уровень статистической достоверности связи) и корректностью процедур отбора респондентов (качество выборки). Поскольку связи в количественном исследовании носят статистический характер, количество респондентов здесь имеет большое значение.

Выборка — это выделенная из большой совокупности явлений и объектов изучения часть, на которой могут быть выявлены свойства объекта исследования в целом. Выборкой является часть совокупности, которая приняла участие в исследовании. Поскольку нет возможности опросить всю группу, составляется выборка.

Совокупностью является целая группа людей, в исследовании которых мы заинтересованы. Например, совокупностью может быть население России, жители отдельного региона, беременные женщины, люди с ВИЧ-положительным статусом. Поэтому крайне важно, чтобы выборка была качественной, так как результаты анализа выборки будут экстраполированы на всю группу — совокупность.

Существует специальная формула для расчета выборки. Кроме того, можно также воспользоваться онлайн-калькуляторами, которые посчитают, сколько ответов необходимо собрать, исходя из размера аудитории.

Анализ количественных данных

Количественный анализ предполагает анализ данных, которые представлены в числах или преобразованы в числа в результате кодирования. Например, таким переменным, как пол, ВИЧ-статус, семейное положение, наличие детей, присваивается числовое значение.

Количественный анализ данных используется для измерения различий между группами, выявления взаимосвязей между различными переменными (например, взаимосвязи между уровнем образования, наличием детей и приверженностью АРВ-терапии) и для проверки гипотез.

Для анализа количественных данных часто используется программа SPSS (Statistical Package for the Social Sciences — статистический пакет для социальных наук), однако анализ может быть проведен и в электронных таблицах Excel.

Количественный анализ включает в себя статистику и ее методы, которые включают как простые вычисления (например, средних значений и медиан), так и более сложные виды анализа (например, корреляций и регрессий).

Статистические методы делятся на два основных направления: описательная статистика и индуктивная статистика (или статистика выводов). В зависимости от цели и задач исследования может использоваться только описательная статистика или комбинация из описательной и индуктивной статистики.

Описательная статистика описывает набор полученных данных. Она используется для того, чтобы понять детали и характеристики выборки. Описательная статистика, в отличие от индуктивной, не ставит своей целью делать выводы обо всей совокупности. Описательная статистика является первым этапом анализа, а может быть и единственной его частью.

Рассмотрим некоторые **общие статистические методы**, используемые в описательной статистике.

- **Среднее** — это математическое среднее диапазона чисел.
- **Медиана** — это средняя точка диапазона чисел (если эти числа расположены от меньшего к большему).
- **Мода**, или **модальное значение**, — самое часто встречающееся значение.
- **Стандартное отклонение** и **дисперсия** — они показывают, насколько разбросан диапазон чисел, то есть насколько близки или далеки все числа от среднего значения.
- **Асимметрия** — она показывает, насколько симметричен диапазон чисел. Другими словами, имеют ли они тенденцию группироваться в гладкую форму колоколообразной кривой посередине (это называется «нормальным распределением»), или они смещаются влево или вправо.

Рассмотрим на примере.

Возраст ВИЧ-положительных женщин, посещающих группу психологической поддержки: **28, 27, 23, 32, 72, 42, 65, 35 лет.**

Средним значением будет:

$$(23 + 27 + 28 + 32 + 35 + 42 + 65 + 72) / 8 = 40,5 \text{ лет.}$$

Но среднее значение часто не показательно. По данному примеру мы видим, что женщин в возрасте 40 лет среди посещающих группу нет и большинство участниц к нему не близки.

Поэтому также используется медианное значение. Для вычисления медианы ряд выстраивается по возрастанию. В центре ряда берется одно (если количество чисел нечетное) или два (если количество чисел четное) посередине. С обеих сторон должно быть одинаковое количество цифр. При четном количестве медианой будет среднее значение двух чисел в центре, при нечетном — число, находящееся в центре ряда.

23, 27, 28, 32, 35, 42, 65, 72

$$(32 + 35) / 2 = 33,5$$

Медианный возраст 33,5 — это уже ближе к действительности, мы видим, что половина группы близка к этому возрасту.

Если клиентка 72 лет не будет присутствовать на группе поддержки, то у нас будет такой ряд:

23, 27, 28, 32, 35, 42, 65

Медианой в данном случае будет 32.

Также можно указать экстремумы — минимальную и максимальную точки. Среди посещающих группу поддержки из нашего примера минимальный возраст женщин — 23 года, максимальный — 72.

Стандартное отклонение показывает, насколько отличаются значения от среднего. Проще всего его посчитать в таблицах Excel. Для этого в пустой ячейке нужно вставить формулу, в скобках указав диапазон ячеек, для которых считается стандартное отклонение =СТАНДОТКЛОН(Х1:Х2), и нажать Enter. Дисперсия показывает, насколько разбросан диапазон чисел, и в таблицах Excel считается по формуле =ДИСПР(Х1:Х2), где в скобках указывается диапазон чисел.

В данном случае стандартное отклонение — 34,6 лет, дисперсия — 292,8, что указывает на довольно большой разброс значений.

Если описательная статистика касается деталей выборки, то индуктивная статистика имеет дело с выводами о совокупности, и ее задача — предсказать, что будет найдено во всей не охваченной исследованием группе населения. Именно поэтому при работе со статистическими выводами крайне важен состав и качество выборки. Если выборка неточно представляет исследуемую совокупность населения, сделанные выводы будут недостоверны.

Некоторые общие статистические методы вывода включают:

- **T-тесты.** Посредством этого метода сравнивают средние значения двух групп данных для того, чтобы оценить, существенно ли они различаются. Другими словами, имеют ли они существенно разные средние, стандартные отклонения и асимметрию.
- **Корреляции.** Этот метод позволяет оценить взаимосвязь между двумя переменными: при изменении одной переменной изменится ли другая переменная.
- **Регрессии.** Этот метод позволяет понять причину и следствие между переменными, а не только то, движутся ли они вместе: действительно ли одна переменная заставляет изменяться другую, или они изменяются под влиянием другого фактора.
- **Факторный анализ.** С помощью этого метода изучается структура какого-либо явления.

Формат пособия не предполагает подробного описания данных методов в силу их сложности и большого объема необходимых для их использования знаний. Для использования методов индуктивной статистики рекомендуем обратиться к специализированной литературе.

Как выбрать метод исследования?

Выбор метода зависит от цели и задач исследования, исследовательских вопросов и гипотез исследования. Если целью исследования является понимание характеристик и атрибутов выборки, например, вам необходимо оценить средние значения, медианы и моды переменных в группе исследуемых вами людей (это могут быть клиентки вашей организации, которые участвовали в определенном проекте), описательной статистики будет достаточно.

С другой стороны, если исследовательские вопросы охватывают большую совокупность, например, ВИЧ-положительные женщины вашего региона, вы хотите выявить различия между группами или отношениями между переменным, то потребуется как описательная, так и индуктивная статистика.

Поэтому важно, чтобы были четко определены цели и задачи исследования, вопросы и гипотезы, после чего можно выбирать, какие статистические методы использовать.



Подготовка отчета

После проведения исследования и анализа данных вам потребуется написать отчет об исследовании.

Структура аналитического отчета, как правило, унифицирована и состоит из следующих разделов (часть которых может быть опущена):

- оглавление;
- резюме;
- введение;
- методология;
- результаты;
- обсуждения и рекомендации;
- библиография;
- приложения.

Резюме представляет собой краткое изложение информации, представленной в отчете. В этой части отчета, занимающей, как правило, не более четырех-пяти страниц (в зависимости от объема отчета), необходимо в сжатой и лаконичной форме изложить содержание доклада. Сделать это надо таким образом, чтобы ознакомление с резюме давало полное представление об этом исследовательском проекте.

Введение, как правило, содержит обоснование значимости проводимого исследования, его актуальности; указываются причины его проведения.

В тексте **Введения** опишите суть проблемы, объект исследования (регион, город, категория населения, социальный контекст), статистические данные, относящиеся к исследуемому вопросу, обзор исследовательских работ по изучаемой проблематике. На основании вышеизложенного формулируется проблема, изучению которой посвящено исследование.

В части отчета, которая посвящена **Методологии**, следует обозначить цель или задачи исследования, а также какими методами они будут достигнуты.

В случае если проводились интервью — описать процедуры выборки, методы и инструменты исследования; если проводился анализ документов, необходимо перечислить, какие документы были изучены, критерии их отбора. Полные версии разработанных инструментариев прикладываются в качестве приложения к отчету. В разделе **Методология** также описываются методы анализа данных.

В разделе **Результаты** приводятся полученные в ходе исследования сведения.

Информация может быть визуализирована при помощи графиков, диаграмм, таблиц.

Результаты приводятся в соответствии с целью и задачами исследования: в этой части отчета должны содержаться ответы на вопросы, поставленные исследователями.

Описываемые результаты необходимо подкреплять данными, полученными в ходе исследования.

Например, большинство опрошенных женщин отметили, что посещение групп психологической поддержки было для них полезно и помогло принять диагноз, об этом сообщили 80 % опрошенных (32 человека) из 40 опрошенных. В этой части отчета приводятся цитаты респондентов. При цитировании важно соблюдать разумный баланс. Высказывания респондентов должны подкреплять сформулированные в отчете положения. Избыточное цитирование может придавать отчету некоторую хаотичность и мозаичность, и читателю будет трудно уловить главное. В то же время недостаток цитат может сделать отчет слишком сухим и лапидарным. При цитировании высказываний важно отразить все представленные точки зрения.

В разделе **Обсуждение и рекомендации** полученные результаты исследований обсуждаются и интерпретируются с точки зрения их влияния на программы и политики, на практиков, работающих в данной сфере. На основе обсуждений могут быть предложены рекомендации. Рекомендации должны быть изложены в сжатом и лаконичном стиле, позволяющем сразу ухватить их суть. Рекомендации должны быть связаны с результатами исследования. Полученные в ходе исследования результаты служат подкреплением для рекомендаций.

В разделе **Обсуждение и рекомендации** также могут быть обозначены направления для будущих исследований, проблемы и вопросы, требующие внимания исследователей и специалистов, работающих в данной сфере.

В разделе **Библиография** указываются ссылки на использованные источники информации. При оформлении следуйте одному и тому же стандарту и стилю.

В разделе **Приложения** приводятся использованные в исследовании инструменты: опросники, гайды и т. д.



Литература

Автономов А. С., Хананашвили Н. Л. Оценка социальных проектов: учебное пособие / под общ. ред. А. С. Автономова. М.: Издательская группа «Юрист», 2014.

Оценка: от и До. — Новосибирск: Некоммерческое партнерство «Информационно-аналитический центр развития гражданских инициатив» (НП «ИНА-Центр»), 2015.

Практики анализа качественных данных в социальных науках: учеб. пособие / отв. ред. Е. В. Полухина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023.

Ядов В. А., Семенова В. В. Стратегия социологического исследования». — М., 2000.