

რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები
სოციალურ მეცნიერებებში

ლია წულაძე

თბილისი
2008

სოციალურ მეცნიერებათა სერია

მთავარი რედაქტორი: მარინე ჩიტაშვილი
ენობრივი რედაქტორი: ლია კაჭარავა
დაკაბადონება: ანდრო კლებანსკი
ყდის დიზაინი: გიორგი ბაგრატიონი

© სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრი, 2008
© Center for Social Sciences, 2008



წიგნი მომზადებულია და გამოცემულია “სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრის” (**Center for Social Sciences**) მიერ, ფონდის **OSI - ZUG** ბუდაპეშტის ღია საზოგადოების ინსტიტუტის უმაღლესი განათლების მხარდაჭერის პროგრამის (**HESP**) ფინანსური ხელშეწყობით



This book has been published by the Center for Social Sciences, sponsored by the OSI-Zug Foundation and the Higher Education Support Program (HESP) of the Open Society Institute Budapest (OSI).

ISBN: 978-99940-873-8-9

ISSN: 1512-4576

შინაარსი

რატომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები?.....	4
სოციალური კვლევის ბუნება	6
მასობრივი გამოკითხვა.....	14
კითხვარი	25
შერჩევა	41
მონაცემთა ანალიზი	53
კვლევის ანგარიში	65
დანართი	75

რატომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები?

"There's no such thing as qualitative data.
Everything is either 1 or 0."
Fred Kerlinger

„არ არსებობს ისეთი რამ, როგორცაა თვისებრივი მონაცემები. ყველაფერი ან ერთია, ან ნული.“
ფრედ კერლინგერი

მკვლევარი, რომლის მიზანია სოციალური ცხოვრების შემეცნება, საკმაოდ რთული ამოცანის წინაშე დგას – კვლევის დაგეგმვა და განხორციელება, მონაცემების დამუშავება და ანალიზი შესაბამის ცოდნას, გამოცდილებას და საკმაოდ დიდ ძალისხმევას მოითხოვს. ამ ყველაფერს კი წინ უსწრებს ერთი უმნიშვნელოვანესი არჩევანი: კვლევის რა მეთოდის გამოყენებაა მიზანშეწონილი დასმული პრობლემის გადასაჭრელად? ეს ის არსებითი გადაწყვეტილებაა, რომელიც შემდგომი კვლევის წარმატებასა და შედეგების ადეკვატურობას განსაზღვრავს.

სოციალური კვლევის მეთოდებს, ჩვეულებრივ, ორ ძირითად ჯგუფად ყოფენ: რაოდენობრივ და თვისებრივ მეთოდებად. მათ საერთო მიზანი ამოძრავებთ – სოციალურ ფენომენტა გაგება და ახსნა – თუმცა ამისთვის განსხვავებულ ტექნიკას მიმართავენ. სოციალურ მეცნიერებებში რაოდენობრივი კვლევის მეთოდებს შორის განსაკუთრებით გავრცელებულია მასობრივი გამოკითხვა, სოციალური ექსპერიმენტი და რაოდენობრივი კონტენტ-ანალიზი. მოცემულ ნაშრომში რაოდენობრივი კვლევის ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ მეთოდზე – მასობრივ გამოკითხვაზე – გავამახვილებთ ყურადღებას და თანმიმდევრულად განვიხილავთ მის თითოეულ ეტაპს.

და მაინც, რატომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები?

უპირველეს ყოვლისა, უნდა აღინიშნოს, რომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები უაღრესად პოპულარული და ფართოდ გავრცელებულია მთელ რიგ სამეცნიერო დისციპლინებში, როგორც სოციალურ, ისე ტექნიკურ და საბუნებისმეტყველო მეცნიერებებში. უდავოა, რომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები მონაცემების მოპოვების საიმედო და აღიარებულ ტექნიკადაა მიჩნეული, რაზეც ის ფაქტი მეტყველებს, რომ მთელ მსოფლიოში სისტემატურად ხდება მოსახლეობის აღწერა, ყოველწლიურად ტარდება შინამეურნეობის კვლევები და ყოველდღიურად მიმდინარეობს მარკეტინგული კვლევები, რაც სწორედ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების გამოყენებით ხორციელდება.

ამასთან, რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები საშუალებას იძლევა, სწორად განხორციელებული შერჩევის შემთხვევაში, მოსახლეობის ფართო ჯგუფებზე და გარკვეული საზოგადოების მასშტაბითაც კი მოხდეს შედეგების განზოგადება, რაც რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების განსაკუთრებულ სანდოობაზე მეტყველებს, შესაბამისად, განსაკუთრებით მიმზიდველს ხდის მკვლევართათვის. საერთოდ, მკვლევართა შორის დომინანტურია შეხედულება, რომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები ობიექტური რეალობის წვდომის უკეთეს შესაძლებლობას იძლევა, ვიდრე თვისებრივი კვლევის მეთოდები, რომლებიც დიდადაა დამოკიდებული მკვლევრის სუბიექტურ ინტერპრეტაციაზე.

სტრუქტურული თვალსაზრისით, რაოდენობრივი კვლევა მეტად ორგანიზებულად მიიჩნევა, ვიდრე თვისებრივი კვლევა. თუ თვისებრივი კვლევის დიზაინი ყალიბდება და იხვეწება თავად კვლევის პროცესში, რაოდენობრივი კვლევის ნებისმიერი ასპექტი დეტალურად მოფიქრებული და წინასწარ დაგეგმილია. ამდენად, მკვლევრისთვის უფრო იოლია თვალყურის მიდევნება, თუ როგორი წარმატებით გაიარა თითოეული ეტაპი და როდის გადაუხვია დაგეგმილი კურსიდან. შესაბამისად, სხვებსაც მეტი შესაძლებლობა აქვთ შეაფასონ მოცემული კვლევის ხარისხი და სანდოობა.

არსებობს შეხედულება, რომ რაოდენობრივი კვლევა კონკრეტულ ჰიპოთეზებზეა აგებული, მაშინ როცა თვისებრივი კვლევა აუცილებლობით არ გულისხმობს ამგვარი ჰიპოთეზების არსებობას. მიუხედავად ჩემი პოზიციისა, რომ ჰიპოთეზები უნდა არსებობდეს როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი კვლევისას, ვიზიარებ შეხედულებას, რომ მკვლევარმა არასოდეს იცის წინასწარ, თუ რა სურპრიზებს უმზადებს თვისებრივი კვლევა, რადგან შეუძლებელია გამოიცილო, თუ რაოდენ ღრმა და ინფორმატიული აღმოჩნდება სიღრმისეული ინტერვიუ ან რა მოულოდნელი აღმოჩენით დასრულდება დაკვირვება. რაოდენობრივი კვლევისას კი მკვლევარმა წინასწარ იცის, თუ რას უნდა მოელოდეს კვლევისგან იმისდა მიუხედავად, დადასტურდება თუ უარიყოფა ჰიპოთეზები, რადგან, მასობრივი გამოკითხვის მაგალითი რომ ავიღოთ, ანკეტირების ან სტრუქტურირებული ინტერვიუს შემთხვევაში, რესპონდენტი ყოველთვის შეზღუდულია მკვლევრის მიერ წინასწარ მოფიქრებული სავარაუდო პასუხებით. ეს ყოველივე განაპირობებს იმას, რომ თვისებრივი ინტერვიუ შეიძლება საკმაოდ ხანგრძლივი აღმოჩნდეს და მისმა კოდირებამ და მონაცემების დამუშავებამ დიდი ძალისხმევა მოითხოვოს, ხოლო რაოდენობრივი ინტერვიუს სავარაუდო ხანგრძლივობა განსაზღვრულია და მისი მონაცემების დამუშავებაც გაცილებით მარტივია, ვინაიდან შეკითხვებზე პასუხები წინასწარ კოდირებულია. ამასთან, თვისებრივი მონაცემები უმეტესად ტექსტის სახით გვეძლევა და როგორც ჯერ კიდევ პლატონი აღნიშნავდა, სიტყვები მანიპულაციის იარაღია, რადგან ისინი პირდაპირ კი არ ასახავენ რეალობას, არამედ მის იდეალიზებულ მენტალურ მიმსგავსებას წარმოადგენენ. რაოდენობრივი მონაცემები კი, რადგან რიცხვების სახით გვეძლევა, სტატისტიკურად სანდოდ მიიჩნევა.

ზემოხსენებულმა მიზეზებმა, აგრეთვე სოციალურ მეცნიერებათა სტუდენტებისთვის რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების შესავლის ქართულენოვანი სახელმძღვანელოს არსებობის საჭიროებამ (რომელიც საშუალებას მისცემს სტუდენტს თანმიმდევრულად გაიაროს რაოდენობრივი კვლევის თითოეული ეტაპი, კვლევის დიზაინით დაწყებული და კვლევის ანგარიშით დასრულებული და, ასევე დახმარებას გაუწევს დამოუკიდებელი კვლევის დაგეგმვასა და განხორციელებაში) უბიძგა ავტორს მოცემული სახელმძღვანელო შეექმნა.

სოციალური კვლევის ბუნება

სოციალური კვლევა მონაცემების შეგროვებას, ორგანიზებას და ანალიზს ემსახურება. ის ფართოდ გამოიყენება მთელ რიგ სოციალურ მეცნიერებებში, როგორცაა სოციოლოგია, ფსიქოლოგია, ანთროპოლოგია, პოლიტიკური მეცნიერება, ბიზნესის ადმინისტრაცია და ა.შ. აკადემიური სამყაროს მიღმა, თითქმის ყველას სმენია მოსახლეობის აღწერის, მარკეტინგული კვლევის, წინასაარჩევნო პროგნოზისა და სხვა მსგავსი კვლევების შესახებ. უნდა ითქვას, რომ სოციალური კვლევები გარკვეულწილად გავლენას ახდენს მთელ საზოგადოებაზე: პოლიტიკოსები აწარმოებენ წინასაარჩევნო კამპანიას ამომრჩეველთა სიმპათიების შესწავლის საფუძველზე, კომპანიები აწარმოებენ პროდუქციას მარკეტინგული კვლევების შედეგების გათვალისწინებით და ა.შ.

როგორც შესავალში აღინიშნა, სოციალური კვლევის მეთოდები ორ დიდ ჯგუფად იყოფა: რაოდენობრივ და თვისებრივ მეთოდებად. მოცემული ნაშრომი სოციალური კვლევის რაოდენობრივი მეთოდების შესავალია. სანამ უშუალოდ რაოდენობრივ მეთოდებზე გადავალთ, ზოგადად სოციალური კვლევის ბუნებასა და მიზნებს განვიხილავთ.

სოციალური კვლევის მიზანია აღწეროს, რა ხდება საზოგადოებაში და ახსნას, რატომ ხდება ასე.

აღწერითი კვლევის მიზანია აღწეროს გარკვეული ტენდენციები და განწყობები. მოსახლეობის გამოკითხვა იმის გამოსავლენად, თუ რომელ კანდიდატს უჭერენ მხარს არჩევნებში, რომელი კომპანიის პროდუქციას ანიჭებენ უპირატესობას და სხვ. აღწერითი კვლევის ნიმუშებია.

თუმცა მკვლევრის საბოლოო მიზანია არა უბრალოდ აღწეროს სოციალური მოვლენები, არამედ ახსნას კიდევ მათი მიზეზები. ასეთ კვლევას *ანალიტიკური* ჰქვია. იმის დადგენისას, თუ რომელ კანდიდატს უჭერს მხარს არჩევნებში მოსახლეობის უმრავლესობა, საჭიროა აიხსნას კიდევ, რატომ ანიჭებს მოსახლეობის ეს ნაწილი უპირატესობას სწორედ ამ კანდიდატს, მეორე ნაწილი კი - სხვას; იმის დადგენისას, რომ გარკვეული კომპანიის პროდუქცია სხვებზე მეტი პოპულარობით სარგებლობს, აუცილებელია ამ პოპულარობის მიზეზების ძიებაც. დასაბუთებული ახსნა ყოველთვის მოითხოვს ორი ან მეტი ცვლადის ერთდროულ შესწავლას; მაგალითად, ამა თუ იმ კანდიდატისთვის კენჭისყრა ან პროდუქციისთვის უპირატესობის მინიჭება შეიძლება აიხსნას ადამიანის განათლებით, სქესით, ასაკით და ა.შ.

ამგვარად, სოციალური კვლევა გულისხმობს მუდმივ ურთიერთობას დაკვირვებასა და ახსნას შორის, ფაქტების უწყვეტ მოპოვებას ახსნის შემოწმების მიზნით, ამის საფუძველზე ახსნის შემდგომ დახვეწას და ა.შ. კარგი ახსნა კი ორ ურთიერთდაკავშირებულ პროცესს მოიცავს: თეორიის შემუშავებას და თეორიის შემოწმებას. პირველ შემთხვევაში ემპირიული დონიდან კონცეპტუალურ-აბსტრაქტული დონის მიმართულებით ვმოძრაობთ, მეორე შემთხვევაში კი - კონცეპტუალურ-აბსტრაქტული დონიდან ემპირიულის მიმართულებით.

თეორიის შემუშავება არის პროცესი, რომელიც ფაქტებსა თუ მოვლენებზე დაკვირვებებით (მამასადაამე, აღწერებით) იწყება და ამ დაკვირვებების საფუძველზე თეორიას ქმნის. ზოგი მას *პოსტფაქტუმ თეორიას* (რ. მერტონი, 1968) უწოდებს, რადგან თეორია დაკვირვებების შედეგად იქმნება და არა მანამდე.

თეორიის შემოწმებისას მკვლევარი გარკვეულ თეორიას რეალურ სამყაროში მოსალოდნელი ცვლილებების პროგნოზირებისთვის იყენებს. თუ მკვლევრის წინასწარმეტყველება გამართლდა, თეორია მხარდაჭერილი იქნება; თუკი არ გამართლდა, ან თეორია მცდარია, ან მკვლევრის პროგნოზი ყოფილა არალოგიკურად გამოყვანილი თეორიიდან.

სოციოლოგი დევიდ დე ვაუსი თეორიის შემუშავებისა და შემოწმების პროცესში მთელ რიგ საფეხურებს გამოყოფს, რომელთაც ქვემოთ განვიხილავთ (1990, გვ. 11-21).

თეორიის შემუშავების პროცესი. ცალკეული დაკვირვებების განხორციელების შემდეგ, მკვლევარმა უნდა უპასუხოს ბაზისურ შეკითხვას: ხომ არ წარმოადგენს ეს დაკვირვება უფრო ზოგადი ფაქტორის კერძო შემთხვევას? თუ ასეა, შეგვიძლია უკეთ ვწვდეთ ცალკეული დაკვირვების მნიშვნელობას. მაგრამ საიდან უნდა მივხვდეთ, თუ რა ზოგადი ფენომენის გამოხატულებაა ცალკეული დაკვირვება? მართალია, აქ შეუძლებელია იდეალური გადაწყვეტილების შემოთავაზება და მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება შემოქმედებით წარმოსახვას, არსებობს რამდენიმე მიდგომა, რომლის გამოყენებაც მიზანშეწონილია:

1. *საერთო ფაქტორის როლის გამოყოფა.* თუ რამდენიმე განსხვავებული ფაქტორი მსგავს შედეგს იძლევა, შეგვიძლია დავსვათ შეკითხვა: რა საერთო აქვს თითოეულ მათგანს? ეს საერთო შედეგი გვეხმარება უფრო ზოგადი კონცეფციის შემუშავებაში. ასე მოიქცა ე. დიურკემი თვითმკვლელობის შესწავლისას. დაადგინა რა, რომ თვითმკვლელობის სიხშირე უფრო მაღალია პროტესტანტებში, ვიდრე კათოლიკებში, მოხუცებში, ვიდრე ახალგაზრდებში, ქალაქის მოსახლეობაში, ვიდრე სოფლის მოსახლეობაში, დაუქორწინებლებში, ვიდრე დაქორწინებულებში, უშვილოებში, ვიდრე შვილიანებში, მამაკაცებში, ვიდრე ქალებში, მდიდრებში, ვიდრე ღარიბებში, დიურკემმა დასვა შეკითხვა – რა საერთო აქვთ პროტესტანტებს, მოხუცებს, ქალაქელებს, დაუქორწინებლებს, უშვილოებს, მამაკაცებს და მდიდრებს? მან აღმოაჩინა, რომ თითოეული მათგანი გამოირჩევა ნაკლები სოციალური ინტეგრაციით და სწორედ ამ მიზეზით თითოეულ შემთხვევაში თვითმკვლელობის სიხშირე მაღალია. სხვა სიტყვებით, ცალკეული შემთხვევა იმ ზოგადი კანონზომიერების გამოხატულება იყო, რომ რაც უფრო ნაკლებინტეგრირებულია საზოგადოება, მით უფრო მაღალია მასში თვითმკვლელობის სიხშირე.

2. *არსებული თეორიები და კონცეფციები, როგორც იდეათა წყარო.* დაკვირვებების წარმოებას ყოველთვის არ მივეყვართ ახალი თეორიის შემუშავებამდე. დაკვირვებების ასახსნელად ხშირად ვიყენებთ არსებულ თეორიებს, რადგან, თუ ისინი კარგად ხსნის ჩვენს მიერ მოპოვებულ მონაცემებს, აზრი არა აქვს ველოსიპედის თავიდან გამოგონებას. მაგრამ, სადაც ჩვენი დაკვირვებები ახალი და განსხვავებულია, ანდა არსებული თეორიები არ იძლევა მათ ადეკვატურ ახსნას, საჭირო ხდება არსებული თეორიებისა და იდეების ადაპტაცია ან მოდიფიკაცია.

3. *კონტექსტი.* მონაცემების მნიშვნელობის წვდომის უმნიშვნელოვანესი გზაა მათი განხილვა კონტექსტში. მაგალითად, ავიღოთ ადამიანი, რომლის შემოსავალი წელიწადში 10 000 ლარი. ეს თანხა კარგი შემოსავლის მაჩვენებელია თუ საშუალოსი? შეგვიძლია ერთნაირად მდიდრად განვიხილოთ ორი ადამიანი, რომელთა შემოსავალი 10 000 ლარს შეადგენს? ამ შემოსავლის მნიშვნელობა მრავალ ფაქტორზეა დამოკიდებული. კერძოდ, ეს ერთადერთი შემოსავალია ოჯახში თუ არა, რამდენი ადამიანია ამ შემოსავლის კმაყოფაზე, რა ასაკისაა ადამიანი, რომელიც ამ თანხას

გამოიმუშავეს და ა.შ. ამდენად, აუცილებელია ამ ფაქტორის სხვა ფაქტორების კონტექსტში განხილვა, რათა მისი ადეკვატური ინტერპრეტაცია მოვახდინოთ.

4. *რესპონდენტების გამოკითხვა.* ბევრ შემთხვევაში ძალიან მოსახერხებელია შევეკითხოთ ადამიანებს, თუ რატომ ფიქრობენ ან იქცევიან ამგვარად. ეს არ ნიშნავს, რომ მიღებულ პასუხებს კრიტიკულად არ უნდა მოვეკიდოთ, მაგრამ მათ საფუძველზე მაინც შესაძლებელია ამა თუ იმ ქცევების მიღმა არსებული მოტივაციის წვდომა.

5. *საკუთარ თავზე დაკვირვება.* როცა ჩვენთვის ნაცნობია ესა თუ ის სიტუაცია, მიზანშეწონილია საკუთარი თავი სხვა ადამიანების პოზიციაში ჩავაყენოთ და მათი ქცევა მათივე თვალსაწიერიდან ავხსნათ. ჩვენი უნარი გავაკეთოთ ეს დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად კარგად ვიცნობთ მსგავს სიტუაციას და იმაზეც, თუ რამდენად გვაქვს თანაგანცდის უნარი.

თეორიის შემოწმების პროცესი. კერძოდან ზოგადის მიმართულებით – დაკვირვებებიდან თეორიის მიმართულებით მოძრაობისას, ინდუქციურ მიდგომას ვიყენებთ. საპირისპირო მოვლენაა, როცა ზოგადიდან კერძოს მიმართულებით ვმოძრაობთ, ანუ თეორიის საფუძველზე ვახდენთ დაკვირვებებს. ამ შემთხვევაში, ზოგადი თეორიიდან გარკვეულ მტკიცებულებებს ვიღებთ (რომლებიც ლოგიკურად გამომდინარეობს ამ თეორიიდან) და მათ შესაბამის მონაცემებს ვაგროვებთ, შემდეგ კი დავადგენთ, თუ რამდენად ეხმიანება ეს მონაცემები საწყის თეორიას. თეორიის შემოწმების ეს პროცესი 6 ძირითადი საფეხურისგან შედგება:

1. *დავაკონკრეტოთ თეორია მისი შემოწმების მიზნით.* მაგალითის სახით გამოვიყენოთ თეორია, რომლის თანახმად, ინდუსტრიალიზაცია, მობილობისა და სპეციალიზებული შრომის საჭიროების გამო, ძველი ტიპის ოჯახის ახალ ნუკლეარულ ოჯახად გარდაქმნის მთავარი მიზეზია. მოძრაობის საჭიროება, სამსახურისა და სწავლის გამო, ტრადიციულ ოჯახურ კავშირებს შლის (ტ. პარსონსი, 1949). ამდენად, შემდეგი სქემის მიღებაა შესაძლებელი: ინდუსტრიალიზაცია – გაზრდილი მობილობა – დიდი ოჯახის დაშლა.

2. *გამოვიტანოთ კონცეპტუალური დასკვნები.* კონცეპტუალური დასკვნა არის მტკიცებულება, რომელიც განსაზღვრავს ორ ფაქტორს შორის კავშირის ბუნებას. რაც უფრო მეტადაა შემოწმებული კონცეპტუალური დასკვნები, მით უფრო ძლიერია თეორია. ზემოხსენებული თეორიიდან შემდეგი დასკვნების გამოტანაა შესაძლებელი: ა) ინდუსტრიული ქვეყნები უფრო მეტად ხასიათდება ნუკლეარული ოჯახებით, ვიდრე არაინდუსტრიული; ბ) ნებისმიერ ქვეყანაში სასოფლო დასახლებები უფრო მეტად ხასიათდება დიდი ზომის ოჯახებით, ვიდრე ქალაქური დასახლებები; გ) ისინი, ვინც აქტიურ მობილობას ეწევიან სამუშაოსა და განათლების გამო, ნაკლებ დაკავშირებულნი არიან საკუთარ დიდ ოჯახთან, ვიდრე ისინი, ვინც არ მოძრაობენ.

3. *კონცეპტუალური დასკვნები შემოწმებადი მტკიცებულებებია.* თეორიის შემოწმების ამ ეტაპს *ოპერაციონალიზაცია* ჰქვია და ის გულისხმობს აბსტრაქტული ცნებების (მაგალითად, ინდუსტრიალიზაცია) უფრო კონკრეტულ და დაკვირვებად ცნებებად ქცევას. ამ გზით შესაძლებელი ხდება კონცეპტუალური დასკვნების ემპირიულად შემოწმება.

ემპირიულად შემოწმებადი მტკიცებულების ფორმა კონცეპტუალური დასკვნის ფორმის მსგავსია. მაგალითად, იმის დასასაბუთებლად, რომ სასოფლო დასახლებები უფრო მეტად ხასიათდება დიდი ოჯახებით, ვიდრე ქალაქური დასახლებები, გვჭირდება შემდეგი საკვანძო ცნებების „ოპერაციონალური დეფინიციები“: სასოფლო,

საქალაქო, დიდი ოჯახი. მათი განსაზღვრის შემდეგ, შევადგენთ თითოეული ტიპის დასახლებაში მცხოვრები ადამიანების კონტაქტების სიხშირეს მშობლებთან, დამძმებთან, დეიდაშვილებთან და სხვ., ვისთანაც მათ კვირაში ერთხელ მაინც აქვთ კონტაქტი. ახლა უკვე შეგვიძლია კონცეპტუალური დასკვნის აღდგენა შემოწმებადი ფორმით: შერჩეულ სასოფლო დასახლებაში მცხოვრებ ადამიანებს უფრო ინტენსიური ყოველკვირეული კონტაქტი აქვთ დიდი ოჯახის წევრებთან (დეიდები, ბიძები, ბებები), ვიდრე შერჩეულ საქალაქო დასახლებაში მცხოვრებ ადამიანებს. ამ გზით, შემოწმებად მტკიცებულებას იგივე ფორმა აქვს, რაც კონცეპტუალურ დასკვნას. თუმცა, იმავდროულად, ის უფრო სპეციფიკურიცაა, რადგან ცნებები მათი კონკრეტული მაჩვენებლებითაა ჩანაცვლებული; ამიტომ საკმაოდ ნათელი წარმოდგენა გვექმნება იმაზე, თუ რა დაკვირვებები უნდა ვაწარმოოთ.

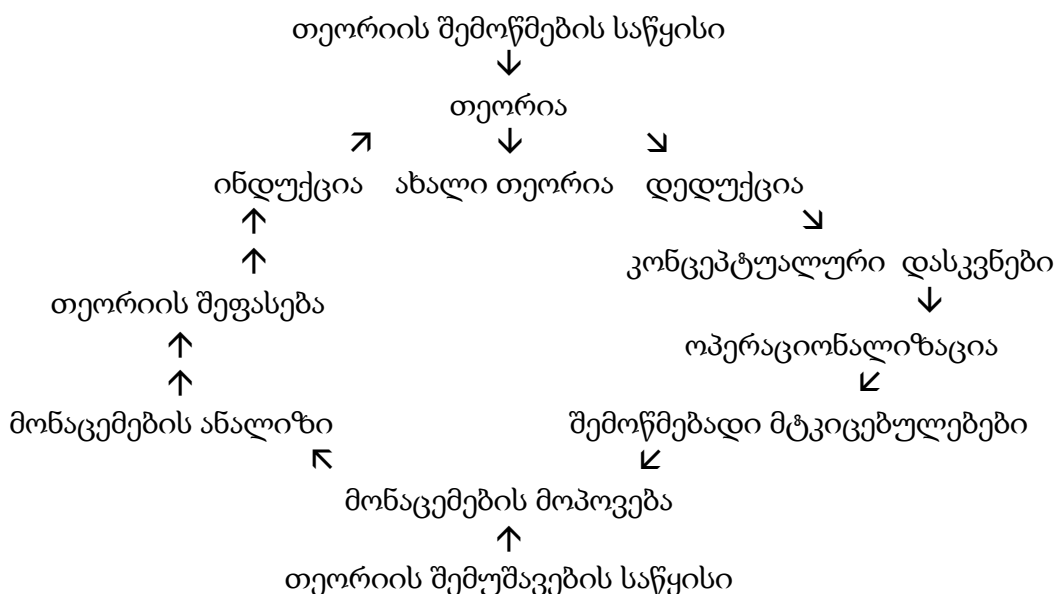
4. *შესაბამისი მონაცემების მოპოვება.* მას შემდეგ, რაც გადავწყვეტთ, თუ რა მონაცემების გზითაა შესაძლებელი თეორიის შემოწმება, ამ მონაცემების შეგროვებას ვიწყებთ.

5. *მონაცემების ანალიზი.* შემდეგი საფეხურია მონაცემების ანალიზი, რათა დავადგინოთ: ა) რამდენად განამტკიცებს ჩვენი მონაცემები ემპირიულად შემოწმებად მტკიცებულებებს; ბ) თავის მხრივ, რამდენად განამტკიცებს ეს უკანასკნელნი კონცეპტუალურ დასკვნებს; გ) საბოლოოდ, რამდენად არის დასაბუთებული საწყისი თეორია.

6. *თეორიის შეფასება.* შესაძლოა კვლევამ სავსებით დაადასტუროს საწყისი თეორია, თუმცა ეს არც ისე ხშირად ხდება. როგორც წესი, ხშირია ხოლმე გარკვეული მოულოდნელი და კონფლიქტური შედეგები. ამდენად, კვლევა უმეტესად ნაწილობრივ ადასტურებს საწყის თეორიას, ანუ მის გარკვეულ ასპექტებს ადასტურებს, სხვებს კი – არა, რაც საწყისი თეორიის მოდიფიკაციას იწვევს და პროგრესის წყარო ხდება.

მკვლევარნი მიიჩნევენ, რომ თეორიის შემუშავება და თეორიის შემოწმება ურთირთგადაჯაჭვული პროცესია და კვლევა გულისხმობს უწყვეტ მოძრაობას თეორიასა და დაკვირვებას შორის.

კვლევის პროცესის ლოგიკა



და ბოლოს, თეორიასა და ემპირიულ კვლევას შორის ურთიერთმიმართების განხილვის შემდეგ, აუცილებელია მოკლედ დავახასიათოთ გამოკვლევის პროგრამა, რომელიც ფაქტიურად მთელი კვლევის მონახაზია და მის დასაბუთებას ახდენს.

გამოკვლევის პროგრამა ორი ძირითადი ნაწილისგან შედგება: თეორიული და მეთოდური. პირველ ნაწილში ხდება საკვლევი პრობლემის დასმა და მისი აქტუალობის დასაბუთება, გამოკვლევის თემისა (პრობლემის ის ასპექტი, რომელსაც მკვლევარი უშუალოდ სწავლობს) და ობიექტის (შესასწავლი პოპულაცია) განსაზღვრა, გამოკვლევის მიზნისა და ამოცანების დასახვა, და საკვლევი ჰიპოთეზის ჩამოყალიბება, რომელიც წარმოადგენს მეცნიერულად დასაბუთებულ ვარაუდს მოსალოდნელი შედეგების შესახებ. პროგრამის მეთოდურ ნაწილში კი ხდება შესასწავლი მოსახლეობიდან უშუალოდ კვლევაში მონაწილე ადამიანთა ერთობლიობის გამოყოფა, აგრეთვე ინფორმაციის მოპოვების მეთოდების აღწერა და დასაბუთება.

რაოდენობრივი კვლევა, როგორც სოციალური მეცნიერების მეთოდი

როგორც აღინიშნა, რაოდენობრივი კვლევა სოციალური მოვლენების შესახებ მონაცემთა მოპოვების ერთ-ერთი უმთავრესი ტექნიკაა, შესაბამისად, ის სოციალური მეცნიერების ძირითადი მეთოდია. რაოდენობრივი მონაცემების მოპოვების მთავარი ინსტრუმენტია მასობრივი გამოკითხვა, რომელიც ჩვეულებრივ გულისხმობს კითხვარის შედგენას ამა თუ იმ საკითხის მიმართ მოსახლეობის დამოკიდებულების შესასწავლად, მთელი პოპულაციიდან უშუალოდ კვლევაში მონაწილე ადამიანთა ჯგუფის გამოყოფას, ჯერ პილოტური გამოკვლევის, შემდეგ კი ძირითადი გამოკვლევის ჩატარებას, მიღებული მონაცემების დამუშავებასა და ანალიზს, და ბოლოს, კვლევის ანგარიშის შექმნას.

თანამედროვე ტიპის მასობრივ გამოკითხვას XX საუკუნის 20-იან წლებში ამერიკელმა მკვლევარებმა ჩაუყარეს საფუძველი. ამ თვალსაზრისით, აღსანიშნავია, ერთი მხრივ, ამერიკის შეერთებული შტატების მოსახლეობის აღწერის ბიუროს საქმიანობა; მეორე მხრივ, სხვადასხვა კომერციული საარჩევნო ორგანიზაციის მოღვაწეობა, რომელთაც ხელმძღვანელობდნენ ჯორჯ გელაპი, ელმო როპერი, ლუის ჰარისი და სხვ.; და ბოლოს, მასობრივი გამოკითხვის მეცნიერულ ინსტრუმენტად გადაქცევა და დახვეწა ცალკეულ ამერიკულ უნივერსიტეტებში, დაწყებული სამუელ სტაუფერისა და პოლ ლაზარსფელდის კვლევებით.

ამერიკის შეერთებული შტატების მოსახლეობის აღწერის ბიუროს დიდი წვლილი მიუძღვის შერჩევისა და მონაცემების მოპოვების მეთოდების განვითარების საკითხში. მართალია, ის უმეტესად ათ წელიწადში ერთხელ ჩატარებული მოსახლეობის აღწერით გახდა ცნობილი, მისი საქმიანობის დიდი ნაწილი მაინც მასობრივი გამოკითხვის უწყვეტ ჯაჭვს ეძღვნება, რომელიც აღწერებს შორის პერიოდში უახლეს დემოგრაფიულ და ეკონომიკურ მონაცემებს აწვდის საზოგადოებას. აღწერის ბიუროს მიერ მოპოვებული მონაცემები ფასდაუდებელი წყაროა სხვადასხვა კვლევისთვის შერჩევის დიზაინის შესამუშავებლად.

ამერიკულ კომერციულ საარჩევნო ორგანიზაციებს დიდი დამსახურება მიუძღვით რაოდენობრივი მეთოდების გამოყენებაში როგორც საარჩევნო კამპანიების შესწავლისას, ისე მარკეტინგული კვლევებისას. იმ პერიოდში, როცა არ არსებობდა აკადემიური კვლევების დაფინანსების შესაძლებლობა, კომერციული ორგანიზაციები წარმატებით ატარებდნენ რაოდენობრივ კვლევებს და ცდიდნენ შერჩევისა და

მონაცემთა მოპოვების სხვადასხვა ტექნიკას. გარდა ამისა, მათ მიერ მოპოვებული მონაცემები მეორადი ანალიზის ფასდაუდებელ წყაროს წარმოადგენდა და საფუძვლად დაედო უამრავ აკადემიურ ნაშრომს, რომელიც სწორედ აღწერითი, კომერციული მიზნით მოპოვებული მონაცემების დეტალურ ანალიზს ეძღვნება.

მოგვიანებით ამერიკული უნივერსიტეტების მიერ ჩატარებულმა კვლევებმა რაოდენობრივი მეთოდების მეცნიერულ დახვეწას შეუწყო ხელი. როგორც აღინიშნა, ამ მხრივ, განსაკუთრებული დამსახურება მიუძღვით სამუელ სტაუფერსა და პოლ ლაზარსფელდს, რომლებიც თანამედროვე რაოდენობრივი კვლევის პიონერებად არიან მიჩნეულნი.

სტაუფერის მიზანს წარმოადგენდა სოციალური მოვლენების შესწავლა სოციალური კვლევის ემპირიული მეთოდების გამოყენებით, რაც მან 1930-იან წლებში ამერიკის შეერთებულ შტატებში დეპრესიის შედეგების ანალიზითა და შავკანიანი ამერიკელების სტატუსის ამსახველი მონაცემების შეგროვებით დაიწყო. მეორე მსოფლიო ომის დროს სტაუფერი ომის მიმდინარეობასა და შედეგებს იკვლევდა, ომის შემდგომ კი ნაციონალურ კვლევათა მთელი რიგი განახორციელა ანტიკომუნისტური მოძრაობის შედეგების შესასწავლად.

სტაუფერის მსგავსად, ლაზარსფელდის მიზანიც სოციალურ ფენომენტა (როგორცაა ლიდერობა, კომუნიკაციები, პროფესიები და სხვ.) ემპირიული ანალიზი იყო. ის იყო პირველი, ვინც განიხილა პოლიტიკური ქცევა, კერძოდ, კენჭისყრა, როგორც პროცესი და არა როგორც მოვლენა. ამ მიზნით, მან პანელურ კვლევებს ჩაუყარა საფუძველი, რომლებიც გულისხმობდა რესპონდენტთა მოცემული ჯგუფის განმეორებით გამოკითხვას პოლიტიკური კამპანიის მსვლელობისას და ამომრჩეველთა შეხედულებების ცვლილების შესწავლას. მიიჩნეოდა რა, რომ კვლევის საბოლოო მიზანი უბრალო აღწერა არ უნდა ყოფილიყო, ლაზარსფელდი ითვალისწინებდა ცვლილებებთან დაკავშირებულ სოციალურ და დემოგრაფიულ ფაქტორებსაც, რათა არსებული დინამიკის ახსნის მეტი შესაძლებლობა ჰქონოდა.

ლაზარსფელდის მრავალრიცხოვანი დამსახურებებიდან განსაკუთრებით აღნიშნავენ ხოლმე შემდეგ სამს: ჯერ ერთი, მისი მოღვაწეობა დაემთხვა პირველი კომპიუტერული ტექნიკის შექმნას და ის იყო პირველი, ვინც ამ ტექნიკის უდიდესი მნიშვნელობა დაინახა მონაცემების დამუშავებისა და ანალიზის სფეროში; მეორეც, სწორედ ლაზარსფელდია ავტორი „ინტერპრეტაციის მეთოდისა,“ რომელიც „ლაზარსფელდის მეთოდის“ სახელითაცაა ცნობილი და გამოიყენება ორ ცვლადს შორის კავშირის ასახსნელად, დამატებითი ანუ საკონტროლო ცვლადების შემოტანის გზით; და ბოლოს, ლაზარსფელდის უდიდესი დამსახურებაა რაოდენობრივი კვლევების მხარდასაჭერად კვლევითი ცენტრის შექმნა, დააფუძნა რა გამოყენებითი სოციალური კვლევების ბიურო კოლუმბიის უნივერსიტეტში.

სანამ რაოდენობრივი კვლევების განვითარების მოკლე ისტორიას დავასრულებდეთ, აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ პროფესიული ასოციაციების როლიც, როგორცაა ამერიკის სოციოლოგიური ასოციაცია, ამერიკის მარკეტინგული ასოციაცია, საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის ამერიკული ასოციაცია და მსგავსი ასოციაციები დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში, რომლებმაც ხელი შეუწყო რაოდენობრივი კვლევების მეცნიერულ რელსებზე დაყენებას, აგრეთვე მიმდინარე კვლევებში გამოყენებული ახალი მეთოდების დანერგვასა და მიღებული შედეგების უწყვეტ გამოქვეყნებას სამეცნიერო ჟურნალებში.

რაოდენობრივ კვლევასთან დაკავშირებული ეთიკური საკითხები

ნებისმიერი სოციალური კვლევა ეთიკურ საკითხებთანაა დაკავშირებული. ეს უკანასკნელნი შეადგენენ ნორმათა მთელ რიგს, რომელთაც სოციალურმა მკვლევარმა აუცილებლად უნდა მისდიოს. ხშირად ეს ეთიკური ნორმები კონფლიქტში მოდის სამეცნიერო პროცედურებთან და მკვლევარს გაცნობიერებული უნდა ჰქონდეს შესაძლო კონფლიქტები, რათა მაქსიმალურად ეთიკური კვლევა ჩაატაროს.

წარმოგიდგინთ ყველაზე გავრცელებულ ეთიკურ პრობლემებს, რომლებიც რაოდენობრივ კვლევას ახლავს, აგრეთვე მათი გადაჭრის შესაძლო გზებს.

ნებაყოფლობითი მონაწილეობა/ინფორმირებული თანხმობა. ვინაიდან სოციალური კვლევა ადამიანთა პირად ცხოვრებაში შეჭრას გულისხმობს და მათგან გარკვეული დროისა და ენერჯის დათმობას ითხოვს, რესპონდენტების მხრიდან კვლევაში მონაწილეობა ნებაყოფლობითი უნდა იყოს. თუმცა ეს ნორმა ცხადად გვეჩვენება, პრაქტიკაში მისი განხორციელება საკმაოდ რთულია. კვლევაში ნებაყოფლობითი მონაწილეობის იდეა ხშირად წინააღმდეგობაში მოდის კვლევის მოთხოვნებთან. რაოდენობრივი შერჩევა შერჩევის განსაზღვრული წესების დაცვას გულისხმობს და ყველა მკვლევრის მიზანია მაქსიმალურად რეპრეზენტატიული შერჩევითი ერთობლიობის წარმოდგენა. ამდენად, მართალია, მკვლევარს არა აქვს უფლება რესპონდენტებს კვლევაში მონაწილეობა მოსთხოვს, ჩვეულებრივ, ის ყველაფერს აკეთებს, რათა ეს მონაწილეობა უზრუნველყოს.

რესპონდენტების დაცვა ზიანის მიყენებისგან. ხშირად მკვლევარი ითხოვს რესპონდენტებისგან მათი პირადი ცხოვრების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებას, იქნება ეს ოჯახურ ცხოვრებასთან, სამსახურებრივ თუ პოლიტიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული დეტალები და სხვ., რაც შესაძლოა რესპონდენტის ახლო ნათესავებმა და მეგობრებმაც კი არ იცოდნენ და მან ეს ინფორმაცია უცხო ადამიანს უნდა გაანდოს. ასეთ დროს, შესაძლოა რესპონდენტმა საკმაოდ არაკომფორტულად იგრძნოს თავი, რადგან ჩათვალოს, რომ გარკვეული ინფორმაციის გამოაშკარავება მას არასასურველი კუთხით წარმოაჩენს, ანდა უბრალოდ შეეშინდეს, რომ ეს ინფორმაცია შესაძლოა სხვა მიზნით იყოს გამოყენებული (განსაკუთრებით, როცა საქმე ეხება პოლიტიკურ საქმიანობას, დევიანტურ ქცევას და ა.შ.). გარდა ამისა, რესპონდენტმა შესაძლოა განიცადოს ემოციური ტრავმა ინტერვიუს მსვლელობისას, მოახდენს რა რეფლექსირებას წარსულში მომხდარ მოვლენებზე ან მის მიერ ჩადენილ ქცევებზე, რომლებიც საკმაოდ მტკივნეულ მოგონებებს იწვევს. თუმცა არ არსებობს ამგვარი შესაძლებლობებისგან თავდაცვის გარანტირებული მექანიზმი, უნდა აღინიშნოს, რომ შეკითხვის დასმის ფორმას ამ შემთხვევაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება.

ნებაყოფლობითი მონაწილეობის მსგავსად, რესპონდენტებისთვის ზიანის აცილების ნორმა თეორიულად მარტივად მისაღები, თუმცა პრაქტიკულად რთული განსახორციელებელია. მკვლევრის თანაგანცდა და გამოცდილება საუკეთესო იარაღებია ამ ეთიკური პრობლემის გადასაღებად.

ანონიმურობა და კონფიდენციალობა. რესპონდენტების ინტერესების და უსაფრთხოების დაცვა მათი იდენტურობის დაცვას გულისხმობს, რისი უზრუნველყოფაც ანონიმურობისა და კონფიდენციალობის საფუძველზე ხდება.

რესპონდენტი ჩაითვლება ანონიმურად, როცა თავად მკვლევარს არ შესწევს უნარი ცალკეული პასუხი გარკვეულ რესპონდენტთან დაკავშიროს. ამ აზრით, ინტერვიუ ვერასოდეს ჩაითვლება ანონიმურად, რადგან ინტერვიუერი თავად

მოიპოვებს საჭირო ინფორმაციას ამა თუ იმ რესპონდენტისგან. კონფიდენციალობა გულისხმობს, რომ, თუმცა მკვლევარს შეუძლია რესპონდენტების იდენტიფიცირება, ის არ ამხელს მათ ვინაობას. ამ მიზნით, ნებისმიერი სახელი თუ მისამართი კითხვარში საიდენტიფიკაციო ნომრით უნდა იყოს ჩანაცვლებული. რესპონდენტი კი წინასწარ უნდა იყოს გაფრთხილებული, რომ კვლევა კონფიდენციალურია და მისი ვინაობა არ იქნება გამხელილი.

კვლევის მიზნის გამხელა. ხშირად მკვლევარი დგას დილემის წინაშე, რომ კვლევის რეალური მიზნის გამხელა გავლენას მოახდენს რესპონდენტთა პასუხებზე ან შესაძლოა კვლევაში მონაწილეობაზეც კი. მაგრამ რესპონდენტებისთვის კვლევის მიზნების დამალვა ან მცდარი სახით წარმოდგენა, სერიოზულ ეთიკურ პრობლემებს იწვევს. როცა კვლევის რეალური მიზნის გამხელა კვლევის პროცესსა თუ შედეგებზე ახდენს გავლენას, ამერიკელი მკვლევარი ერლ ბები გვთავაზობს მისდით შემდეგ წესებს: 1. მკვლევარმა არ უნდა გაამხილოს კვლევის მიზნის ის ასპექტები, რომლებიც სავარაუდოდ პასუხთა სანდოობაზე ახდენს გავლენას; 2. მკვლევარმა დაუფარავად უნდა გაამხილოს კვლევის მიზნები, როცა ნაკლებ სავარაუდოა მათი გავლენა რესპონდენტთა პასუხებზე; 3. მკვლევარმა მისი კვლევის ზოგადი მიზანი უნდა წარმოადგინოს და არ ჩაუღრმავდეს სპეციფიკურ დეტალებს; და 4. მკვლევარმა არასოდეს არ უნდა წარმოადგინოს კვლევის მიზანი მცდარი სახით (1998, გვ. 344).

კვლევის ანგარიში. მკვლევარი იღებს ეთიკურ ვალდებულებას არა მარტო რესპონდენტების წინაშე, არამედ სამეცნიერო საზოგადოების წინაშეც, რომელიც მისი კვლევის შედეგებითაა დაინტერესებული. ნებისმიერი ხარვეზი შერჩევაში თუ კვლევის დიზაინში, აგრეთვე კვლევის შეზღუდვები გულწრფელად უნდა იყოს წარმოდგენილი მკვლევრის მიერ. მკვლევარმა არ უნდა დაფაროს ფაქტი, რომ კვლევის შედეგებმა მისი საწყისი ჰიპოთეზები უკუაგდო, რაც, თავისთავად, აგრეთვე მნიშვნელოვანი შედეგია; ანდა, თუ კვლევა მოულოდნელი შედეგებით დასრულდა, მკვლევარმა არ უნდა სცადოს მათი გასაღება, როგორც წინასწარ მოფიქრებული ჰიპოთეზებისა. გულწრფელობით მკვლევარი როგორც მკითხველის ნდობასა და კეთილგანწყობას დაიმსახურებს, ისე მომავალ მკვლევრებს დაეხმარება მსგავსი კვლევების წარმატებით განხორციელებაში.

ლიტერატურა:

- Babbie, E. (1998). *Survey Research Methods* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth.
- De Vaus, D. A. (1990). *Survey in Social Research* (2nd ed.). London: Unwin Hyman.
- Diener, E. & Crandall, R. (1978). *Ethics in Social and Behavioral Research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Glock, C. Y. (ed.). (1967). *Survey Research in the Social Sciences*. NY: Russel Sage Foundation.
- Newman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). Boston: A&B.
- Sioberg, G. (1967). *Ethics, Politics and Social Research*. Cambridge, MA: Schenkman.

მასობრივი გამოკითხვა

როგორც აღინიშნა, მასობრივი გამოკითხვა რაოდენობრივი კვლევის ყველაზე გავრცელებული მეთოდია. ფართო გაგებით, ის მოიცავს ნებისმიერ პროცედურას, რომელიც რესპონდენტებისთვის შეკითხვების დასმას გულისხმობს. მასობრივი გამოკითხვა მთელი რიგი საფეხურებისგან შედგება, დაწყებული პრობლემის დასმით და დამთავრებული მონაცემების ანალიზით. ამერიკელი მკვლევარი ლორენს ნიუმანი მასობრივ გამოკითხვაში 6 ძირითად ეტაპს გამოყოფს: I ეტაპზე მკვლევარი შეიმუშავებს საკვლევ ჰიპოთეზებს და ირჩევს საკვლევ ინსტრუმენტს, რომლის საფუძველზეც მონაცემების მოპოვებას გეგმავს - ეს შეიძლება იყოს ანკეტირება ან სტრუქტურირებული ინტერვიუ, რომლისთვისაც კითხვარს ადგენს; II ეტაპზე მკვლევარი პილოტურ კვლევას ატარებს, რათა საკვლევ ინსტრუმენტის აპრობირება მოახდინოს; III ეტაპზე მკვლევარი შერჩევას ახორციელებს; IV ეტაპზე მკვლევარი უშუალოდ მონაცემების მოპოვებითაა დაკავებული ანუ ის რესპონდენტების გამოკითხვას ახდენს; V ეტაპზე მკვლევარი მონაცემების კომპიუტერიზაციასა და სტატისტიკურ ანალიზს ახორციელებს; საბოლოო VI ეტაპზე მკვლევარი კვლევის ანგარიშს წერს, რომელშიც გამოკვლევის თითოეულ ეტაპს აღწერს და მიღებული მონაცემების ინტერპრეტაციას ახდენს. როგორც წესი, გამოკვლევის დასრულების შემდეგ, მკვლევარნი პრეზენტაციებსაც აწყობენ, რათა კოლეგებისგან შეფასება და უკუკავშირი მიიღონ (2003, გვ. 267-268).

მასობრივი გამოკითხვის ტიპები

მასობრივი გამოკითხვის ორი ძირითადი ტიპი არსებობს: *ანკეტირება* და *ინტერვიუ*. თავის მხრივ, ანკეტირება უმთავრესად ორი სახისაა: ერთ შემთხვევაში რესპონდენტი დამოუკიდებლად ავსებს კითხვარს, რომელსაც უშუალოდ მკვლევარი ამლევს (ანკეტირების ამ სახეს პირობითად *თვითადმინისტრირებულს* ვუწოდებთ); მეორე შემთხვევაში კი რესპონდენტი ფოსტით ლეზულობს კითხვარს, დამოუკიდებლად ავსებს და ფოსტითვე უგზავნის უკან ორგანიზაციას, რომლისგანაც ის მიიღო (ანკეტირების ამ სახეს *საფოსტოს* ვუწოდებთ). 1990-იანი წლების ბოლოდან აშშ-სა და დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში პოპულარული გახდა ინტერნეტით კვლევების ჩატარებაც, რაც ან მეილზე მოსული კითხვარების გზით ხორციელდება ან ვებგვერდზე განთავსებული კითხვარების გზით, მაგრამ ვინაიდან ჩვენ ნაკლებად გვაქვს ამ მეთოდის გამოყენების ფუფუნება, მოცემულ ნაშრომში მას არ შევეხებით.

ინტერვიუ ორი სახისაა: ერთ შემთხვევაში ინტერვიუერი უშუალოდ უსვამს შეკითხვებს რესპონდენტს (ინტერვიუს ამ სახეს *პირისპირ ინტერვიუს* ვუწოდებთ); მეორე შემთხვევაში კი ინტერვიუერი ურეკავს რესპონდენტს და ტელეფონით უსვამს შეკითხვებს (ინტერვიუს ამ სახეს *სატელეფონოს* ვუწოდებთ).

გამოკითხვის ტიპის შერჩევა ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებაა სოციალური კვლევის კონტექსტში. ამიტომ, სანამ თითოეულ მეთოდს უფრო დეტალურად განვიხილავთ და მათ ძლიერ და სუსტ მხარეებზე ვისაუბრებთ, აუცილებელია იმ პრობლემების განხილვა, რომლებიც ყოველთვის დგას მკვლევრის წინაშე, როცა ის მასობრივ გამოკითხვას ატარებს და რომლებიც უბიძგებს მას აირჩიოს ესა თუ ის მეთოდი.

მასობრივი გამოკითხვის მეთოდის არჩევა

მასობრივი გამოკითხვის მეთოდის არჩევისას აუცილებელია მთელი რიგი პრობლემების გათვალისწინება, რომელთაგან ყველაზე არსებითზე გავამახვილებთ ყურადღებას, ესენია: პოპულაციასთან დაკავშირებული პრობლემები, შერჩევასთან დაკავშირებული პრობლემები, შეკითხვებთან დაკავშირებული პრობლემები, პიროვნულ ფაქტორებთან დაკავშირებული პრობლემები და ადმინისტრაციული პრობლემები.

პოპულაციასთან დაკავშირებული პრობლემები

- ვიცით თუ არა ჩვენი სამიზნე ჯგუფის ზუსტი ზომა? ზოგ შემთხვევაში ჩვენი სამიზნე ჯგუფის წევრების სრული სია შეგვიძლია შევადგინოთ, მაგრამ ზოგჯერ ეს შეუძლებელია. მაგალითად, თუ უნივერსიტეტის სტუდენტების გამოკითხვა გვსურს, შეგვიძლია ადმინისტრაციას ვთხოვოთ მათი სრული სია ფაკულტეტების და კურსების მიხედვით, მაგრამ შეუძლებელია ქუჩის მაწანწალების სრული სიის მოპოვება; ალბათ, მოგვიწევს ქუჩა-ქუჩა ვიაროთ და პირადად ვეძებოთ ისინი. რა თქმა უნდა, ამ შემთხვევაში შეუძლებელია სატელეფონო ან საფოსტო გამოკითხვის ჩატარება.
- სამიზნე ჯგუფის წევრები წერა-კითხვის მცოდნენი არიან? ამ საკითხს არსებითი მნიშვნელობა აქვს, რადგან მასზეა დამოკიდებული ჩვენი არჩევანი, ანკეტირება გამოვიყენოთ თუ ინტერვიუ. წინა მაგალითს რომ დავუბრუნდეთ, შესაძლოა ქუჩის მაწანწალების დიდმა ნაწილმა არ იცოდეს წერა-კითხვა, შესაბამისად, ერთადერთი არჩევანი პირისპირ ინტერვიუ იქნება. არის შემთხვევები, როცა მცირეწლოვან ბავშვებთან ვატარებთ გამოკითხვას; ცხადია, რომ ვერც ისინი შეავსებენ დამოუკიდებლად კითხვარებს.
- არსებობს ენობრივი პრობლემები? შესაძლოა იმიგრანტებთან ან ეროვნულ უმცირესობათა წარმომადგენლებთან ვატარებდეთ გამოკითხვას და არაერთ ენაზე მოგვიწიოს ანკეტის თარგმნა და დაბეჭდვა, მაგრამ ვერ მოვძებნოთ ინტერვიუერები, რომლებიც ჩვენთვის საჭირო ყველა ენაზე საუბრობენ. ამ შემთხვევაში შეუძლებელი იქნება ინტერვიუს ჩატარება და ანკეტირებით უნდა შემოვიფარგლოთ. ენობრივ პრობლემასთან კიდევ ერთი სირთულეა დაკავშირებული: ძალიან ფრთხილად უნდა ვიყოთ, რომ კითხვარის ერთი ენიდან მეორეზე თარგმნისას არ დაიკარგოს, კულტურის თვალსაზრისით, სპეციფიკური დეტალები.
- თანახმა იქნება სამიზნე ჯგუფი ითანამშრომლოს ჩვენთან? ეს საკითხი საკმაოდ მწვავედ დგას, როცა რაიმე არალეგალურ საქმიანობაში ჩართული ადამიანების გამოკითხვა გვსურს, იქნება ეს ნარკომანები, კრიმინალები თუ სხვ. ცხადია, რომ ისინი უნდობლობით მოეკიდებიან სატელეფონო ინტერვიუს ან ფოსტით მიღებულ კითხვარს, რადგან მკვლევარს საუკეთესო განზრახვებიც რომ ჰქონდეს, მათთვის სარისკოა, რომ ინფორმაცია ოფიციალური პირების ხელში მოხვდეს. ამიტომ მკვლევარმა უნდა მოახერხოს მათ არაფორმალურ გარემოში შეღწევა, მათი ნდობის მოპოვება და ნაკლებ ფორმალური პირისპირ ინტერვიუს ჩატარება.
- როგორია ჩვენი სამიზნე ჯგუფის გეოგრაფიული განაწილება? არის შემთხვევები, როცა სამიზნე ჯგუფის წევრები საკმაოდ შორ და მიუწვდომელ ადგილებში ცხოვრობენ, სადაც ძალიან გაგვიჭირდება ტელეფონითა და

ფოსტით დაკავშირება, ვთქვათ, მაღალმთიანი რაიონის სოფელი. მიუხედავად დიდი ხარჯებისა, ინტერვიუერს პირადად მოუწევს ამ სოფელში ჩასვლა და რესპონდენტების გამოკითხვა.

შერჩევასთან დაკავშირებული პრობლემები

- რა ინფორმაციას ვფლობთ გამოკითხვისთვის შერჩეული ადამიანების შესახებ? ვიცით მათი მისამართები და ტელეფონის ნომრები? რამდენად ახალია ჩვენს ხელთ არსებული ინფორმაცია?
- შესაძლებელია ჩვენს რესპონდენტებთან დაკავშირება? მაშინაც კი, როცა გამოკითხვისთვის შერჩეული ადამიანების მისამართები და ტელეფონის ნომრები ვიცით, ზოგჯერ შეუძლებელია მათთან დაკავშირება, რადგან ზოგი ძალიან დაკავებულია, ზოგი სულ მოგზაურობს და ა.შ.
- ვინ იქნება ჩვენი რესპონდენტი? ვთქვათ, გამზადებული გვაქვს გამოკითხვის ჩასატარებლად შერჩეული შინამეურნეობების სია. ახლა გვჭირდება ამ შინამეურნეობებიდან რესპონდენტების შერჩევა. ვის გამოკითხვას ვაპირებთ – ოჯახის უფროსის, დიასახლისის, ნებისმიერის, ვინც კარს გაგვიღებს? იქნებ ის, ვინც კარს აღებს, არ არის თანახმა ინტერვიუს მიცემაზე, მისი ოჯახის რომელიმე წევრი კი თანახმაა? როგორ მოვიქცეთ, თუ ერთ შინამეურნეობაში რამდენიმე ოჯახი ცხოვრობს? მსგავსი შეკითხვები ყოველთვის დგას მკვლევრის წინაშე მასობრივი გამოკითხვის ჩატარებისას.
- როგორ გადავჭრათ ნაკლები მონაცემების პრობლემა? მაშინაც კი, თუ პოპულაციასთან და შერჩევასთან დაკავშირებულ სხვა დანარჩენ პრობლემას გადავჭრით, აუცილებლად მოგვიწევს ნაკლები მონაცემების პრობლემასთან შეხება, რადგან ზოგი უარს იტყვის გამოკითხვაში მონაწილეობაზე, ზოგი არასრულყოფილად შეავსებს კითხვარს, ზოგსაც დაავიწყდება საფოსტო კითხვარის უკან გაგზავნა და ა.შ. ნაკლები მონაცემების ალბათობა ყველაზე მაღალია საფოსტო გამოკითხვის, ყველაზე დაბალი კი – პირისპირ ინტერვიუს დროს.

შეკითხვებთან დაკავშირებული პრობლემები

ზოგჯერ მკვლევრის გადაწყვეტილებას მასობრივი გამოკითხვის გარკვეული მეთოდის არჩევის შესახებ განაპირობებს ის, თუ რა შეკითხვების დასმას აპირებს რესპონდენტებისთვის.

- რა ტიპის შეკითხვების დასმაა მიზანშეწონილი? ზოგადი ინფორმაციის მოპოვება სურს მკვლევარს თუ დეტალურის? პირველ შემთხვევაში უფრო მეტად დახურული შეკითხვების გამოყენებაა მიზანშეწონილი, მეორე შემთხვევაში კი – უფრო მეტად ღია შეკითხვებისა. ცხადია, რომ ღია შეკითხვაზე პასუხის გაცემა მეტ დროსა და დაფიქრებას მოითხოვს, ამიტომ, თუ რესპონდენტს საშუალება ექნება, შეეცდება ღია შეკითხვაზე პასუხის გაცემას თავი აარიდოს, რაც ხშირად ხდება ანკეტირების დროს. რაც შეეხება სატელეფონო ინტერვიუს, გარდა იმისა, რომ რესპონდენტს დიდხანს ვერ დავაკავებთ ტელეფონთან, ამ დროს ძალიან ძნელია ღია შეკითხვებზე პასუხების ჩაწერა. ამგვარ შეკითხვებზე პასუხების მოსაპოვებლად საუკეთესო მეთოდია პირისპირ ინტერვიუ.
- საჭიროა თუ არა მფილტრავი შეკითხვების გამოყენება? მფილტრავი შეკითხვა საშუალებას გვაძლევს დავადგინოთ, გამომდინარე რესპონდენტის

მდგომარეობიდან ან ცოდნიდან, რამდენად შესწევს მას უნარი უპასუხოს გარკვეულ შეკითხვას. ვთქვათ, თუ რესპონდენტი არ არის დაქორწინებული, მან არ უნდა უპასუხოს შეკითხვას, თუ როგორი ურთიერთობა აქვს მეუღლესთან, ანდა, თუ რესპონდენტი არ იცნობს გარკვეულ კომპიუტერულ პროგრამას, მან არ უნდა უპასუხოს შეკითხვას, რომელიც სთხოვს შეაფასოს ამ პროგრამის ძლიერი და სუსტი მხარეები. რაც უფრო მეტი მფილტრავი შეკითხვის გამოყენება გვიწევს, მით უფრო ნაკლებად უნდა გამოვიყენოთ ანკეტირების მეთოდი, რადგან კითხვარის დამოუკიდებლად შევსებისას, მფილტრავი შეკითხვების დიდმა რაოდენობამ შესაძლოა დააბნოს რესპონდენტები.

- დასმულ იქნება თუ არა გრძელი შეკითხვები? თუ საკითხი რთულია, შესაძლოა რესპონდენტებისთვის გარკვეული საფუძველმდებარე ინფორმაციის მიწოდება გახდეს აუცილებელი, რაც წარმოუდგენელია სატელეფონო ინტერვიუს დროს.
- ექნება თუ არა პასუხებს შესაძლო ვარიანტების გრძელი ჩამონათვალი? კითხვარის შევსებისას, რესპონდენტს შესაძლებლობა აქვს რამდენჯერმე დაუბრუნდეს პასუხის ვარიანტების ჩამონათვალს, თუ ის საკმაოდ გრძელია და ზოგიერთი ვარიანტი აღარ ახსოვს; პირისპირ ინტერვიუს დროს კი, ინტერვიუერს შეუძლია მიაწოდოს რესპონდენტს წინასწარ გამზადებული ბარათები, რომლებზეც პასუხის შესაძლო ვარიანტების ჩამონათვალია მოთავსებული. ვინაიდან ამის გაკეთება შეუძლებელია სატელეფონო ინტერვიუს დროს, პასუხის შესაძლო ვარიანტების ჩამონათვალი მინიმალური უნდა იყოს (არა უმეტეს 3-4).

პიროვნულ ფაქტორებთან დაკავშირებული პრობლემები

- შესაძლებელია „სოციალური სასურველობის“ ეფექტის თავიდან არიდება? ადამიანები ყოველთვის ცდილობენ კარგი შთაბეჭდილება მოახდინონ სხვაზე. არავის სურს გამოავლინოს, რომ არ იცის გარკვეულ შეკითხვაზე პასუხი, ან ჩაუდენია საქციელი, რომელიც გაკიცხვას იმსახურებს, რაც იწვევს რესპონდენტის მხრიდან გარკვეული ინფორმაციის დამახინჯებას. ეს ყველაზე ხშირად პირისპირ ინტერვიუს დროს ხდება, როცა რესპონდენტს უშუალო კონტაქტი აქვს ინტერვიუერთან.
- როგორია „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტი? ინტერვიუერსაც შეუძლია დაამახინჯოს ინტერვიუ. მას შეუძლია გარკვეული პასუხის გაცემისკენ უბიძგოს რესპონდენტს, ყურადღებით არ მოუსმინოს რესპონდენტს, რადგან, წინა პასუხებიდან გამომდინარე, მოელოდეს მისი აზრების გარკვეული მიმართულებით განვითარებას, არ დაუსვას შეკითხვები, რომლებიც უხერხულად მიაჩნია და ა.შ. გარდა ამისა, გამოკვლევებმა აჩვენა, რომ ინტერვიუერის დემოგრაფიული მახასიათებლები, როგორცაა სქესი, ასაკი, რასა, სოციალური კლასი და რელიგია, გავლენას ახდენს რესპონდენტის პასუხებზე. თურმე თეთრკანიანი ინტერვიუერები უფრო მეტად ღებულობენ „სოციალურად სასურველ“ პასუხებს შავკანიანი რესპონდენტებისგან, ვიდრე თეთრკანიანი რესპონდენტებისგან და, პირიქით, რაც ინტერვიუერთან ურთიერთობის უფრო მოსახერხებელი გზების ძიების შედეგს უნდა წარმოადგენდეს. ამიტომ მკვლევარნი ცდილობენ მაქსიმალურად დაუახლოვონ ერთმანეთს ინტერვიუერებისა და რესპონდენტების დემოგრაფიული მახასიათებლები.

- შესაძლებელია თუ არა ცრუ რესპონდენტების თავიდან აცილება? საფოსტო გამოკითხვისას შეუძლებელია იმის დადგენა, თუ რეალურად ვინ შეავსო კითხვარი – ნამდვილად ოჯახის უფროსმა თუ მისმა ცნობისმოყვარე მეუღლემ? იგივე პრობლემა დგას სატელეფონო გამოკითხვისას, რადგან შესაძლოა რესპონდენტმა სულ სხვა პიროვნებად გაასაღოს თავი. ცხადია, რომ ეს პრობლემა არ დგას პირისპირ ინტერვიუს დროს.

ადმინისტრაციული პრობლემები

- ხარჯები. ხშირად სწორედ გამოკვლევასთან დაკავშირებული ხარჯები გვიბიძგებს მასობრივი გამოკითხვის ესა თუ ის მეთოდი ავირჩიოთ. შესაძლოა პირისპირ ინტერვიუს ანიჭებდეთ უპირატესობას, მაგრამ არ გქონდეთ საშუალება გაისტუმროთ ინტერვიუერთა ტრენინგსა და მგზავრობასთან დაკავშირებული ხარჯები, აგრეთვე მათი ანაზღაურება. შესაძლოა უფრო მოსახერხებლად მიგაჩნდეთ რესპონდენტებისთვის კითხვარების არა სათითაოდ დარიგება, არამედ ფოსტით დაგზავნა, მაგრამ საფოსტო ხარჯების გასტუმრების საშუალება არ გქონდეთ.
- დრო. მასობრივი გამოკითხვის ზოგიერთი მეთოდი მეტ დროს მოითხოვს, ვიდრე სხვები. ინტერვიუს მეთოდით გამოკითხვის ჩატარებას მეტი დრო სჭირდება, ვიდრე ანკეტირების მეთოდით. ყველაზე სწრაფია სატელეფონო ინტერვიუ, ყველაზე ნელი კი – საფოსტო გამოკითხვა, რადგან რესპონდენტამდე კითხვარის მიღწევას და მის უკან დაბრუნებას უამრავი დრო მიაქვს. თუ რესპონდენტების ნაწილი არ აბრუნებს კითხვარებს, მკვლევარი კიდევ ერთხელ უგზავნის მათ კითხვარებს და განმეორებით სთხოვს თანამშრომლობას. მიუხედავად ამ ყველაფრისა, საფოსტო კითხვარების უკან დაბრუნების მაჩვენებელი საშუალოდ 50%-ია.
- აღჭურვილობა. გაქვთ შესაბამისი აღჭურვილობა კვლევის ჩასატარებლად? თუ კითხვარში ბევრი ღია შეკითხვაა და დეტალური ინფორმაციის მოპოვება გვსურს, სასურველია ინტერვიუს დიქტოფონზე ჩაწერა. სატელეფონო ინტერვიუს, გარდა გამართული სატელეფონო ხაზისა, შესაბამისი აღჭურვილობაც სჭირდება. დღეს სატელეფონო ინტერვიუ ხშირად კომპიუტერული სისტემის დახმარებით ტარდება და ინტერვიუს კვალდაკვალ მიღებული პასუხების კომპიუტერიზაცია და დამუშავება მიმდინარეობს.
- პერსონალი. მასობრივი გამოკითხვის სხვადასხვა მეთოდს სხვადასხვა რაოდენობის პერსონალი სჭირდება. თუ ანკეტირებას ერთი ან რამდენიმე მკვლევარიც მოერევა, ინტერვიუს ჩატარებას კარგად გაწვრთნილი და გამოცდილი ინტერვიუერები სჭირდება.

მასობრივი გამოკითხვის მეთოდების ძლიერი და სუსტი მხარეები

თვითადმინისტრირებული კითხვარი

ძლიერი მხარეები:

- მცირე ხარჯები, რადგან არ არის საჭირო ინტერვიუერების დაქირავება;
- „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტის არარსებობა;
- ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენების შესაძლებლობა;

სუსტი მხარეები:

- მკვლევარი ვერ აკონტროლებს, თუ რა ინტერპრეტაციას აძლევენ რესპონდენტები ცალკეულ შეკითხვას;
- რესპონდენტს შეუძლია არ დაიცვას შეკითხვების თანმიმდევრობა და, პირველ რიგში, მისთვის საინტერესო ან მარტივ შეკითხვებს უპასუხოს; ამასთან, მას შეუძლია წინასწარ გაეცნოს მთლიან კითხვარს;
- შეუძლებელია ისეთი რესპონდენტის გამოკითხვა, როგორცაა წერა-კითხვის უცოდინარი, უსინათლო, ძალიან ასაკოვანი და სხვ.

საფოსტო კითხვარი

ძლიერი მხარეები:

- ანონიმურობა;
- „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტის არარსებობა;
- მკვლევარს არ უხდება თითოეულ რესპონდენტთან უშუალოდ დაკავშირება;

სუსტი მხარეები:

- ნაკლები მონაცემების მაღალი მაჩვენებელი;
- გამოკითხვა დროში გაჭიმულია, რადგან ზოგი სწრაფად აბრუნებს კითხვარებს, ზოგი კი – კარგა ხნის შემდეგ;
- მკვლევარი ვერ აკონტროლებს კითხვარის შევსების გარემოებებს, ამიტომ შესაძლოა არა რესპონდენტმა, არამედ სულ სხვა ადამიანმა შეავსოს კითხვარი;
- მკვლევარს არ შეუძლია დააკვირდეს რესპონდენტის რეაქციას შეკითხვებზე ან მის ქცევას კითხვარის შევსების დროს;
- შეუძლებელია არასრულყოფილი ან ბუნდოვანი პასუხის დაზუსტება;
- შეუძლებელია გამოტოვებული პასუხის შევსება;
- შეზღუდულია ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენება.

პირისპირ ინტერვიუ

ძლიერი მხარეები:

- პასუხის გაცემის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი;
- პასუხის ბარათების გამოყენების შესაძლებლობა;
- მკვლევარს შეუძლია დააკვირდეს რესპონდენტის რეაქციას შეკითხვებზე და მის ქცევას ინტერვიუს დროს;
- მკვლევარს შეუძლია კითხვარის შევსების გარემოებების გაკონტროლება;
- ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენების შესაძლებლობა;
- არასრულყოფილი ან ბუნდოვანი პასუხების დაზუსტების შესაძლებლობა;

- ისეთი რესპონდენტების გამოკითხვის შესაძლებლობა, რომლებსაც ვერ გამოვკითხავთ სხვა მეთოდების გამოყენებით, მაგალითად, წერა-კითხვის უცოდინარი, უსინათლო, ძალიან ასაკოვანი და სხვ.;

სუსტი მხარეები:

- მაღალი ხარჯები (ინტერვიუერთა ტრენინგი, მოგზაურობა, სუპერვიზია და ანაზღაურება);
- „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტი;
- სხვა მეთოდებთან შედარებით მეტი „სოციალური სასურველობის“ ეფექტი.

სატელეფონო ინტერვიუ

ძლიერი მხარეები:

- თვითადმინისტრირებული კითხვარისთვის დამახასიათებელი უპიროვნო კომპონენტებისა და პირისპირ ინტერვიუსთვის დამახასიათებელი პიროვნული კომპონენტების კომბინირება;
- სისწრაფე (შესაძლებელია 2000-კაციანი შერჩევითი ერთობლიობის რამდენიმე დღეში გამოკითხვა);
- პირისპირ ინტერვიუსთან შედარებით, ორჯერ იაფია;
- ადვილია ტერიტორიულად გაფანტული მოსახლეობის გამოკითხვა;
- პასუხის გაცემის მაღალი მაჩვენებელი;
- ინტერვიუერი აკონტროლებს შეკითხვების თანმიმდევრობას და შეუძლია დააზუსტოს ინფორმაცია;

სუსტი მხარეები:

- ისინი, ვისაც ტელეფონი არა აქვს, ვერ მიიღებენ კვლევაში მონაწილეობას;
- ინტერვიუს ხანგრძლივობა შეზღუდულია;
- მკვლევარს არ შეუძლია დააკვირდეს რესპონდენტის რეაქციას შეკითხვებზე;
- შეზღუდულია ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენება;
- შეუძლებელია პასუხის ბარათების გამოყენება.

ინტერვიუსთან დაკავშირებული საკითხები

ინტერვიუ არის სოციალური ინტერაქცია ინტერვიუერსა და რესპონდენტს შორის, რომლის მიზანია ინტერვიუერის მხრიდან საჭირო ინფორმაციის მოპოვება. ამ ინფორმაციის მოპოვება სტრუქტურირებული დიალოგის საფუძველზე ხორციელდება, რომლის დროსაც ინტერვიუერი წინასწარმომზადებულ შეკითხვებს უსვამს რესპონდენტს და იწერს მის პასუხებს.

ინტერვიუერს მნიშვნელოვანი ფუნქციები აკისრია: მან უნდა მოახერხოს პოტენციური რესპონდენტის ინტერვიუზე დათანხმება და მისი ნდობის მოპოვება, უნდა მოახერხოს რესპონდენტის მოტივირება, რომ მან ბოლომდე ენთუზიაზმით ითანამშრომლოს ინტერვიუერთან, შეამციროს რესპონდენტის ეჭვი და დისკომფორტი, რომ ამ უკანასკნელმა უხერხულად არ იგრძნოს თავი და არ სცადოს გარკვეული ინფორმაციის დამალვა ან შენიღბვა, განუმარტოს მისთვის ბუნდოვანი შეკითხვები და დააზუსტოს პასუხები, თავად ნეიტრალობა შეინარჩუნოს და არ მოახდინოს გავლენა რესპონდენტის პასუხებზე და, რა თქმა უნდა, სასურველი მიმართულებით წარმართოს სოციალური ინტერაქცია.

იმისათვის, რომ ინტერვიუერებმა სწორად ჩაატარონ ინტერვიუ, აუცილებელია მათ ტრენინგი გაიარონ. ტრენინგისას, ინტერვიუერებს აუცილებლად უნდა აღუწეროთ მთლიანი კვლევა და გავაცნოთ მისი მიზნები, ავუხსნათ შერჩევის ლოგიკა და რესპონდენტთა შერჩევის კრიტერიუმები, ვესაუბროთ გამოკვლევაში მათ როლსა და „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტის შემცირების გზებზე, გავაცნოთ კითხვარის თითოეული კითხვა და გავიაროთ კითხვარი თავიდან ბოლომდე, ჩავატაროთ გენერალური რეპეტიცია (ინტერვიუერები მორიგეობით გამოჰკითხავენ ერთმანეთს, ითამაშებენ რა ინტერვიუერისა და რესპონდენტის როლებს) და ბოლოს, ავუხსნათ, თუ როგორ იქნება შემოწმებული და შეფასებული მათი მუშაობის შედეგი.

ინტერვიუ მთელი რიგი საფეხურებისგან შედგება, რაც რესპონდენტისგან თანხმობის მოპოვებით იწყება. არსებობს რამდენიმე ფაქტორი, რაც თანხმობის მოპოვებას უწყობს ხელს, რომელთა შორის უმნიშვნელოვანესია ინტერვიუერის გარეგნობა. ინტერვიუერს სუფთად და აკურატულად უნდა ეცვას და თავისი გამომეტყველებით ნდობას და კეთილგანწყობას უნდა იწვევდეს რესპონდენტებში. როცა რესპონდენტი კარს გააღებს, ინტერვიუერმა მოკრძალებით კი არ უნდა სთხოვოს, შესაძლებელია თუ არა ინტერვიუს ჩატარება, არამედ პირდაპირ უნდა გააცნოს საკუთარი თავი და თამამად უნდა სთხოვოს გარკვეული დროის დათმობა საინტერესო და მნიშვნელოვანი კვლევისთვის. გამოკვლევებმა აჩვენა, რომ თამამი და გამოცდილი ინტერვიუერები გაცილებით ხშირად ითანხმებენ რესპონდენტებს ინტერვიუზე და გაცილებით ხშირად ღებულობენ პასუხს პირადი სახის შეკითხვებზეც კი. ინტერვიუერმა უნდა გააცნოს რესპონდენტს თავისი ვინაობა და ორგანიზაცია, რომელსაც წარმოადგენს, აჩვენოს თავისი საიდენტიფიკაციო ბარათი და ორგანიზაციის მხრიდან მიმართვის წერილი, რომელიც სთხოვს რესპონდენტს თანამშრომლობას და მადლობას უხდის გაწეული დახმარებისთვის. ამის შემდეგ ინტერვიუერი რამდენიმე სიტყვით უხსნის რესპონდენტს კვლევის მიზნებსა და თავისებურებებს. აქვე აუცილებლად უნდა გაესვას ხაზი კვლევის ანონიმურობას და იმას, რომ მასში რესპონდენტის მონაწილეობა ნებაყოფლობითია.

მომდევნო საფეხურია უშუალოდ ინტერვიუირების პროცესი. აქ პირველ რიგში, გასათვალისწინებელია, რომ ინტერვიუერი კარგად უნდა იცნობდეს კითხვარს და ახსოვდეს კითხვების ზოგადი თანმიმდევრობა, რომ ინტერვიუს დროს სულ კითხვარში არ ჰქონდეს თავი ჩარგული და არაპროფესიონალი და უინტერესო ადამიანის შთაბეჭდილება არ დატოვოს. სასურველია, მან დაიმახსოვროს პირველი რამდენიმე შეკითხვა და დროდადრო ჩაიხედოს ხოლმე კითხვარში, რათა თვალებით კონტაქტი დაამყაროს რესპონდენტთან, რაც მნიშვნელოვანია, რათა ამ უკანასკნელმა კომფორტულად იგრძნოს თავი. ამასთან, აუცილებელია, რომ შეკითხვები ზუსტად იმ სახით იყოს დასმული, როგორც ისინი კითხვარშია მოცემული, რადგან ინტერვიუერის მიერ შეკითხვების პერიფრაზირებამ ან ინტერპრეტაციამ, შესაძლოა დაამახინჯოს მათი მნიშვნელობა. შესაძლებელია, რესპონდენტმა დააყენოს საკითხი, რომელიც მოგვიანებითაა განხილული კითხვარში და ინტერვიუერმა ვერ გაუძლოს ცდუნებას, რომ გადაერთოს ამ საკითხზე. ამის გაკეთება არავითარ შემთხვევაში არ შეიძლება, რადგან, შესაძლოა ინტერვიუერს გამორჩეს იმ შეკითხვების დასმა, რაც მომდევნო შეკითხვების საფუძველს ქმნის. ინტერვიუს მსვლელობისას კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი დეტალია გასათვალისწინებელი: შესაძლოა ინტერვიუერი მიხვდეს რესპონდენტის აზრების მსვლელობას და მის ნაცვლად დაასრულოს წინადადება, რისი გაკეთებაც, აგრეთვე დაუშვებელია, რადგან რესპონდენტს რჩება შთაბეჭდილება,

რომ ჩვენ ან ნაკლებად გვანტერესებს მის მიერ გამოთქმული აზრები, ან ერთი სული გვაქვს, როდის დამთავრდება ინტერვიუ.

დამწყებ მკვლევრებს ხშირად აინტერესებთ, თუ რა გზითაა შესაძლებელი რესპონდენტებისგან უფრო სრულყოფილი პასუხების მიღება. სწორედ ამ მიზნით არსებობს „ზონდირების“ მეთოდი, რომელიც წარმოადგენს ნეიტრალურ გზას შეკითხვაზე შესაბამისი პასუხის მისაღებად, არასრულყოფილი ან ბუნდოვანი შეკითხვის დასაზუსტებლად. არსებობს ზონდირების სხვადასხვა საშუალება: ერთ-ერთია გააკეთოთ პაუზა და დაელოდოთ რესპონდენტს, სანამ რამეს იტყვის; მეორეა ნეიტრალური სახის არავერბალური კომუნიკაცია, როგორცაა თავის დაქნევა, მოლოდინის გამომეტყველების მიღება და ა.შ.; მომდევნოა მიღებული ინფორმაციის დაკონკრეტება თუ განმარტება, როგორცაა „კიდევ რამეს ხომ არ დაუმატებდით?“, „რას გულისხმობთ?“ და ა.შ.; კიდევ ერთი გზაა შეკითხვის ან მასზე მიღებული პასუხის განმეორება და მოცდა, სანამ რესპონდენტი მეტ ინფორმაციას მოგაწვდით ამ საკითხთან დაკავშირებით.

რაც შეეხება ღია შეკითხვებზე პასუხების მითითებას, ინტერვიუერმა რესპონდენტის სიტყვებითვე უნდა ჩაწეროს ისინი, რადგან შეჯამების ან პერიფრაზირებისას, არ დაამახინჯოს გარკვეული ინფორმაცია. მართალია, შეუძლებელია ყველა სიტყვის ჩაწერა, მაგრამ ინტერვიუერს შეუძლია საკვანძო სიტყვები და წინადადებები ჩაიწეროს, რომლებიც ყველაზე უკეთ ასახავს რესპონდენტის დამოკიდებულებას მოცემული საკითხის მიმართ.

ინტერვიუს დასრულებისთანავე, ინტერვიუერი მადლობას უხდის რესპონდენტს თანამშრომლობისთვის და იმ შემთხვევაში, თუ რესპონდენტი კვლევის შედეგებით დაინტერესდება, უხსნის, თუ როდის და როგორ იქნება შესაძლებელი გამოკვლევის შედეგების გაცნობა. როგორც კი ინტერვიუერი რესპონდენტის სახლს დატოვებს, მან მაშინვე უნდა დაუთმოს რამდენიმე წუთი ისეთი დეტალების ჩანიშვნას, როგორცაა ინტერვიუს თარიღი, დრო და ადგილი, აგრეთვე ინტერვიუს მსვლელობასთან დაკავშირებით რამდენიმე კომენტარი გააკეთოს.

რაც შეეხება ანკეტირებას და მასთან დაკავშირებულ საკითხებს, მათ კითხვარის შედგენისადმი მიძღვნილ მომდევნო თავში გაცნობით. მოცემული თავი კი კვლევის რამდენიმე დიზაინის განხილვით გვინდა დავასრულოთ.

კვლევის ძირითადი დიზაინები

კვლევის დიზაინი სხვადასხვა პრინციპით შეიძლება იყოს აგებული, რომელთა შორის საკმაოდ გავრცელებულია მისი ქრონოლოგიური პრინციპით აგება. ქრონოლოგიური თვალსაზრისით, კვლევის 2 ძირითადი დიზაინი არსებობს: პირველი სწავლობს მოვლენას დროის ერთ მონაკვეთში, მეორე კი – დროის სხვადასხვა მონაკვეთში.

პირველი დიზაინი ერთჯერადად აგროვებს მონაცემებს, თუმცა მისი მიზანი შეიძლება იყოს არა მოვლენის უბრალო აღწერა, არამედ ცვლადებს შორის ურთიერთკავშირების დადგენა და ახსნა. ამ დიზაინის მაგალითია არჩევნების წინ ამომრჩეველთა სიმპათიების კვლევა.

მეორე დიზაინი დროის სხვადასხვა მონაკვეთში აგროვებს და აანალიზებს მონაცემებს, რის საფუძველზეც შესაძლებელია ცვლილებების გამოვლენა აღწერასა თუ ახსნაში. ამ დიზაინის ნიმუშია ტენდენციის კვლევა, კოჰორტული კვლევა და პანელური კვლევა.

ტენდენციის კვლევისას, თუმცა დროის სხვადასხვა მონაკვეთში სხვადასხვა ადამიანს ვიკვლევთ, ყოველი მათგანი ერთსა და იმავე პოპულაციის (სამიზნე ჯგუფის) წარმომადგენელია. მაგალითად, პოლიტიკური კამპანიის მსვლელობისას, ამომრჩეველთა სიმპათიების რამდენჯერმე კვლევა საშუალებას იძლევა, დავადგინოთ ცვლილებები ამომრჩეველთა შეხედულებებში. მართალია, თითოეულ ჯერზე სხვადასხვა ადამიანს ვიკვლევთ, მაგრამ ყველანი ერთ სამიზნე ჯგუფს – ამომრჩეველებს შეადგენენ. ხშირად ტენდენციის კვლევა დროის ხანგრძლივ პერიოდს მოიცავს, ამიტომ მკვლევარნი თავად კი არ აგროვებენ ყველა მონაცემს, არამედ დროის სხვადასხვა მონაკვეთში სხვადასხვა მკვლევრის მიერ მოპოვებული მონაცემების მეორად ანალიზს ახდენენ.

კოჰორტული კვლევა, ტენდენციის კვლევისაგან განსხვავებით, ერთსა და იმავე კოჰორტულ (ასაკობრივ) ჯგუფს სწავლობს, თუმცა ამ ჯგუფის წევრები შეიძლება შეიცვალოს. მაგალითად, უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულთა განწყობების შესწავლისას სამუშაოს მიმართ, შესაძლოა გამოკვლეულ იქნეს ადამიანთა ერთი ჯგუფი, 5 წლის შემდეგ იმავე კვლევის გამეორებისას კი - ადამიანთა სხვა ჯგუფი იმავე კურსიდან. თუმცა თითოეულ ჯერზე სხვადასხვა ადამიანს ვიკვლევთ, ყოველი მათგანი ერთისა და იმავე წლის კურსდამთავრებულია. არსებობს კოჰორტული კვლევის კიდევ ერთი ტიპი, როცა გამოკვლევაში მონაწილეობენ, ვთქვათ, 20 წლის ადამიანები, ათი წლის შემდეგ კი – 30 წლის ადამიანები, ანუ ერთისა და იმავე ასაკობრივი ჯგუფის დინამიკის შესწავლა ხდება დროის განსაზღვრულ მონაკვეთში. მსგავსი კვლევა შესაძლებელია განხორციელდეს ადრე მოპოვებული მონაცემების მეორადი ანალიზის გზითაც.

პანელური კვლევა ერთისა და იმავე შერჩევითი ერთობლიობის (სამიზნე ჯგუფიდან კვლევაში უშუალოდ მოხვედრილი ადამიანები) შესწავლის საშუალებას იძლევა დროის სხვადასხვა მონაკვეთში. ადამიანთა ამ ჯგუფს პანელს უწოდებენ. მაგალითად, პოლიტიკური კამპანიის მსვლელობისას, მკვლევარს შეუძლია ხელახალი ინტერვიუ ჩაუტაროს მოცემული პანელის წევრებს ერთთვიანი ინტერვალის დაშორებით, რათა დაადგინოს, თუ რა ცვლილება განიცადა კონკრეტულად ამ ადამიანების შეხედულებებმა, როცა ტენდენციის კვლევისას, მკვლევარს მხოლოდ იმის დადგენა შეუძლია, რომ ამომრჩეველთა ჯგუფი გადაერთო ერთი კანდიდატიდან მეორეზე და ვერ იტყვის, კერძოდ, ვინ შეიცვალა აზრი, რაც ართულებს იმის ახსნას, თუ რამ გამოიწვია ამომრჩეველებმა აზრის შეცვლა.

გარდა გამონაკლისი შემთხვევებისა, პანელური კვლევები ტარდება, როგორც ერთიანი კვლევითი პროგრამის ნაწილი. განსხვავებით ტენდენციის და კოჰორტული კვლევებისგან, რომლებიც მეორად (სხვა მკვლევრების მიერ მოპოვებული მონაცემების საფუძველზე) ანალიზსაც იყენებს, პანელური კვლევა მხოლოდ პირველად (თავად მოცემული მკვლევრის მიერ მოპოვებულ) მონაცემებს ეფუძნება, ამიტომ საკმაოდ ძვირია და დიდ დროს მოითხოვს. გარდა ამისა, მას ორი დამატებითი სირთულეც ახლავს: 1. შესაძლოა ზოგიერთ ადამიანს არ ჰქონდეს სურვილი ან საშუალება, მონაწილეობა მიიღოს განმეორებით კვლევაში; 2. პანელური მონაცემების ანალიზი შეიძლება საკმაოდ რთული აღმოჩნდეს, რადგან ყოველი მომდევნო კვლევისას, ცვლადების რაოდენობა იზრდება, შესაბამისად, ანალიზიც რთულდება. მაგალითად: თუ პირველი კვლევისას ამომრჩეველები ორ კატეგორიად არიან დაყოფილნი – ისინი, ვინც ხმას აძლევენ ერთ კანდიდატს და ისინი, ვინც მეორე კანდიდატის მომხრენი არიან, მომდევნო კვლევისას უკვე ოთხი კატეგორია გვექნება – ისინი, ვინც ხმას აძლევდნენ პირველ კანდიდატს და დარჩნენ მისი მომხრენი; ისინი, ვინც ხმას

აძლევენ პირველ კანდიდატს, მაგრამ ამჟამად მეორე კანდიდატისკენ იხრებიან; ისინი, ვინც ხმას აძლევენ მეორე კანდიდატს და დარჩენენ მისი მომხრენი; და ბოლოს, ისინი, ვინც ხმას აძლევენ მეორე კანდიდატს, მაგრამ ამჟამად პირველი კანდიდატისკენ იხრებიან. მსგავსი სირთულეების გამო, პანელური კვლევა გაცილებით იშვიათად გამოიყენება, ვიდრე სხვა სახის კვლევები, მიუხედავად იმისა, რომ ის მოვლენების ახსნის საუკეთესო საშუალებას იძლევა.

პირველი ტიპის დიზაინი, როცა მოვლენების შესწავლა დროის ერთ მონაკვეთში ხდება, ყველაზე გავრცელებულია სოციალურ კვლევებში, თუმცა უდავოა, რომ მრავალ შეკითხვაზე პასუხის გაცემა დროში ცვლილების ანალიზს მოითხოვს. ამდენად, ასეთი ტიპის კვლევა იყენებს მთელ რიგ ტექნიკას, რათა ცვლილების პროცესი შეისწავლოს. პირველ რიგში, რესპონდენტებს ეკითხებიან როგორც მათი აწმყო, ისე წარსული მდგომარეობის შესახებ. ვთქვათ, როგორია რესპონდენტის შემოსავალი წელს და როგორი იყო ის შარშან. თუმცა, შესაძლოა რესპონდენტს არ ახსოვდეს ყველა დეტალი და ამდენად, მოწოდებული ინფორმაცია არაკუროს. დროში ცვლილების ანალიზის კიდევ ერთი გზაა კოჰორტული შედარებების გამოყენება, ვთქვათ, ახალი თაობის კულტურული ღირებულებების შედარება წინა თაობის კულტურულ ღირებულებებთან. გარდა ამისა, მკვლევარს შეუძლია ლოგიკის საფუძველზე მოუძებნოს ახსნა ცვლილების პროცესს. მაგალითად, თუ მონაცემები გვიჩვენებს, რომ ინდუსტრიულ რევოლუციამდე ქალაქების რაოდენობა შედარებით უმნიშვნელო იყო, ინდუსტრიული რევოლუციის შემდეგ კი მათი რაოდენობა საგრძობლად გაიზარდა, მოსალოდნელია, რომ მკვლევარი გამოიტანს დასკვნას, რომ ინდუსტრიალიზაცია ხელს უწყობს ურბანიზაციას.

ლიტერატურა:

- Alreck, P. L. and Settle, R. B. (1985). *The Survey Research Handbook*. Homewood: Irwin.
- Babbie, E. (1998). *Survey Research Methods* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth.
- Bernard, H. R. (2002). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Methods* (3rd ed.). Oxford: Altamira Press.
- De Vaus, D. A. (1990). *Survey in Social Research* (2nd ed.). London: Unwin Hyman.
- De Vaus, D. (2002). *Surveys in Social Research* (5th ed.). London: Routledge.
- Hoinville, G. and Jowell, R. (1977). *Survey Research Practice*. London: Heinemann Educational Books.
- Newman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). Boston: A&B.
- Oppenheim, A. N. (1992). *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. London & NY: Continuum.

კითხვარი

ტერმინი „კითხვარი“ სხვადასხვა მნიშვნელობით იხმარება. ზოგიერთი მკვლევარი მის ქვეშ მხოლოდ ანკეტებსა და საფოსტო კითხვარებს გულისხმობს, სხვებს კი მასში სტრუქტურირებული ინტერვიუც (როგორც პირისპირ, ისე სატელეფონო) შეაქვთ. ვინაიდან ყველა ეს ტექნიკა ურთიერთდაკავშირებულია და მათთვის საერთო საკითხებია აქტუალური, (მაგალითად, კითხვების ფორმულირება და თანმიმდევრობა), ჩვენ „კითხვარის“ ქვეშ ვიგულისხმებთ როგორც ანკეტასა და საფოსტო კითხვარს, ისე სტრუქტურირებული ინტერვიუს ბლანკს. ამგვარი ფართო გაგებისას, კითხვარი სკალებსა და ინდექსებსაც მოიცავს.

არსებობს 4 სახის ინფორმაცია, რომლის მოპოვებაც შესაძლებელია კითხვარის საფუძველზე: ატრიბუტი, ქცევა, განწყობა და რწმენა (დილმანი, 1978).

ატრიბუტები მოიცავს ინფორმაციას რესპონდენტის პიროვნული და სოციალურ-ეკონომიკური მახასიათებლების შესახებ, როგორცაა სქესი, ასაკი, განათლების დონე, შემოსავალი, ოჯახური მდგომარეობა და სხვ. და კითხვარის დემოგრაფიულ ბლოკს შეადგენს.

ქცევები იკვლევს, თუ რა გააკეთა, რას აკეთებს და რის გაკეთებას აპირებს რესპონდენტი. მაგალითად, რესპონდენტის პოლიტიკური აქტივობის დასადგენად, შეგვიძლია შემდეგი შეკითხვები დავუსვათ მას: 1. ყოფილხართ თუ არა ოდესმე რომელიმე პოლიტიკური პარტიის წევრი? (დიახ; არა); 2. ხართ თუ არა ამჟამად რომელიმე პოლიტიკური პარტიის წევრი? (დიახ; არა); 3. ხომ არ აპირებთ გაწევრიანდეთ რომელიმე პოლიტიკურ პარტიაში? (დიახ; სავარაუდოა; ნაკლებ სავარაუდოა; არა).

განწყობები უშუალოდაა დაკავშირებული შეფასებასთან და იკვლევს, თუ რა ემოციური დამოკიდებულება აქვს რესპონდენტს მოცემული საკითხის მიმართ. როგორც წესი, განწყობა სკალების საფუძველზე ფასდება. ვთქვათ, თუ გვაინტერესებს, რამდენად მისაღებია რესპონდენტისთვის გარკვეული შეხედულება, ამის შეფასება შემდეგი სახის სკალის მეშვეობით შეიძლება:

1	2	3	4	5
ძალიან მისაღებია	ნაწილობრივ მისაღებია	არც მისაღებია, არც მიუღებელი	ნაწილობრივ მიუღებელია	ძალიან მიუღებელია

რწმენები ფასდება იმის მიხედვით, თუ რამდენად მართებულად ან მცდარად მიაჩნია რესპონდენტს ესა თუ ის მოსაზრება.

შეკითხვის ტიპები

ზემოთ მითითებული 4 სახის ინფორმაციის მოპოვება შესაბამისი ტიპის შეკითხვების საფუძველზეა შესაძლებელი. ამერიკელი მკვლევრები ნორმან ბრედბერნი, სეიმურ სადმენი და ბრაიან ვენსინკი კითხვარის დიზაინის გზისმკვლევში (2004) აღნიშნავენ, რომ არსებობს შემდეგი ძირითადი სახის შეკითხვები: ნეიტრალური ქცევითი შეკითხვები; ქცევითი შეკითხვები, რომლებზეც პასუხის გაცემა რესპონდენტს აშინებს; განწყობის გასაზომი შეკითხვები; ცოდნის შესაფასებელი შეკითხვები; შესრულების შესაფასებელი შეკითხვები; ფსიქოგრაფიული შეკითხვები და დემოგრაფიული შეკითხვები.

ნეიტრალური ქცევითი შეკითხვები ყველაზე გავრცელებული სახის შეკითხვებია და ისეთ საკითხებს ეხება, როგორცაა შრომითი აქტივობა, სხვადასხვა საქონლის შექმნა და მოხმარება, ჯანმრთელობასთან, დასვენებასთან თუ მოგზაურობასთან დაკავშირებული ქცევა, სხვებთან ურთიერთობა და ა.შ. ამგვარ შეკითხვებზე პასუხის გაცემა არ აშინებს რესპონდენტს, მაგრამ ისინი მეხსიერებასთანაა დაკავშირებული და მეხსიერების ხარვეზებმა შესაძლოა ინფორმაციის დამახინჯება გამოიწვიოს. ნეიტრალური ქცევითი შეკითხვის მაგალითია შემდეგი:

- როგორც წესი, სად თამაშობს ან ატარებს თავისუფალ დროს თქვენი შვილი? (აღნიშნეთ ყველაზე ხშირი შემთხვევები)
 1. სახლში
 2. სკოლაში
 3. სხვის სახლში
 4. ეზოში
 5. ქუჩაში
 6. პარკში
 7. ბავშვთა ცენტრში
 8. სხვა (მიუთითეთ) _____

ქცევითი შეკითხვები, რომლებზეც პასუხის გაცემა რესპონდენტს აფრთხობს. არ არსებობს სტანდარტული მეთოდი იმის დასადგენად, თუ რამდენად საშიში ეჩვენება რესპონდენტს გარკვეული შეკითხვა. არის შემთხვევები, როცა ცალკეული ინდივიდები მტკივნეულად აღიქვამენ გარკვეულ შეკითხვას, რადგან ის უახლოეს წარსულში მომხდარ უსიამოვნო შემთხვევას ახსენებს ან შესაძლოა, რესპონდენტები არასწორად ახდენდნენ მის ინტერპრეტაციას. ამიტომ წინასწარ უნდა დავფიქრდეთ, ჩვენი ვარაუდით, როგორი რეაქცია ექნება რესპონდენტთა უმრავლესობას მოცემულ შეკითხვაზე.

არსებობს ტენდენცია, რომ რესპონდენტებმა გააზვიადონ ან დაფარონ გარკვეული ქცევები. პირველს სოციალურად სასურველი ქცევები მიეკუთვნება, როგორცაა კარგ მოქალაქედ ყოფნა (არჩევნებში მონაწილეობა, საზოგადოებრივ აქტივობებში ჩართულობა და ა.შ.), კარგად ინფორმირებულ და კულტურულ ადამიანად ყოფნა (პრესისა და მხატვრული ლიტერატურის კითხვა, თეატრებსა და მუზეუმებში სიარული, საგანმანათლებლო ღონისძიებებში მონაწილეობა და ა.შ.) და საკუთარ თავზე მორალური და სოციალური პასუხისმგებლობის აღება (ქველმოქმედება, ბავშვების აღზრდაში აქტიური წვლილის შეტანა და ა.შ.). მეორეს კი ისეთი ქცევები მიეკუთვნება, რომლებიც დაკავშირებულია ავადმყოფობასა და უნარშეზღუდულობასთან (სქესობრივი გზით გადამდები ინფექციები, გონებრივი შეზღუდულობა და ა.შ.), არალეგალურ ქცევასთან (გადასახადების გადახდისგან თავის არიდება, ნარკოტიკების მოხმარება და ა.შ.), ალკოჰოლის მოხმარებასა და სქესობრივ ქცევასთან. ამგვარი ქცევითი შეკითხვის მაგალითია შემდეგი:

- რა სიხშირით მოიხმართ ალკოჰოლურ სასმელებს?
 1. ყოველ დღე
 2. კვირაში რამდენჯერმე
 3. კვირაში ერთხელ
 4. თვეში რამდენჯერმე
 5. თვეში ერთხელ
 6. წელიწადში რამდენჯერმე
 7. წელიწადში ერთხელ ან უფრო იშვიათად
 8. საერთოდ არ მოვიხმარ ალკოჰოლურ სასმელებს

არსებობს რამდენიმე გზა იმისა, რომ მკვლევარმა ისეთი ფორმულირება მისცეს ქცევით შეკითხვას, რომ რესპონდენტი არ დააფრთხოს მასზე პასუხის გაცემამ. ერთ-ერთი ასეთი გზაა „ყველა ასე იქცევა“ მიდგომა. მაგალითად, „ზოგჯერ ყველაზე მშვიდი მშობლებიც კი გამოდიან მწყობრიდან და სჯიან შვილებს. ხომ არ ჩაიდინა/ჩაიდინეს რაიმე თქვენმა შვილმა/შვილებმა მიმდინარე კვირის განმავლობაში, რისთვისაც თქვენ ის/ისინი დასაჯეთ?“ მეორე გზაა ქცევის გასამართლებლად ავტორიტეტის გამოყენება. რესპონდენტებს უფრო დადებითი რეაქცია ექნებათ გარკვეულ მოსაზრებაზე, თუ მას იმ ადამიანებს მივაწერთ, ვისაც ისინი პატივს სცემენ. მაგალითად, „ექიმებს სჯერათ, რომ ღვინის გარკვეული დოზით მიღება ჯანმრთელობისთვის სასარგებლოა. მიგიღიათ თუ არა ღვინო უკანასკნელი კვირის განმავლობაში?“ ყოველთვის უმჯობესია ზოგადად მიუთითოთ ექიმი, მეცნიერი თუ მკვლევარი, ვიდრე კონკრეტული პიროვნება ახსენოთ, რადგან, შესაძლოა ზოგიერთი რესპონდენტი სულაც არ იცნობდეს ამ პიროვნებას ან არ მიიჩნევდეს მას ექსპერტად. მესამე გზა უხერხულობის მოსახსნელად შემდეგია: თუ რესპონდენტს სთავაზობენ სათანადო მიზეზს, რომელიც ამართლებს მის მიერ სოციალურად სასურველ ქცევაში მონაწილეობის არმიღებას, ის აღარ შეეცდება ამგვარი ქცევის გაზვიადებას. მაგალითად, „ბევრ მძღოლს მოუხერხებლად მიაჩნია უსაფრთხოების ქამრის გამოყენება, რადგან ის ართულებს გარკვეული ოპერაციების განხორციელებას, ვთქვათ, ფარების ჩართვას. უკანასკნელად მანქანის მართვისას, გამოიყენეთ თუ არა უსაფრთხოების ქამარი?“

დამოკიდებულების/განწყობის გასაზომი შეკითხვების დასმა უფრო რთულია, ვიდრე ქცევითი შეკითხვებისა, რადგან განწყობა სუბიექტურია, მას გარედან ვერ დავაკვირდებით და ვერასოდეს ვიტყვით, მართალია ის თუ მცდარი. განწყობა სამი კომპონენტისგან შედგება: კოგნიტური, შეფასებითი და ქცევითი. კოგნიტური კომპონენტი მოიცავს მთელ რიგ რწმენებს შესაფასებელი ობიექტის შესახებ, მაგალითად: „რამდენად ჯანმრთელ საკვებად მიგაჩნიათ პიცა? შეაფასეთ შემდეგი ფაქტორების გათვალისწინებით...“ შეფასებითი კომპონენტი გულისხმობს ობიექტის შეფასებას იმის მიხედვით, თუ რამდენად მოგვწონს ან არ მოგვწონს იგი, მაგალითად: „მოგწონთ პიცა, როგორც საკვები?“ ქცევითი კომპონენტი კი დაკავშირებულია რესპონდენტის განწყობასთან მის ქცევებთან მიმართებაში, მაგალითად: „რა სიხშირით აპირებთ მიირთვათ პიცა შემდეგ თვეში?“ როგორც წესი, განწყობის გასაზომი შეკითხვები უმეტესად რწმენებსა და შეფასებებს ეხება. განწყობის გასაზომად კი ძირითადად სკალებს იყენებენ, რასაც მოგვიანებით დაწვრილებით განვიხილავთ.

ცოდნის შესაფასებელი შეკითხვები ხშირად განწყობის გასაზომ შეკითხვებს უსწრებს წინ, რათა მკვლევარმა დაადგინოს, თუ რამდენად გათვითცნობიერებულია

რესპონდენტი მოცემულ საკითხში და გამორიცხოს ისინი, ვინც შესაბამის ცოდნას არ ფლობენ. მაგალითად, აზრი არა აქვს შევეკითხოთ რესპონდენტს, თუ როგორ შეაფასებდა სახელმწიფო მინისტრის საქმიანობას, თუ ის გვეუბნება, რომ არც კი იცის სახელმწიფო მინისტრის ვინაობა. ცოდნის შესაფასებელ შეკითხვებს ხშირად იყენებენ საინფორმაციო პროგრამების დანერგვისას ან სარეკლამო კამპანიების გატარებისას, ვინაიდან მათი ეფექტურობისთვის აუცილებელია შემოწმდეს კონკრეტულ თემატიკასთან დაკავშირებით მოსახლეობის გათვითცნობიერებულობის დონე. ამგვარი შეკითხვები გამოიყენება საზოგადოებრივ ლიდერთა, ორგანიზაციების ხელმძღვანელთა და სხვადასხვა დონის ძიების მონაწილეთაგან ინფორმაციის მიღების მიზნითაც.

შესრულების შესაფასებელი შეკითხვები ორი მიზნით გამოიყენება: ჯერ ერთი, გარკვეული ორგანიზაციის თანამშრომელთა საქმიანობაში პოტენციური პრობლემების აღმოჩენისა და მათი გადაჭრის გზების ძიებისთვის; მეორეც, გადაწყვეტილების მიღებისთვის თანამშრომელთა დაწინაურებისა და ხელფასების მომატების თაობაზე. გარკვეულ ორგანიზაციათა თანამშრომლებს აფასებენ მათი ხელმძღვანელები, კოლეგები და დაქვემდებარებული პირები. ავილოთ უნივერსიტეტის მაგალითი, სადაც პედაგოგს აფასებენ სტუდენტები, სხვა პედაგოგები და ადმინისტრაცია. შესრულების შესაფასებელი შეკითხვის მაგალითია შემდეგი:

- აღნიშნული პროფესორი:
 1. მიჰყვება კურსის სილაბუსს და ლოგიკური თანმიმდევრობით გვთავაზობს ლექციებს.
 2. მხოლოდ დროდადრო მიჰყვება კურსის სილაბუსს და თუმცა ლექციები ურთიერთდაკავშირებულია, ისინი არ არის წარმოდგენილი რაიმე განსაზღვრული თანმიმდევრობით.
 3. არ იყენებს კურსის სილაბუსს და ლექციებს შორის ლოგიკური თანმიმდევრობა გაურკვეველია.

ფსიქოგრაფიული შეკითხვები გვეხმარება იმის დადგენაში, თუ რატომ იქცევა სხვადასხვა ადამიანი სხვადასხვაგვარად. ფსიქოგრაფიული კვლევის ყველაზე აშკარა გამოხატულებაა, როცა სამიზნე ჯგუფებისა თუ პირების პორტრეტებს ქმნიან და მათი პიროვნული თვისებებისა და ცხოვრების სტილის შესწავლის საფუძველზე, ცდილობენ შეაფასონ მათი წარსული, აწმყო თუ მომავალი ქცევები. ფსიქოგრაფიული შეკითხვის მაგალითია შემდეგი:

საკუთარ თავს ამბიციურ პიროვნებად ვთვლი						
1	2	3	4	5	6	7
სრულიად ვეთანხმები						სრულიად არ ვეთანხმები

დემოგრაფიული შეკითხვები მოიცავს ინფორმაციას რესპონდენტის პიროვნული და სოციალურ-ეკონომიკური მახასიათებლების შესახებ, როგორცაა სქესი, ასაკი, განათლების დონე, შემოსავალი, ოჯახური მდგომარეობა და სხვ. დემოგრაფიული შეკითხვის მაგალითებია შემდეგი:

- თქვენი ოჯახური მდგომარეობა:
 1. ქურწინებაში არასდროს მყოფი
 2. დაქორწინებული
 3. განქორწინებული/გაშორებული
 4. ქვრივი

- თქვენი განათლება:
 1. არასრული საშუალო
 2. საშუალო
 3. საშუალო ტექნიკური
 4. არასრული უმაღლესი
 5. უმაღლესი
 6. სამეცნიერო ხარისხი

შეკითხვის ფორმები

შეკითხვას 2 ძირითადი ფორმა აქვს: ღია და დახურული.

დახურულ შეკითხვაში მოცემულია პასუხის ყველა შესაძლო ვარიანტი და რესპონდენტი შეზღუდულია არჩევანში, რადგან მხოლოდ ამ ვარიანტებიდან ირჩევს პასუხს. დახურული შეკითხვის უპირატესობაა ის, რომ მასზე პასუხის გაცემა რესპონდენტისთვის შედარებით მარტივია (რადგან მკვლევარი თავად სთავაზობს შესაძლო პასუხებს და რესპონდენტს არ სჭირდება მათი გამოგონება), შესაბამისად, უფრო სწრაფიც. ამიტომ დახურული შეკითხვები ნაკლებ გათვითცნობიერებული რესპონდენტებისთვისაც მოსახერხებელია. გარდა ამისა, დახურული შეკითხვები წინასწარ კოდირებულია, ამიტომ პასუხების კომპიუტერში შეტანა იოლია, რაც ზოგავს როგორც დროს, ისე თანხებს. ამგვარ შეკითხვებს კიდევ ერთი უპირატესობა აქვს, კერძოდ, რესპონდენტებისთვის უფრო მარტივია „მგრძნობიარე“ საკითხებზე პასუხის გაცემა, რომლებიც ეხება ავადმყოფობას, ნარკოტიკების მოხმარებას, სქესობრივ ქცევას და სხვ.

მაგრამ დახურულ შეკითხვას არაერთი ნაკლიც აქვს, რომელთა შორის უმთავრესი ისაა, რომ ის არ იძლევა საკითხში ჩაღრმავების საშუალებას, ამიტომ, თუ უფრო ღრმა ინფორმაციის მოპოვება გვსურს, რესპონდენტს უნდა ვთხოვოთ დააკონკრეტოს და განმარტოს თავისი არჩევანი. დახურული შეკითხვის კიდევ ერთი ნაკლია ის, რომ რესპონდენტს, რომელიც მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით ინფორმაციას არ ფლობს, შეუძლია ბრმად შემოხაზოს პასუხის რომელიმე ვარიანტი. მეორე მხრივ, შესაძლოა რესპონდენტი ნაწყენიც კი დარჩეს, რომ პასუხების ჩამონათვალში არ იყო მითითებული მისთვის სასურველი ვარიანტი. ამ ყველაფერთან ერთად, უნდა აღინიშნოს, რომ დახურული შეკითხვა საკმაოდ დამაბნეველი ხდება რესპონდენტისთვის, როცა ის პასუხის მრავალ ვარიანტს შეიცავს და სანამ ყველა ვარიანტს ჩაიკითხავს, რესპონდენტს ავიწყდება კიდევ დასაწყისში მითითებული ვარიანტები.

დახურულ შეკითხვას შესაძლოა სხვადასხვა ფორმა ჰქონდეს. ეს შეიძლება იყოს *შეფასების სკალა*, რომლის მიზანია დაადგინოს, თუ რამდენად ეთანხმება ან არ ეთანხმება რესპონდენტი გარკვეულ შეხედულებას; *რანჟირების სკალა*, სადაც რესპონდენტმა უნდა მოახდინოს გარკვეული პუნქტების რანჟირება მნიშვნელობის მიხედვით, ყველაზე მნიშვნელოვნიდან ყველაზე უმნიშვნელოს მიმართულებით; *სემანტიკური დიფერენციალი*, რომელიც, ჩვეულებრივ, შვიდბალიანი სკალის სახით

გამოიხატება და ბიპოლარულია, რადგან სკალის თითოეულ ბოლოში ანტონიმური ზედსართავი სახელები დგას. რესპონდენტს ეძლევა რამდენიმე ასეთი სკალა და ევალუება გარკვეული ობიექტის შეფასება თითოეულ მათგანზე. მაგალითად, შესაძლოა სტუდენტებს სთხოვონ შეაფასონ პედაგოგები შემდეგი სკალების საფუძველზე:

კომპეტენტური	1	2	3	4	5	6	7	არაკომპეტენტური
პუნქტუალური	1	2	3	4	5	6	7	არაპუნქტუალური
მკაცრი	1	2	3	4	5	6	7	ლოიალური

საკონტროლო სია, რომელიც სხვადასხვა პუნქტებისგან შედგება და რესპონდენტს ევალუება თითოეული შესაბამისი პუნქტის შემოხაზვა. მაგალითად, „სად დადიხართ ხოლმე მეგობრებთან ერთად თავისუფალი დროის გასატარებლად?“

1. თეატრი/კინო
2. ოპერა/კონცერტი
3. მუზეუმი/გალერეა
4. ბარი/რესტორანი
5. ღამის კლუბი
6. საცეკვაო დარბაზი
7. საცურაო აუზი
8. სპორტული დარბაზი/მოედანი
9. პარკი
10. აგარაკი/ქალაქგარეთ

ღია შეკითხვისას რესპონდენტს შეუძლია იმგვარად გასცეს პასუხი, როგორც თავად სურს. ამდენად, ღია შეკითხვა შემოქმედებისა და თვითგამოხატვის საშუალებას იძლევა; თანაც ის ეხმარება მკვლევარს უფრო ღრმა და დეტალური ინფორმაციის მოპოვებაში. ღია შეკითხვების გამოყენება ხელსაყრელია გამოკვლევის საწყის (პილოტურ) ეტაპზე, როცა მკვლევარი მცირე შერჩევით ერთობლიობაზე ატარებს კვლევას, რათა ამ ეტაპზე მოპოვებული ინფორმაციის საფუძველზე შეიმუშავოს და დახვეწოს კითხვარი ძირითადი კვლევისთვის (ამ ეტაპზე მკვლევარს შეუძლია მონიშნოს პასუხის ყველაზე გავრცელებული ვარიანტები და ღია შეკითხვა დახურულად აქციოს).

მაგრამ დახურული შეკითხვის მსგავსად, ღია შეკითხვასაც აქვს არაერთი ნაკლი. პირველ რიგში, ღია შეკითხვაზე პასუხის გაცემას მეტი დაფიქრება, შესაბამისად, მეტი დროც სჭირდება, რაც გაცილებით ახანგრძლივებს გამოკვლევის ჩატარების პროცესს; მეორეც, ღია შეკითხვაზე გაცემული პასუხების კოდირება და სტატისტიკური ანალიზი გაცილებით რთულია და მეტ დროს ართმევს მკვლევარს, ამდენად, უფრო ძვირიცაა; გარდა ამისა, ღია შეკითხვაზე გაცემული პასუხი შესაძლოა საკმაოდ ბუნდოვანი და გაუგებარი იყოს, თუ რესპონდენტი ნაკლებ განათლებულია ან ადეკვატურად ვერ გადმოსცემს სათქმელს.

როგორი შეკითხვების დასმაც მიზანშეწონილი სოციოლოგიური კვლევისას – დახურული თუ ღია? როცა რაოდენობრივ კვლევას ვატარებთ დიდ შერჩევით ერთობლიობაზე, მიზანშეწონილია კითხვარში უმეტესად დახურული შეკითხვები შევიტანოთ. მაგრამ თუ თვისებრივ კვლევას ვატარებთ და სოციალური პროცესების ღრმა ანალიზს ვგეგმავთ, აუცილებლად ღია შეკითხვები უნდა გამოვიყენოთ, რადგან დახურული შეკითხვები საკითხში ჩაღრმავების საშუალებას არ იძლევა.

შეკითხვების შედგენის ძირითადი პრინციპები

კარგი კითხვარი ჰარმონიულ მთელს შეადგენს, რომელშიც შეკითხვები ლოგიკურად გადადის ერთმანეთში. ამგვარი მთელის მისაღწევად და შეკითხვების სწორი ფორმულირებისთვის აუცილებელია ვიხელმძღვანელოთ შემდეგი ძირითადი პრინციპებით:

რესპონდენტებთან შესაბამისობა. აუცილებელია, რომ ინდივიდებს ჰქონდეთ შესაბამისი ცოდნა და სურვილი, რომ უპასუხონ შეკითხვებს. ამიტომ წინასწარ უნდა შეფასდეს, რამდენად ფლობენ ისინი შეკითხვებზე პასუხის გასაცემად აუცილებელ ცოდნას და რამდენად ადეკვატურადაა დასმული თავად შეკითხვები, ანუ იმგვარად, რომ რესპონდენტებს სურვილი ჰქონდეთ გამოააშკარავონ გარკვეული ინფორმაცია.

ენა. შეკითხვები არ უნდა იყოს ბუნდოვანი და დამაბნეველი რესპონდენტებისთვის. ამიტომ აუცილებელია მარტივი სიტყვების გამოყენება და არავითარ შემთხვევაში სპეციალური ტერმინების ან ჟარგონის. ძირითადი პრინციპი, რაც ამ შემთხვევაში გასათვალისწინებელია, არის ის, რომ რესპონდენტი და მკვლევარი „ერთ ენაზე“ უნდა საუბრობდნენ.

მგრძობელობა. მკვლევარი უნდა მოერიდოს შეკითხვების იმგვარად ფორმულირებას, რომ მათში ჩანდეს მისი ემოციური დამოკიდებულება მოცემული საკითხისადმი, რისთვისაც მან „ნეიტრალური ენა“ უნდა გამოიყენოს და არა ემოციური დატვირთვის მქონე სიტყვები.

პრესტიჟი. ზოგჯერ რესპონდენტები ცდილობენ განზრახ „შენიღონ“ გარკვეული ინფორმაცია, რათა შთაბეჭდილება მოახდინონ მკვლევარზე. მაგალითად, არის შემთხვევები, როცა რესპონდენტები გაზვიადებით წარმოადგენენ თავიანთ შემოსავალს, განათლებას, მეგობრების რაოდენობას და სხვ. და ცდილობენ დამალონ თავიანთი ასაკი, ცრურწმენები, მიღებული ალკოჰოლის რაოდენობა და სხვ. ობიექტური ინფორმაციის მოპოვების მიზნით, მკვლევარმა არასოდეს არ უნდა გაუსვას ხაზი გარკვეული ქცევების პრესტიჟულობას და არ უნდა მოახდინოს შეფასება; ამასთან, ის უნდა დაეხმაროს რესპონდენტს უხერხულობის დაძლევაში იმის ხაზგასმით, რომ გარკვეული ქცევა თუ მდგომარეობა ჩვეულია ადამიანთა უმრავლესობისთვის.

მიმართულების მიმცემი შეკითხვები უბიძგებს რესპონდენტებს აირჩიონ კონკრეტული პასუხი, ამიტომ მკვლევარი ყოველმხრივ უნდა მოერიდოს მათ გამოყენებას. ამგვარი შეკითხვის მაგალითია: „ხომ არ მიგაჩნიათ, რომ...?“

კიპოთეტური შეკითხვები, როგორც წესი, დროის ამო ფლანგვაა, რადგან რესპონდენტს უწევს თავის წარმოდგენა სავარაუდო სიტუაციაში, რომელიც რეალურად არ განუცდია. შესაძლოა მან გასცეს გარკვეული პასუხი, მაგრამ რეალურად მსგავს სიტუაციაში მოხვედრისას, სულ სხვანაირად მოიქცეს, რასაც მკვლევარი ვერ შეამოწმებს. ამიტომ მკვლევარი უნდა მოერიდოს ისეთი შეკითხვების დასმას, როგორცაა „როგორ მოიქცეოდით იმ შემთხვევაში, თუ...?“

ორმაგი შეკითხვების დასმა, როცა ერთ შეკითხვაში ორია გაერთიანებული, ყოვლად დაუშვებელია. მაგალითად, არ შეიძლება ერთ შეკითხვაში ჰკითხოთ რესპონდენტს, უყვარს თუ არა მოგზაურობა და ხშირად მოგზაურობს თუ არა, რადგან შესაძლოა მას ძალიან უყვარდეს მოგზაურობა, მაგრამ საშუალება არ ჰქონდეს და ხშირად ვერ მოგზაურობდეს ან, პირიქით, არ უყვარდეს მოგზაურობა, მაგრამ სამსახურებრივი მოვალეობის გამო, ხშირად უწევდეს მოგზაურობა.

ასევე თავი უნდა შევიკავოთ ორმაგი უარყოფისგან, რადგან ის საკმაოდ დამაბნეველია. ვთქვათ, შევითხვაზე „მას, ვინც ჯერ არ გამხდარა 18 წლის, არ უნდა ჰქონდეს ალკოჰოლური სასმელების მიღების უფლება,“ პასუხი „არა“ არ იძლევა ნათელ წარმოდგენას, რა იგულისხმება: არა, არ უნდა ჰქონდეს უფლება, თუ არა, უნდა ჰქონდეს უფლება.

პერიოდულობა. პასუხის ვარიანტების შეთავაზებისას, თავი უნდა შევიკავოთ პერიოდულობის აღმნიშვნელი ისეთი სიტყვების გამოყენებისგან, როგორცაა „ხშირად,“ „ზოგჯერ“ და „იშვიათად,“ რადგან ისინი საკმაოდ ზოგადია და სხვადასხვა რესპონდენტისთვის სხვადასხვა მნიშვნელობის მატარებელი შეიძლება იყოს; მაგალითად, ზოგიერთისთვის „ხშირად“ შეიძლება ნიშნავდეს ყოველ დღე, ზოგისთვის კი – კვირაში რამდენჯერმე. ამიტომ აუცილებელია ყოველთვის დავაკონკრეტოთ დროის ზუსტი ინტერვალი, ვთქვათ, კვირაში ორჯერ, თვეში ერთხელ და ა.შ.

პასუხის გადამფარავი კატეგორიები. პასუხის კატეგორიები ურთიერთგამომრიცხავი უნდა იყოს, ანუ ისინი არ უნდა გადაფარავდეს ერთმანეთს. მაგალითად, არ შეიძლება ასაკობრივი კატეგორიების შემდეგი სახით მითითება: 20-30, 30-40, 40-50 და ა.შ., რადგან გაურკვეველია, რომელ კატეგორიას უნდა მიაკუთვნონ საკუთარი თავი მათ, ვინც ზღვარზე ხვდებიან. ამიტომ ასაკობრივი კატეგორიები შემდეგი სახით უნდა მივუთითოთ: 20-29, 30-39, 40-49 და ა.შ.

კითხვარში შეკითხვების თანმიმდევრობა

კითხვარი იწყება შესავლით, რომელშიც მკვლევარი აცნობს რესპონდენტს საკუთარ თავს და იმ ორგანიზაციას, რომელსაც წარმოადგენს, კვლევის მიზანსა და ამოცანებს, და არწმუნებს, რომ გამოკვლევა ანონიმურია და მიღებული მონაცემები გამოყენებულ იქნება მხოლოდ განზოგადებული სახით. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ ყველა კითხვარს აქვს საკუთარი საიდენტიფიკაციო ნომერი, რათა, საჭიროების შემთხვევაში, შესაძლებელი იყოს მონაცემების შემოწმება.

შესავალს მოსდევს უშუალოდ კითხვარი, რომელიც ისეთი შეკითხვებით უნდა დაიწყოს, რომლებზეც პასუხის გაცემა რესპონდენტისთვის მარტივი და საინტერესო იქნება. უნდა მოერიდოთ კითხვარის დაწყებას დემოგრაფიული ბლოკით, რადგან ამგვარმა შეკითხვებმა შესაძლოა დააფრთხოს რესპონდენტი, მით უმეტეს, თუ კვლევა სერიოზულ საკითხებს, ვთქვათ, პოლიტიკას ეხება.

მარტივი შეკითხვებიდან თანმიმდევრულად უნდა გადახვიდეთ რთულ შეკითხვებზე და აუცილებლად უნდა დააჯგუფოთ შეკითხვები თემატური ბლოკების მიხედვით, რათა ისინი ლოგიკურად მისდევდეს ერთმანეთს. ამასთან, თითოეულ თემატურ ბლოკს შესავლის წინადადება უნდა წაუძღვაროთ. მაგალითად, „ახლა მინდა გესაუბროთ ამა და ამ საკითხზე...“

ყველა შეკითხვა და პასუხის შესაძლო ვარიანტი დანომრილი უნდა იყოს, რაც აუცილებელია კითხვარის კოდირებისთვის. ამასთან, არასოდეს არ უნდა მოათავსოთ შეკითხვა ერთ გვერდზე, მისი პასუხის ვარიანტები კი – მეორე გვერდზე.

გზადაგზა მფილტრავი შეკითხვები უნდა გამოიყენოს, რათა დარწმუნდეთ, რომ მხოლოდ იმ შეკითხვებს უსვამთ რესპონდენტებს, რაც მათი მდგომარეობის და ცოდნის შესაბამისია. მაგალითად, თუ რესპონდენტი გპასუხობთ, რომ არ ჰყავს შვილები, აზრი არა აქვს შეკითხვის დასმას იმის თაობაზე, თუ ვინ უფრო მეტ დროს ატარებს შვილებთან ერთად – ის, მისი მეუღლე, თუ ორივე თანაზრად?

კითხვარის ბოლოს რთული შეკითხვებიდან ისევ მარტივებს უნდა დაუბრუნდეთ, რადგან გარკვეული დროის შემდეგ რესპონდენტი იღლება და მისთვის კითხვარის დასასრული მარტივი და სასიამოვნო უნდა იყოს.

რაც შეეხება ღია და დახურული შეკითხვების თანმიმდევრობას კითხვარში, ცნობილმა ამერიკელმა მკვლევარმა ჯორჯ გელაჰმა (1947) მათი კომბინირების შემდეგი ვარიანტი შემოგვთავაზა:

1. დახურული შეკითხვა, რათა გაარკვიოთ, აქვს თუ არა რესპონდენტს წარმოდგენა მოცემულ საკითხზე;
2. ღია შეკითხვა, რათა დეტალურად ჩაუღრმავდეთ რესპონდენტის შეხედულებას მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით;
3. დახურული შეკითხვა, რათა საკითხის სპეციფიკურ ასპექტებში გაერკვეთ;
4. ღია ან დახურული შეკითხვა, რათა დაადგინოთ, რა მიზეზები უდევს საფუძველად რესპონდენტის ამგვარ შეხედულებას;
5. დახურული შეკითხვა, რათა შეაფასოთ, რამდენად ძლიერად უჭერს მხარს რესპონდენტი მოცემულ შეხედულებას.

ინდექსი და სკალა

ინდექსი და სკალა კუმულაციური საზომებია, რომლებიც ხშირად გამოიყენება სოციოლოგიურ კვლევებში რამდენიმე მიზეზის გამო: ჯერ ერთი, კითხვარის ერთი პუნქტი ვერ მოახდენს კომპლექსური ცვლადის ადეკვატურ ასახვას, ინდექსები და სკალები კი კითხვარის რამდენიმე პუნქტის კომბინირებას ახდენენ, გადალახავენ რა მხოლოდ ერთი პუნქტისთვის დამახასიათებელ შეზღუდვებს; მეორეც, ინდექსები და სკალები მონაცემების შეკვეცის მექანიზმებია, კერძოდ, მათ შეუძლიათ რესპონდენტის მრავალი პასუხის შეჯამება და წარმოდგენა ერთი ქულის სახით, იმავდროულად, ინარჩუნებენ რა ამ პასუხთა სპეციფიკურ დეტალებს.

ინდექსსა და სკალას ბევრი საერთო აქვს. პირველ რიგში, ორივე რიგის სკალის საზომებს წარმოადგენს და მათ საფუძველზე შესაძლებელია რესპონდენტთა რანჟირება სხვადასხვა ცვლადის მიხედვით, როგორცაა რელიგიურობა, ცრურწმენები, ინტელექტის დონე და ა.შ. მაგალითად, რესპონდენტის ქულა ცრურწმენების სკალასა თუ ინდექსზე საშუალებას იძლევა შევაფასოთ, თუ რამდენად ცრუმორწმუნეა მოცემული რესპონდენტი სხვა რესპონდენტებთან შედარებით. გარდა ამისა, რადგან ინდექსები და სკალები ცვლადის კომპლექსური საზომებია და კითხვარის რამდენიმე პუნქტის კომბინირებას ახდენენ, ისინი უფრო სრულყოფილად აფასებენ ცვლადებს. მაგალითად, რესპონდენტის ქულები რელიგიურობის სკალასა თუ ინდექსზე გამოყვანილი იქნება სხვადასხვა პუნქტზე გაცემული პასუხების საფუძველზე, რომელთაგან თითოეული რელიგიურობის ამა თუ იმ ასპექტს ზომავს.

მიუხედავად ამკარა მსგავსებისა, ინდექსი და სკალა განსხვავებული საზომებია და მათ შორის სხვაობა იმ პრინციპში მდგომარეობს, რომლის საფუძველზეც რესპონდენტებს ქულები მიენიჭებათ. ინდექსი სხვადასხვა პუნქტზე გაცემული პასუხების უბრალო შეჯამებაა, სკალა კი – სხვადასხვა პუნქტზე გაცემული პასუხებისთვის შესაბამისი ქულების მინიჭება.

ინდექსის აგება

ინდექსის შემადგენელ პუნქტთა შერჩევის რამდენიმე კრიტერიუმი არსებობს: 1. *ლოგიკური ვალიდურობა*, რაც ნიშნავს, რომ ინდექსის შემადგენელი სხვადასხვა პუნქტი ერთი ცვლადის სხვადასხვა ასპექტს უნდა ზომავდეს. მაგალითად, თუ სტუდენტის აკადემიური მოსწრების გაზომვა გვსურს, ინდექსის ყველა პუნქტი სწორედ ამ მოსწრების სხვადასხვა ასპექტს უნდა იკვლევდეს, იქნება ეს სტუდენტის ნიშნები, სტუდენტურ კონფერენციებში მონაწილეობა, პუბლიკაციების გამოქვეყნება თუ სხვ.; 2. *ერთგანზომილებიანობა*, რაც ნიშნავს, რომ კომპლექსური საზომი მხოლოდ ერთ კონკრეტულ საკითხს უნდა ზომავდეს. მაგალითად, სტუდენტის აკადემიური მოსწრების საზომები არ უნდა გამოვიყენოთ მისი პოლიტიკური ორიენტაციის გასაზომად, თუნდაც ეს ორი ცვლადი ემპირიულად ურთიერთდაკავშირებული იყოს; 3. *ვარიაციულობა*, რაც ნიშნავს, რომ ინდექსის შემადგენელი პუნქტები მოცემულ საკითხს ცალმხრივად არ უნდა წარმოადგენდნენ და მისი სხვადასხვა ასპექტი უნდა ასახონ. მაგალითად, თუ მოცემული პუნქტი მხოლოდ მაღალი ან მხოლოდ დაბალი აკადემიური მოსწრების სტუდენტებს ავლენს, ის არ გამოდგება გასაზომად. ამიტომ აუცილებელია რამდენიმე პუნქტის შერჩევა, რომელთაგან ნაწილი საკითხის ერთ ასპექტს ზომავს, ნაწილი კი – მეორეს. ამასთან, აუცილებელია ვარიაციულობის მიხედვით განსხვავებული პუნქტების შერჩევა, რაც ნიშნავს, რომ შესაძლოა ერთი პუნქტი აღწერდეს რესპონდენტების ნახევარს, როგორც მაღალი აკადემიური მოსწრების მქონეს (გამოკითხულთა ნახევარს მაღალი შეფასებები ჰქონდეს აკადემიურ საგნებში), მეორე პუნქტი კი – მხოლოდ რამდენიმე რესპონდენტს, როგორც მაღალი აკადემიური მოსწრების მქონეს (მხოლოდ რამდენიმე მათგანი იყოს სამეცნიერო პუბლიკაციის ავტორი). აღსანიშნავია, რომ პუნქტების ვარიაციულობა აუცილებელი პირობაა სკალების აგებისას.

ინდექსის აგებისას მომდევნო ნაბიჯს მის შემადგენელ პუნქტებს შორის ბივარიაციული კავშირების დადგენა წარმოადგენს. ამ კავშირთა შეფასების მთავარი კრიტერიუმი მათი სიძლიერე. მაგალითად, თუ რამდენიმე პუნქტი ზომავს, რამდენად კონსერვატიული ან ლიბერალურია რესპონდენტი, მოსალოდნელია, რომ რესპონდენტები, რომლებიც გამოავლენენ კონსერვატიზმს ერთი პუნქტის მიხედვით, სხვა პუნქტების მიხედვითაც უფრო კონსერვატიულნი აღმოჩნდებიან, ვიდრე რესპონდენტები, რომლებიც ლიბერალურნი აღმოჩნდებიან მოცემული პუნქტის მიხედვით. აქ შესაძლოა თავი იჩინოს ორი სახის პრობლემა: 1. თუ ორი პუნქტი ერთმანეთთან დაკავშირებული არ არის, ისინი ვერ გაზომავენ ერთსა და იმავე ცვლადს. ამიტომ პუნქტი, რომელიც არ არის დაკავშირებული დანარჩენ პუნქტებთან, ამოღებულ უნდა იქნეს ინდექსიდან; 2. როცა ორ პუნქტს შორის სრულყოფილი კავშირია, მხოლოდ ერთ-ერთი მათგანი უნდა ჩავრთოთ ინდექსში, რადგან ამგვარი კავშირი ნიშნავს, რომ ერთი პუნქტი მთლიანად მოიცავს მეორის ყველა ასპექტს.

ბივარიაციული კავშირების დადგენის შემდეგ, აუცილებელია მულტივარიაციული კავშირების დადგენაც. მკვლევარმა უნდა იკვლიოს ერთდროული კავშირი რამდენიმე ცვლადს შორის, სანამ მათ საერთო ინდექსში გააერთიანებს, რაც საშუალებას მისცემს დაადგინოს, საჭიროა თუ არა ყველა არსებული ცვლადის საერთო ინდექსში გაერთიანება. მაგალითად, თუ ანალიზი აჩვენებს, რომ 6 ცვლადიდან 4 ზომავს სტუდენტის აკადემიურ მოსწრებას, 2 კი – არა, აუცილებელია ამ ორი ცვლადის ამოღება ინდექსიდან.

მას შემდეგ, რაც განისაზღვრება საუკეთესო პუნქტები ინდექსში შესატანად, მომდევნო საფეხურია პასუხებისთვის ქულების მინიჭება, რის საფუძველზეც რამდენიმე პუნქტისგან ერთი კომპლექსური ინდექსი იგება. ამ დროს მკვლევარი ორ ძირითად გადაწყვეტილებას იღებს: ის ადგენს ინდექსის ქულათა სასურველ რაოდენობას და განსაზღვრავს ქულას თითოეული პასუხისთვის. მკვლევარმა უნდა გადაწყვიტოს, ინდექსის თითოეულ პუნქტს თანაბარი თუ განსხვავებული წონა მიანიჭოს. როგორც წესი, მიღებულია ინდექსის თითოეული პუნქტისთვის თანაბარი წონის მინიჭება.

ინდექსზე საუბრისას აუცილებელია ნაკლები მონაცემების პრობლემასაც შევხვით. როგორ მოვიქცეთ, თუ ზოგმა რესპონდენტმა უპასუხოდ დატოვა შეკითხვა ან „მიჭირს პასუხის გაცემა“ მიუთითა? ამერიკელი მკვლევარი ერლ ბები (1998, გვ. 160-161) გვთავაზობს რამდენიმე მეთოდს ამ პრობლემის გადასაჭრელად:

- თუ რესპონდენტმა შედარებით მცირერიცხოვანმა ჯგუფმა არ უპასუხა შეკითხვას, შესაძლებელია მათი გამორიცხვა ინდექსის აგებიდან;
- შესაძლოა გარკვეულ ნაკლებ მონაცემებს ისევე მოვექცეთ, როგორც გაცემულ პასუხებს. მაგალითად, თუ რესპონდენტებს მოეთხოვებათ „დიახ“ ან „არა“ პასუხის გაცემა აქტივობების ჩამონათვალზე და მათმა ნაწილმა „დიახ“ უპასუხა გარკვეულ აქტივობებს, რაც ნიშნავს, რომ მათ მისდევს, სხვები კი უპასუხოდ დატოვა, ამ შემთხვევაში პასუხის გაუცემლობა „არას“ ნიშნავს და მას შესაბამისი ქულა უნდა მივანიჭოთ;
- ნაკლები მონაცემების ფრთხილმა ანალიზმა შესაძლოა მათი ინტერპრეტაციის საშუალება მოგვცეს. მაგალითად, კონსერვატულობის გაზომვისას, შესაძლოა აღმოჩნდეს, რომ ისინი, ვინც პასუხი არ გასცა გარკვეულ შეკითხვას, ისეთივე კონსერვატულნი არიან სხვა პუნქტების მიხედვით, როგორც ისინი, ვინც კონსერვატული ორიენტაციის გამომხატველი პასუხი გასცა ამ შეკითხვას;
- შესაძლოა მკვლევარმა რაღაც შუალედური ქულა მიანიჭოს ნაკლებ მონაცემებს. მაგალითად, თუ გარკვეულ შეკითხვაზე არსებულ სამ შესაძლო პასუხს შეესაბამება ქულები – 0, 1 და 2, შეგვიძლია მივანიჭოთ 1 ქულა პუნქტს, რომელზეც პასუხი არაა გაცემული. აქ იგივე ლოგიკა მოქმედებს, რაც იმ შემთხვევაში, როცა „მიჭირს პასუხის გაცემა“ შუალედურ პასუხად განიხილება „ვეთანხმები“ – „არ ვეთანხმები“ შორის.
- შესაძლოა მკვლევარმა პროპორციულად მიანიჭოს ქულები რესპონდენტს იმ პასუხების გათვალისწინებით, რომელსაც ის იძლევა. მაგალითად, თუ დავუშვებთ, რომ ინდექსში გაერთიანებულია 6 პუნქტი და თითოეულს ენიჭება 0 ან 1 ქულა, რესპონდენტის მაქსიმალური ქულა ყოფილა 6. თუ რესპონდენტი 4 შეკითხვაზე გასცემს პასუხს და 2 ქულას აგროვებს, მის მიერ მოპოვებული ქულების რაოდენობა გაიყოფა მის მიერ ნაპასუხები პუნქტების რაოდენობაზე და გამრავლდება პუნქტების საერთო რაოდენობაზე, რაც, ჩვენს შემთხვევაში, 3 ქულას იძლევა ($2/4 * 6 = 3$).

ბები აღნიშნავს, რომ, საბოლოო ჯამში, შეუძლებელია ჩამოთვლილ მეთოდთაგან საუკეთესოს არჩევა ან მათი რანჟირება, რადგან ნაკლები მონაცემების შევსების ცალკეული მეთოდი საკვლევ სიტუაციაზე დამოკიდებული. ზოგადად, უმჯობესია ან საერთოდ გამოვრიცხოთ ის რესპონდენტები, ვინც არ უპასუხა შეკითხვას, ან სხვა შეკითხვებზე გაცემული პასუხების საფუძველზე, მარტივი ლოგიკის მეშვეობით შევაკლოთ ნაკლები მონაცემები.

სკალის აგება

სკალა კომპლექსური საზომია, რომლის აგების ძირითადი პრინციპია მის შემადგენელ პუნქტებს შორის ინტენსივობის დადგენა. მოცემულ ნაშრომში სკალის ოთხ ნიმუშს განვიხილავთ: თურსტოუნის, ლიკერტის, ბოგარდუსის და გატმანის სკალებს.

თურსტოუნის სკალა. ლეო თურსტოუნის სკალას საფუძველად უდევს თანაბარი ინტერვალების პრინციპი. თურსტოუნის სკალის აგების პირველი საფეხურია მთელი რიგი პუნქტების შერჩევა ლიტერატურიდან თუ პილოტური ინტერვიუდან. შემდეგ ექსპერტთა შერჩეული ჯგუფი აფასებს იმას, თუ რამდენად გამოდგება თითოეული პუნქტი გარკვეული ცვლადის ინდიკატორად. თურსტოუნის 100-150 პუნქტს არჩევდა და დაახლოებით 300 ექსპერტს იწვევდა, რომლებიც ამ პუნქტების ვარგისიანობას 11-ბალიან სკალაზე აფასებდნენ, სადაც 1 ქულა სავსებით გამოსადეგს აღნიშნავს, 2 ქულა – ოდნავ ნაკლებ გამოსადეგს, 6 ქულა – ნეიტრალურ პუნქტს, 7 ქულა – ოდნავ გამოუსადეგარს, 11 ქულა კი – სრულიად გამოუსადეგარს. იგულისხმება, რომ სკალის ქულები თანაბარი ინტერვალებითაა დაშორებული ერთმანეთისგან. ვთქვათ, თუ ცვლადის სახით აღებულია რელიგიურობა, ექსპერტებმა უნდა მიანიჭონ 1 ქულა რელიგიურობის ყველაზე ძლიერ ინდიკატორს და 11 ქულა – ყველაზე სუსტს. შემდეგ თითოეულ პუნქტზე ყველა ექსპერტის მიერ მინიჭებულ ქულას ადარებენ, რათა განსაზღვრონ ის პუნქტები, რომელთა მიმართ ყველაზე დიდი თანხმობაა ექსპერტთა შორის. სწორედ მათგან შეირჩევა განსაზღვრული რაოდენობის პუნქტები ძირითადი კვლევისთვის. ის პუნქტები კი, რომელთა მიმართ ექსპერტთა შეფასებები ყველაზე მეტად გაიყო, საერთოდ ამოღებული იქნება კვლევიდან, როგორც ბუნდოვანი.

თურსტოუნის სკალა ძალიან იშვიათად თუ გამოიყენება თანამედროვე კვლევებში, რადგან ექსპერტთა საკმაოდ მრავალრიცხოვან ჯგუფს უამრავი დრო სჭირდება საწყისი პუნქტების შესაფასებლად. გარდა ამისა, ვინაიდან პუნქტების შეფასების ხარისხი „ექსპერტთა“ ცოდნასა და გამოცდილებაზეა დამოკიდებული, საჭიროა პროფესიონალი მკვლევრების შერჩევა, რაც დროსთან ერთად, დიდ ხარჯებს მოითხოვს. ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ გარკვეული ცვლადების აღმწერი პუნქტების მნიშვნელობა დროთა განმავლობაში იცვლება და თუ ცალკეულ პუნქტს დღეს ამგვარი წონა აქვს, მოგვიანებით შესაძლოა სხვა წონა ჰქონდეს. ამდენად, თურსტოუნის სკალას პერიოდულად განახლება სჭირდება, რათა ეფექტური იყოს.

ლიკერტის სკალა. ფრენსის ლიკერტის მიერ შემუშავებული სკალა ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებულია თანამედროვე კვლევებში. მას არ სჭირდება ექსპერტთა მთელი ჯგუფი, შესაბამისად, გაცილებით ნაკლებ დროსა და ხარჯებს მოითხოვს. თანაც თურსტოუნის სკალისგან განსხვავებით, ლიკერტის სკალა 5-ბალიანია. ლიკერტის სკალა ერთგანზომილებიანია, ანუ მასში ყველა პუნქტი ერთსა და იმავე ცვლადს ზომავს და თითოეულ პუნქტს მსგავსი ქულები მიენიჭება; მიღებული ქულების შეჯამების საფუძველზე, თითოეულ რესპონდენტს საბოლოო ქულა მიენიჭება, რითაც ლიკერტის სკალა საკმაოდ ახლოს დგას ინდექსთან.

ლიკერტის სკალაზე პუნქტის შეფასების პროცედურა ძალიან მარტივია: რესპონდენტებს სთავაზობენ გარკვეულ მოსაზრებებს და სთხოვენ შეაფასონ 5-ბალიან სკალაზე, თუ რამდენად ეთანხმებიან ამ მოსაზრებებს: „სრულიად ვეთანხმები,” „ვეთანხმები,” „მიჭირს პასუხის გაცემა,” „არ ვეთანხმები” და „სრულიად არ

ვეთანხმები.” მკვლევარს შეუძლია მიანიჭოს 5 ქულა „სრულიად ვეთანხმების” და 1 ქულა „სრულიად არ ვეთანხმების” ან, პირიქით, 1 ქულა „სრულიად ვეთანხმების” და 5 ქულა „სრულიად არ ვეთანხმების”; მაგრამ რაც არ უნდა გადაწყვიტოს, ის თანმიმდევრული უნდა იყოს და სკალის ყველა პუნქტს ერთი პრინციპით მიანიჭოს ქულები.

ხშირად რესპონდენტს შესაფასებლად ეძლევა როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი მტკიცებულებები. მიზანშეწონილი არ არის მისთვის ჯერ სულ დადებითი, შემდეგ კი სულ უარყოფითი მტკიცებულებების შეთავაზება ან, პირიქით, არამედ სასურველია მათი შერეული სახით მიწოდება. გარდა ამისა, თუ რესპონდენტი ხედავს, რომ დადებითი მტკიცებულების მხარდაჭერა მაღალ ქულას ანიჭებს, უარყოფითისა კი – დაბალს, შესაძლოა სულ დადებითი პასუხები გასცეს, რომ რაც შეიძლება მაღალი ქულები მოიპოვოს. ამ პრობლემის გადასაჭრელად, მკვლევარნი „შებრუნებულ პუნქტებს” იყენებენ, რომელთა შეჯამებისას ქულებიც შესაბამისად უნდა შევაბრუნოთ. „შებრუნებული პუნქტების” პრინციპის ნათელსაყოფად, გთავაზობთ პროფესორ ა.ნ. ოპენჰაიმის მიერ შემუშავებული ლიკერტის სკალის ნიმუშს (1992).

	სრულიად ვეთანხმები	ვეთანხმები	მიჭირს პასუხის გაცემა	არ ვეთანხმები	სრულიად არ ვეთანხმები
	5	4	3	2	1
1. ბავშვები აახლოვებენ ცოლ-ქმარს			+		
2. ყოველთვის სასიამოვნოა ბავშვისთვის რაიმეს სწავლება		+			
3. საჭიროა ბავშვები ზოგიერთი თვისებისგან გათავისუფლდნენ					+
4. დედა, რომელსაც პატარა ბავშვები ჰყავს, მწვავედ განიცდის სხვებთან ურთიერთობის დეფიციტს	+				
5. მთლიანობაში, ბავშვები უფრო ღვთის კურთხევაა, ვიდრე ტვირთი		+			
6. ხშირად რთულია ბავშვთან წონასწორობის შენარჩუნება				+	
7. ბავშვის მოვლა ძალიან დიდ დროს მართმევს				+	
8. თუ მშობელს საშუალება აქვს, უმჯობესია ბავშვი სკოლა-ინტერნატში გაგზავნოს			+		
9. როცა მდგომარეობა რთულდება, ბავშვები გვამხნევენ და შთაგვაგონებენ				+	
10. თავიდან რომ გამეყო ცხოვრება, ისევე ვისურვებდი შვილები მყოლოდა	+				

მოცემული სკალა დედების მიერ შვილების მიღება–უარყოფის ხარისხს აფასებს. მისი გარკვეული პუნქტები შვილების მიმართ ძლიერ პოზიტიურ განწყობას გამოხატავს, ზოგიერთი – ნაკლებ პოზიტიურს, ზოგი კი – ნეგატიურს და მტრულს. თუ გადავწყვეტთ, რომ ბავშვებისადმი პოზიტიურ დამოკიდებულებას მაღალი ქულებით ვაფასებთ, ნეგატიურს კი – დაბალი ქულებით, მოგვიჩვენებს 3, 4, 6, 7 და 8 პუნქტების შებრუნება; თუკი გადავწყვეტთ, რომ ბავშვებისადმი ნეგატიურ დამოკიდებულებას მაღალი ქულებით ვაფასებთ, პოზიტიურს კი – დაბალი ქულებით,

მოგვიწევს 1, 2, 5, 9 და 10 პუნქტების შებრუნება. მთავარია, რომ თანმიმდევრულნი ვიყოთ.

ჩვენი რესპონდენტის პასუხებს რომ გადავხედოთ, შთაბეჭდილება დაგვრჩება, რომ ის შვილებისადმი ზომიერად პოზიტიური განწყობის მქონე დედაა (პუნქტები 2, 5, 7 და 10), რომელიც გარკვეულ ნეგატიურ გრძნობებს კი გამოავლენს (პუნქტები 4 და 9), მაგრამ არ ახასიათებს უკიდურესი მტრობა (პუნქტი 3) ან ზედმეტი სიყვარული (პუნქტი 9). ამასთან, ის გადაწყვეტილებას ვერ იღებს გარკვეულ საკითხებთან დაკავშირებით (პუნქტები 1 და 8), რაც შესაძლოა იმას ნიშნავდეს, რომ ის არ არის დარწმუნებული საკუთარ გრძნობებში ან იმას, რომ მოცემული პუნქტები, გარდა ბავშვებისადმი დამოკიდებულებისა, სხვა საკითხებსაც ეხება (ქორწინება, სოციალური კლასი, სკოლა-ინტერნატები).

როგორ მივანიჭოთ ქულები ამ რესპონდენტის პასუხებს? ვთქვათ, ბავშვებისადმი პოზიტიურ დამოკიდებულებას მაღალ ქულებს ვანიჭებთ, ნეგატიურს კი – დაბალს, მაშინ 1, 2, 5, 9 და 10 პუნქტებს ჩვეულებრივ მიეწერება ქულები, 3, 4, 6, 7 და 8 პუნქტებს კი შევებრუნებთ და მათ შემთხვევაში $5 = 1$, $4 = 2$, $3 = 3$, $2 = 4$ და $1 = 5$.

ჩვენი რესპონდენტის ქულების საერთო ჯამი 35 ქულას შეადგენს. ვინაიდან ამ სკალის მაქსიმალური ქულაა 50 ($5 * 10 = 50$), მინიმალური კი – 10 ($1 * 10 = 10$), 35 ქულა საშუალოზე ოდნავ მაღალი მაჩვენებელია, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ ამ დედას შვილებისადმი ზომიერად პოზიტიური განწყობა აქვს.

იმის დასადგენად კი, რამდენად ზომავს სკალის თითოეული პუნქტი შვილების მიღება-უარყოფის ხარისხს, ვანგარიშობთ სკალის საერთო ქულასთან თითოეული პუნქტის კორელაციის კოეფიციენტს ყველა რესპონდენტისთვის და მხოლოდ იმ პუნქტებს ვტოვებთ, რომლებიც ყველაზე მაღალ კორელაციას ავლენს.

ბოგარდუსის სკალა. ემორი ბოგარდუსის მიერ შემუშავებული სკალა პიროვნებებს შორის სოციალურ დისტანციას ზომავს, ამიტომ მას *სოციალური დისტანციის სკალასაც* უწოდებენ. ვთქვათ, თუ გვანტერესებს, რამდენად მისაღებია ჩვენი რესპონდენტებისთვის იმიგრანტებთან ურთიერთობა, მათ შემდეგ შეკითხვებს დავუსვამთ:

- მიიღებდით იმიგრანტს თქვენს ქვეყანაში საცხოვრებლად?
- მიიღებდით იმიგრანტს თქვენს ქალაქში საცხოვრებლად?
- მიიღებდით იმიგრანტს თქვენს მეზობლად საცხოვრებლად?
- დაუშვებდით თქვენი შვილის ქორწინებას იმიგრანტზე?

ბოგარდუსის სკალის შეკითხვები განსხვავდება ინტენსივობის მიხედვით. სავარაუდოდ, თუ რესპონდენტისთვის მისაღებია მოცემული სახის კავშირი, მისთვის მისაღები იქნება ნაკლები ინტენსივობის კავშირებიც. მაგალითად, ისინი, ვინც თანახმანი არიან მიიღონ იმიგრანტი მეზობლად საცხოვრებლად, თანახმანი იქნებიან საკუთარ ქალაქსა და ქვეყანაში მათ მიღებაზე, მაგრამ შესაძლოა თანახმანი არ იყონ, რომ მათი შვილი იმიგრანტზე დაქორწინდეს. ზოგადად მოსალოდნელია, რომ რესპონდენტების დიდი ნაწილი თანახმა იქნება იმიგრანტების ქვეყანაში მიღებაზე, მაგრამ მხოლოდ ძალიან მცირე ნაწილი თუ დათანხმდება მათთან დანათესავებაზე. ამ თვალსაზრისით, შეგვიძლია ვისაუბროთ „მარტივ პუნქტებზე“ (თანამოქალაქეობა) და „რთულ პუნქტებზე“ (ქორწინება). ჩვეულებრივ, მეტი რესპონდენტი ეთანხმება მარტივ, ვიდრე რთულ პუნქტებს; ამასთან, თუ რესპონდენტი უარს იტყვის სკალაში წარმოდგენილ გარკვეულ კავშირზე, ის მის მომდევნო რთულ კავშირებსაც უარყოფს.

გატმანის სკალა. ლუის გატმანის მიერ შემუშავებულ სკალას ხშირად „კუმულაციურ სკალას“ ან „სკალოგრამულ ანალიზს“ უწოდებენ. მსგავსად თურსტონის და ბოგარდუსის სკალებისა, გატმანის სკალის პუნქტებიც სხვადასხვა ინტენსივობისაა. მსგავსად ბოგარდუსის სკალისა, აქაც მოსალოდნელია, რომ თუ რესპონდენტისთვის მისაღებია უფრო „რთული პუნქტები,“ მისთვის უფრო „მარტივი პუნქტებიც“ მისაღები იქნება. ამდენად, რესპონდენტის ქულის საფუძველზე, ზუსტად შეგვიძლია იმის თქმა, თუ რომელი პუნქტებია მისთვის მისაღები (და ჩვენი ცდომილება არ გადააჭარბებს 10 %-ს მთელი შერჩევითი ერთობლიობისთვის). ამით გატმანის სკალა სრულიად განსხვავდება ლიკერტის სკალისაგან, რომელზეც განსაზღვრული ქულის მიღება სხვადასხვა კომბინაციის საფუძველზეა შესაძლებელი.

გატმანის სკალის საფუძველზე, რესპონდენტებს ისევე მიეწერებათ ქულები, როგორც ინდექსის შემთხვევაში. ვთქვათ, თუ გარკვეული ცვლადის შესაფასებლად სამი პუნქტი გვაქვს და რესპონდენტმა მიიღო 3 ქულა, ვივარაუდებთ, რომ მან სამივე პუნქტი აირჩია. თუ ვინმეს 2 ქულა აქვს, ვივარაუდებთ, რომ მან ორი უფრო „მარტივი პუნქტი“ აირჩია და არ აირჩია მესამე უფრო „რთული პუნქტი.“ მაგრამ საქმე რთულდება შერეული პასუხების შემთხვევაში. შესაძლებელია, რომ რესპონდენტს 1 ქულა ჰქონდეს და ჩვენ გვეგონოს, რომ მან პირველი „მარტივი პუნქტი“ აირჩია, რეალურად კი სირთულით მეორე პუნქტი ჰქონდეს არჩეული, პირველი და მესამე კი – არა. ამიტომ შერეულ პასუხებს განსხვავებულად უნდა მიენიჭოს ქულები, რათა შეცდომის დაშვების ალბათობა შემცირდეს.

განვიხილოთ გატმანის სკალის კონკრეტული მაგალითი. ვთქვათ, რესპონდენტთა ჯგუფს შესაფასებლად მივეცით რამდენიმე პუნქტი, რომლებზეც პასუხებიც შემდეგი სახით გადანაწილდა:

რესპონდენტი	პუნქტი 1	პუნქტი 2	პუნქტი 3	პუნქტი 4	პუნქტი 5	ქულა
1	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	5
2	დიახ	-	-	-	დიახ	2
3	დიახ	დიახ	-	-	დიახ	3
4	-	-	-	-	დიახ	1
5	დიახ	-	-	-	დიახ	2
6	დიახ	-	-	-	დიახ	2
7	დიახ	დიახ	-	დიახ	დიახ	4
8	დიახ	-	-	დიახ	დიახ	3
9	დიახ	დიახ	-	დიახ	დიახ	4
10	დიახ	დიახ	-	დიახ	დიახ	4

თითოეული რესპონდენტის ქულა შეესაბამება მის მიერ გაცემული დადებითი პასუხების რაოდენობას. ახლა დავალაგოთ რესპონდენტები მიღებული ქულების მიხედვით.

რესპონდენტი	პუნქტი 1	პუნქტი 2	პუნქტი 3	პუნქტი 4	პუნქტი 5	ქულა
1	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	5
7	დიახ	დიახ	-	დიახ	დიახ	4
9	დიახ	დიახ	-	დიახ	დიახ	4
10	დიახ	დიახ	-	დიახ	დიახ	4
3	დიახ	დიახ	-	-	დიახ	3
8	დიახ	-	-	დიახ	დიახ	3
2	დიახ	-	-	-	დიახ	2
5	დიახ	-	-	-	დიახ	2
6	დიახ	-	-	-	დიახ	2
4	-	-	-	-	დიახ	1
	9	5	1	5	10	

ახლა დავალაგოთ ცხრილი დადებითი პასუხების რაოდენობის მიხედვით:

რესპონდენტი	პუნქტი 5	პუნქტი 1	პუნქტი 2	პუნქტი 4	პუნქტი 3	ქულა
1	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	5
7	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	-	4
9	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	-	4
10	დიახ	დიახ	დიახ	დიახ	-	4
3	დიახ	დიახ	დიახ	-	-	3
8	დიახ	დიახ	-	დიახ	-	3
2	დიახ	დიახ	-	-	-	2
5	დიახ	დიახ	-	-	-	2
6	დიახ	დიახ	-	-	-	2
4	დიახ	-	-	-	-	1

მივიღეთ თითქმის სრულყოფილი სკალოგრამა, სადაც 2 ქულა ნიშნავს დადებით პასუხს მხოლოდ მე-5 და 1-ლ პუნქტებზე (და არა ნებისმიერ ორ პუნქტზე, როგორც ეს ლიკერტის სკალაშია), 4 ქულა კი ნიშნავს დადებით პასუხს მე-5, 1-ლ, მე-2 და მე-4 პუნქტებზე. ყველაზე მარტივი აღმოჩნდა მე-5 პუნქტი, რომელზეც ყველა დადებით პასუხს იძლევა, ყველაზე რთული კი – მე-3 პუნქტი, რომელზეც მხოლოდ ერთმა ადამიანმა გასცა დადებითი პასუხი. დააკვირდით, რომ ცხრილში პასუხები სამკუთხედის ფორმითაა განაწილებული – სწორედ ამგვარ განაწილებას ისახავს მიზნად სკალოგრამული ანალიზი. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ცხრილი არ არის აბსოლუტურად თანმიმდევრული, რადგან მე-8 რესპონდენტი მე-4 პუნქტზე მოულოდნელ პასუხს იძლევა. ეს სწორედ ის შერეული პასუხია, რაზეც ზემოთ ვსაუბრობდით.

როგორც წესი, სკალოგრამული ანალიზი ასობით რესპონდენტზე ტარდება, პუნქტების რაოდენობა კი თავდაპირველად რამდენიმე ათეულია, რაც საბოლოოდ 8-10 პუნქტზე დაჰყავთ, რომლებიც ქმნიან სკალას. ამ მიზნით, როგორც წესი, ისეთ პუნქტებს აგდებენ, რომელთაც თითქმის ყველა ეთანხმება (80%-ზე მეტი) ან თითქმის არავინ ეთანხმება (20%-ზე ნაკლები).

მოცემულ მაგალითში განვიხილეთ დიხოტომური პუნქტების ნიმუში, რომლებზე პასუხიც „დიახ-არაა,” თუმცა, შესაძლოა პასუხის რამდენიმე ვარიანტის არსებობა, რომლებიც თანხმობის სხვადასხვა ხარისხს გამოხატავს. უდავოა, რომ პასუხის ვარიანტების ზრდა ანალიზის გართულებას იწვევს, ამიტომ მკვლევარნი მათ მინიმუმამდე დაყვანას ცდილობენ.

ლიტერატურა:

Alreck, P. L. and Settle, R. B. (1985). *The Survey Research Handbook*. Homewood: Irwin.

Babbie, E. (1998). *Survey Research Methods* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth.

Bernard, H. R. (2002). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Methods* (3rd ed.). Oxford: Altamira Press.

Bradburn, N., Sudman, S., and Wansink, B. (2004). *Asking Questions*. San Francisco: Jossey-Bass.

De Vaus, D. A. (1990). *Survey in Social Research* (2nd ed.). London: Unwin Hyman.

De Vaus, D. (2002). *Surveys in Social Research* (5th ed.). London: Routledge.

Gilbert, N. (ed.). (1993). *Researching Social Life*. London: SAGE Publications.

Hoinville, G. and Jowell, R. (1977). *Survey Research Practice*. London: Heinemann Educational Books.

Newman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). Boston: A&B.

Oppenheim, A. N. (1992). *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. London & NY: Continuum.

შერჩევა

შერჩევა შესასწავლი პოპულაციიდან სხვადასხვა ერთეულის (ვთქვათ, ადამიანები, ორგანიზაციები და ა.შ.) არჩევის პროცესია ისეთი გზით, რომ შესაძლებელი იყოს მიღებული შედეგების განზოგადება მთლიან პოპულაციაზე. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ რაოდენობრივ და თვისებრივ მკვლევართა მიდგომა შერჩევისადმი განსხვავებულია. რაოდენობრივ მკვლევართა მთავარი მიზანი სწორედ ისაა, რომ შერჩეული ჯგუფი ზუსტად ასახავდეს მთლიანი პოპულაციის სურათს. თვისებრივ მკვლევართათვის კი მთავარია სოციალური მოვლენების სიღრმისეული ანალიზი და არა პოპულაციის პარამეტრების ზუსტი აღწერა, რის გამოც ისინი იშვიათად თუ განსაზღვრავენ წინასწარ შესასწავლი ჯგუფის ზომას და თანმიმდევრულად ირჩევენ საკვლევ შემთხვევებს.

სანამ უშუალოდ შერჩევის სახეებს განვიხილავდეთ, აუცილებელია განვსაზღვროთ შერჩევასთან დაკავშირებული ძირითადი ცნებები.

ადამიანთა ერთობლიობას, რომელზეც ჩვენი კვლევის შედეგების განზოგადებას ვახდენთ, *გენერალური ერთობლიობა* ჰქვია. ვთქვათ, თუ გაინტერესებთ ქართველების დამოკიდებულება საპარლამენტო არჩევნებისადმი, რა თქმა უნდა, შეუძლებელი იქნება ყველა ქართველის გამოკითხვა. ეს არც არის საჭირო. ნაცვლად ყველა ქართველის გამოკითხვისა, მკვლევარმა შესაძლოა 2000 ადამიანი გამოკითხოს და, აკურატულად განხორციელებული ალბათური შერჩევის შემთხვევაში, თამამად განაზოგადოს მიღებული შედეგები მთლიან პოპულაციაზე.

გენერალური ერთობლიობიდან შერჩეულ ადამიანთა ჯგუფს, რომელზეც კვლევის ჩატარებას ვგეგმავთ და რომლის შედეგების განზოგადებასაც გენერალურ ერთობლიობაზე ვაპირებთ, *შერჩევითი ერთობლიობა* ჰქვია. თუმცა, შესაძლოა მკვლევარმა ვერ მოახერხოს შერჩევითი ერთობლიობის ყველა წევრთან დაკავშირება ან ზოგიერთმა მათგანმა უარი თქვას კვლევაში მონაწილეობაზე. ადამიანთა იმ ჯგუფს, რომელიც რეალურად მონაწილეობს კვლევაში, *გამოკითხულთა ერთობლიობა* ჰქვია.

რაოდენობრივი კვლევისთვის დამახასიათებელი აუცილებელი ნიშანია შერჩევის *რეპრეზენტატულობა*, რაც ნიშნავს, რომ შერჩევითი ერთობლიობის პარამეტრები ზუსტად ასახავს გენერალურ ერთობლიობას, რის გამოც მკვლევარს შეუძლია იკვლიოს ადამიანთა მცირე ჯგუფი, მაგრამ შედეგები მთელს გენერალურ ერთობლიობაზე განაზოგადოს.

გენერალური ერთობლიობის შემადგენელი ადამიანების სიას, რომელიც შერჩევითი ერთობლიობის განსაზღვრისთვის გამოიყენება, *შერჩევის ჩარჩო* ეწოდება. ვთქვათ, თუ სატელეფონო გამოკითხვას ატარებთ და სატელეფონო ცნობარიდან ირჩევთ რესპონდენტებს, სწორედ ეს სატელეფონო ცნობარი შეასრულებს თქვენთვის შერჩევის ჩარჩოს ფუნქციას. კვლევის რეპრეზენტატულობა მოითხოვს, რომ შერჩევის ჩარჩო რაც შეიძლება სრულყოფილი იყოს.

არ არსებობს შერჩევა ცდომილების გარეშე. *შერჩევის ცდომილება* დაკავშირებულია იმ ფაქტთან, რომ მიუხედავად მრავალი შესაძლო ვარიანტისა, გენერალური ერთობლიობიდან მხოლოდ ერთი კონკრეტული შერჩევითი ერთობლიობა იქნა მიღებული. რაც შეეხება სხვა შეცდომებს, რომლებიც *არაშერჩევით ცდომილებებად* იწოდებიან, ისინი, ერთი მხრივ, უშუალოდ შერჩევის პროცესთანაა დაკავშირებული. კერძოდ, შერჩევის არასრულყოფილი ჩარჩო, პასუხის გაუცემლობა და სხვ., მეორე მხრივ კი, გამოკვლევის ცალკეულ ეტაპთან. კერძოდ, გაუმართავი კითხვარი, კოდირების შეცდომები და ა.შ.

შერჩევის ცდომილების გამოთვლა საშუალებას იძლევა დავადგინოთ, თუ რამდენად აკურატულად განვახორციელეთ შერჩევა. მის საფუძველზე ვადგენთ *ნდობის ინტერვალს*, რომლის ზრდის კვალდაკვალ შერჩევის სანდოობაც იზრდება. მოგვიანებით ამ საკითხს უფრო დეტალურად განვიხილავთ.

შერჩევის სახეები

შერჩევა ორი ძირითადი სახისაა: *ალბათური* და *არაალბათური*. ალბათური შერჩევისას, გენერალური ერთობლიობის თითოეულ ელემენტს შერჩევით ერთობლიობაში მოხვედრის თანაბარი შანსი აქვს, რომელიც შემთხვევითია და არც ერთი ელემენტისთვის არ არის ნულოვანი. არაალბათური შერჩევისას, გენერალური ერთობლიობის თითოეულ ელემენტს შერჩევით ერთობლიობაში მოხვედრის არათანაბარი, ზოგ შემთხვევაში კი - ნულოვანი შანსი აქვს.

შერჩევის ამა თუ იმ ტიპის გამოყენება გამოკვლევის მიზნებზეა დამოკიდებული. როგორც წესი, რაოდენობრივი კვლევებისას, როცა მკვლევარს სურს აკურატულად აღწეროს შერჩევითი ერთობლიობის მახასიათებლები, რათა მათ საფუძველზე გენერალური ერთობლიობის შეფასება მოახდინოს, ის ალბათურ შერჩევას იყენებს. ვთქვათ, თუ მკვლევარს სურს შეისწავლოს ასაკოვან ადამიანთა საჭიროებები, მან მიზანდასახულად კი არ უნდა შეარჩიოს გარკვეულ გარემოში მცხოვრები ან გარკვეული საქმიანობით დაკავებული ასაკოვანი ადამიანები, არამედ შეეცადოს, რომ შერჩევითი ერთობლიობა რაც შეიძლება ზუსტად ასახავდეს ობიექტურ რეალობას. ასეთ შემთხვევაში საუკეთესოა ალბათური შერჩევის გამოყენება, რათა ყველა ასაკობრივ ადამიანს ჰქონდეს შერჩევით ერთობლიობაში მოხვედრის თანაბარი შანსი. თვისებრივი კვლევებისას კი, როცა მკვლევარი ორიენტირებულია გარკვეული სოციალური პროცესების სიღრმისეულ ანალიზზე და არა საზოგადოებაში არსებული სურათის აღწერაზე, მიზანდასახულად ხდება კვლევისთვის ამა თუ იმ შემთხვევების შერჩევა და მკვლევარი ცდილობს არა რაც შეიძლება მეტი შემთხვევა მოიცვას, არამედ რაც შეიძლება ფუნდამენტურად იკვლიოს მისთვის საინტერესო შემთხვევები. სწორედ არაალბათურ შერჩევას გამოიყენებს მკვლევარი, თუ, ვთქვათ, აინტერესებს როგორ ყალიბდება ლიდერის ფენომენი ამა თუ იმ სოციალურ ჯგუფში.

თუმცა, შესაძლოა ერთი კვლევისას შერჩევის ორივე ტიპის გამოყენება. ვთქვათ, მკვლევარს აინტერესებს, თუ რამდენად ეხმარება მოსწავლეებს სხვადასხვა ტიპის სკოლა (ჰუმანიტარული, ტექნიკური და სხვ.) მომავალი პროფესიის არჩევაში. თუ მკვლევარს მხოლოდ სკოლების მცირე რაოდენობის შესასწავლი რესურსი აქვს, მას შეუძლია გამოიყენოს არაალბათური შერჩევა, რათა ყველა ტიპის სკოლა მოიცვას, სკოლების შიგნით კი ალბათური შერჩევის მეთოდით მოახდინოს მოსწავლეების შერჩევა.

არაალბათური შერჩევის ტიპები

მიზნობრივი ანუ შეფასებითი შერჩევისას შესასწავლი შემთხვევების შერჩევა ან გარკვეული მიზნით ხდება, ანდა ექსპერტთა შეფასებების საფუძველზე. ის არ გამოგვადგება, თუ „ტიპურ სკოლას“ ან „ჩვეულებრივ პედაგოგს“ ვიკვლევთ. მკვლევარი ვერასოდეს იქნება დარწმუნებული, რომ მის მიერ შერჩეული შემთხვევები რეპრეზენტატულია, მაგრამ ეს არც არის მისი მიზანი; ამ შემთხვევაში ის სოციალური მოვლენების ახსნასა და სიღრმისეულ ანალიზზეა ორიენტირებული.

მიზნობრივი ანუ შეფასებითი შერჩევა ხშირად გამოიყენება პილოტური კვლევებისას, სანამ ჰიპოთეზები რეპრეზენტატულ შერჩევით ერთობლიობაზე შემოწმდება. მისი გამოყენება განსაკუთრებით ხელსაყრელია, როცა გამოსაკითხი ერთობლიობის წევრები ადამიანთა სპეციალურ და რთულად ხელმისაწვდომ კატეგორიას მიეკუთვნებიან, ვთქვათ, ნარკომანები, ქუჩის მაწანწალები და ა.შ. რადგან არ არსებობს ქუჩის მაწანწალების სრულყოფილი სია, მკვლევარი იყენებს სუბიექტურ ინფორმაციას (მათი თავშეყრის ადგილები, ადამიანები, რომელთანაც ისინი ურთიერთობენ და სხვ.) და ექსპერტებს (პოლიცია, თავშესაფართა ადმინისტრაცია, სხვა მაწანწალები), რომ მისი კვლევისთვის ქუჩის მაწანწალების შერჩევითი ერთობლიობა განსაზღვროს. მიზნობრივი შერჩევა გამოიყენება მაშინაც, როცა უნიკალურ შემთხვევებთან გვაქვს საქმე, რომლებიც განსაკუთრებით ინფორმატიულია. მაგალითად, თუ მკვლევარს აინტერესებს, თუ რამდენად უბიძგებს სატელევიზიო მუსიკალური გადაცემები მუსიკის ფანების ჩამოყალიბებას, ის შეარჩევს სწორედ იმ მუსიკალურ გადაცემებს, რომლებიც ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს ახალგაზრდებში.

თოვლის გუნდა რიცხობრივად მცირე ჯგუფებიდან შერჩევითი ერთობლიობის განსაზღვრის მეთოდია, იქნება ეს, ვთქვათ, ეთნიკური უმცირესობები თუ ნარკომანები. მისი გამოყენება მიზანშეწონილია მაშინ, როცა არ არსებობს ადეკვატური სია, რომელიც შერჩევის ჩარჩოდ გამოდგება. შერჩევის ეს მეთოდი ხშირად გამოიყენება ადამიანებს შორის ურთიერთობათა ქსელის საკვლევადაც, ანუ ის სოციომეტრული კვლევის ინსტრუმენტსაც წარმოადგენს.

შერჩევის პროცედურა საკმაოდ მარტივია: ვუკავშირდებით ჩვენთვის საინტერესო გენერალური ერთობლიობის წევრს და ვეკითხებით, ხომ არ იცნობს ჩვენთვის საინტერესო მახასიათებლების მქონე პიროვნებას (ვთქვათ, ქართველ ემიგრანტს გერმანიაში). ასეთ ადამიანს ინტერვიუს ჩატარების შემდეგ, იმავე შეკითხვას ვუსვამთ და ასე ვაგრძელებთ კვლევას მანამ, სანამ მოცემული ერთობლიობის ჩვენთვის ხელმისაწვდომი წევრები არ ამოიწურება.

თოვლის გუნდას ერთი დიდი უპირატესობა აქვს: ვინაიდან ის პირად რეკომენდაციაზეა დაფუძნებული და მოცემული წრის ადამიანები თავად აცნობენ ერთმანეთს მკვლევარს, ის ფაქტიურად ერთადერთი გზაა ადამიანთა იმ ერთობლიობის შესარჩევად, რომელიც არალეგალურ აქტივობებშია ჩართული. ამდენად, შერჩევის ამ მეთოდის გამოყენება შესაძლებელია მხოლოდ მაშინ, როცა მკვლევრისთვის საინტერესო ჯგუფის წევრები ურთიერთობათა ქსელში არიან ჩართულნი მსგავსი ინტერესების მქონე ადამიანებთან. სწორედ ესაა ამ მეთოდის სიძლიერე და სისუსტეც: თუმცა ის თვალსაჩინოს ხდის შესასწავლი კონტაქტების „ქსელს,” ისინი, ვინც ამ „ქსელში” არ არიან ჩართულნი, მკვლევრისთვის ხელმიუწვდომელი რჩებიან.

სტიქიური შერჩევა გამოიყენება ქუჩაში ადამიანების გამოკითხვისას. ის შერჩევის სხვა მეთოდებთან შედარებით უფრო მარტივი, იაფი და ნაკლებრეპრეზენტატულია. სტიქიური შერჩევის ტიპური შემთხვევაა, როცა ამა თუ იმ სატელევიზიო გადაცემის წამყვანები კამერითა და მიკროფონით გადიან ქუჩაში და გამვლელ-გამომვლელებს ინტერვიუს უტარებენ. ისინი ნებისმიერ გამვლელს კი არ აჩერებენ, არამედ იმათ, ვინც უფრო „ნორმალურად” გამოიყურება და ცდილობენ თავიდან აირიდონ ზედმეტად დინჯი, ზედმეტად აგრესიული, ძალიან ასაკოვანი რესპონდენტები.

სტიქიური შერჩევის კიდევ ერთი შემთხვევაა, როცა გაზეთი სთხოვს მკითხველებს შეავსონ მასში მოთავსებული კითხვარი და ფოსტით გაუგზავნონ რედაქციას. შეუძლებელია, რომ ყველა კითხულობდეს ამ გაზეთს, ყველას აინტერესებდეს მოცემული საკითხი და ყველას ჰქონდეს კითხვარის შევსების დრო და სურვილი. მათი მოსაზრებების საფუძველზე კი, ვინც კითხვარს შეავსებს და რედაქციას გაუგზავნის, შეუძლებელია განზოგადების მოხდენა მთელ პოპულაციაზე.

მიუხედავად ამ ხარვეზებისა, სტიქიური შერჩევა ხშირად გამოიყენება სოციალურ კვლევებში, რაც სწორედ მისი სიმარტივეთა და მოხერხებულობითაა განპირობებული.

კვოტური შერჩევისას მკვლევარი იღებს გადაწყვეტილებას, მოსახლეობის რომელი ჯგუფები უნდა იკვლიოს და რა პროპორციით უნდა მოხდნენ ისინი შერჩევით ერთობლიობაში. კვოტური შერჩევა იწყება მატრიცით, რომელშიც წარმოდგენილია გენერალური ერთობლიობის მახასიათებლები. მკვლევარმა უნდა იცოდეს, მოსახლეობის რა ნაწილია მამრობითი სქესისა და რა ნაწილი – მდედრობითი სქესის; შემდეგ დაადგინოს თითოეული სქესის წარმომადგენელთა ასაკობრივი განაწილება; შემდეგ დაადგინოს საშუალო შემოსავალი თითოეული სქესობრივ-ასაკობრივი კატეგორიისათვის და ა.შ. ნაციონალური კვოტური შერჩევის განსახორციელებლად, მკვლევარმა უნდა იცოდეს, ქვეყნის მოსახლეობის რა წილი ცხოვრობს ქალაქად და სოფლად, არის მამრობითი და მდედრობითი სქესისა, მიეკუთვნება სხვადასხვა ასაკობრივ კატეგორიას და სოციალურ კლასს, უნდა იცოდეს მათი განათლების დონე და ოჯახური მდგომარეობა და ა.შ. ამ მონაცემების დადგენა შესაძლებელია მოსახლეობის აღწერის ან დიდი სამთავრობო გამოკვლევების (როგორცაა შინამეურნეობის საერთო გამოკვლევა) მასალებიდან.

ამგვარი მატრიცის შედგენისა და მისი თითოეული უჯრედისთვის შესაბამისი პროპორციის მინიჭების შემდეგ, მკვლევარი მხოლოდ იმ ადამიანებს გამოკითხავს, ვინც მოცემული უჯრედის ყველა მახასიათებელს ფლობენ, ანუ ის *კვოტურ კონტროლს* ახორციელებს და მხოლოდ მათ ირჩევს, ვინც ფიქსირებულ კვოტურ კატეგორიებში ხვდება.

კვოტურ შერჩევაში ორი სახის კონტროლი არსებობს: *დამოუკიდებელი და ურთიერთდამოკიდებული*. ვთქვათ, გვინტერესებს, თუ რა სიხშირით დადიან თეატრებსა და მუზეუმებში ახალგაზრდა ქალები. აქ აუცილებელია, უპირველეს ყოვლისა, სხვადასხვა ასაკობრივი კატეგორია ავიღოთ, რადგან სხვადასხვა ასაკის ადამიანები სხვადასხვა სიხშირით დადიან მუზეუმებსა და თეატრებში; აგრეთვე აუცილებელია გავითვალისწინოთ მათი კლასობრივი კუთვნილება და შრომითი სტატუსი, რადგან ეს უკანასკნელნი არსებით გავლენას ახდენენ იმაზე, თუ რამდენად აქვს ადამიანს თეატრებისა და მუზეუმების ხშირი მონახულების საშუალება. მაგალითისთვის ავიღოთ 20-49 წლის 100 ქალისგან შემდგარი შერჩევითი ერთობლიობა, რომელშიც სამი სახის კვოტური კონტროლია გამოყენებული: ასაკი, სოციალური კლასი და შრომითი სტატუსი.

დამოუკიდებელი კვოტური კონტროლი

ასაკი	%	სოციალური კლასი	%	შრომითი სტატუსი	%
20-29	40	მაღალი	25	მუშაობს (+)	60
30-39	35	საშუალო	60	არ მუშაობს (-)	40
40-49	25	დაბალი	15		
	100		100		100

ურთიერთდამოკიდებული კვოტური კონტროლი

სოციალური კლასი	მაღალი		საშუალო		დაბალი		ჯამი
შრომითი სტატუსი	+	-	+	-	+	-	
20-29	4	3	20	7	4	2	40
30-39	7	5	8	10	2	3	35
40-49	2	4	11	4	2	2	25
ჯამი	13	12	39	21	8	7	100
	25		60		15		

დამოუკიდებელი კონტროლი გვიჩვენებს, რომ შერჩევითი ერთობლიობა რეპრეზენტატულია თითოეული კვოტური ცვლადის მიხედვით. თუმცა, შესაძლოა შერჩევით ერთობლიობაში მახასიათებელთა არარეპრეზენტატული კომბინაცია შეგვხვდეს. მაგალითად, 40-49 წლის ასაკის დაბალი კლასის ყველა ქალი უმუშევარი აღმოჩნდეს. რათა დავრწმუნდეთ, რომ შერჩევითი ერთობლიობა მახასიათებელთა სწორ კომბინაციას მოიცავს, ურთიერთდამოკიდებული კონტროლი უნდა გამოვიყენოთ. აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ რაც უფრო კომპლექსური ხდება კვოტური კონტროლი და რაც უფრო იზრდება ურთიერთდამოკიდებულ ცვლადთა და კატეგორიათა რიცხვი, მით უფრო რთულია იმ ადამიანების პოვნა, რომლებიც კვოტურ უჯრედს შეავსებენ; შესაბამისად, გამოკვლევის ხარჯებიც მატულობს.

მიუხედავად ამისა, კვოტური შერჩევა საკმაოდ პოპულარულია და ფართოდ გამოიყენება თანამედროვე საბაზრო კვლევებში. თუმცა მისი ძირითადი ნაკლი ისაა, რომ, რადგან ის არ განეკუთვნება ალბათურ შერჩევას, მკვლევარი ვერ დაადგენს შერჩევის ცდომილებას და ვერ შეაფასებს ნდობის ინტერვალს.

ალბათური შერჩევის ტიპები

მარტივი შემთხვევითი შერჩევა ალბათური შერჩევის ყველაზე მარტივი და საკმაოდ გავრცელებული ფორმაა. მისი გამოყენებისას, მკვლევარი ადგენს შერჩევის რაც შეიძლება სრულყოფილ ჩარჩოს და შემთხვევითი ტიპის მათემატიკური პროცედურის საფუძველზე, მოცემული შერჩევის ჩარჩოდან შერჩევით ერთობლიობას ადგენს. მარტივი შემთხვევითი შერჩევის რამდენიმე მეთოდი არსებობს, ესენია: ლატარიის მეთოდი, შემთხვევითი რიცხვების მეთოდი და სისტემური შერჩევა.

ლატარიის მეთოდისას, ყველა შესარჩევი ელემენტის სახელწოდება მოთავსებულია ქაღალდის ფურცელზე, ჩაყრილია რაიმე ჭურჭელში და ბრმად ხდება ქაღალდების შერჩეული რაოდენობის ამოღება. ვთქვათ, გვაქვს 1000 სკოლის სია და მათგან 50 სკოლა უნდა შევარჩიოთ გამოკვლევის ჩასატარებლად. ასეთ შემთხვევაში სკოლების სახელწოდებებს მოვათავსებთ ქაღალდის ფურცლებზე, ჩავყრით რაიმე ჭურჭელში და ბრმად ამოვიღებთ 50 ფურცელს. როგორც ვხედავთ, ლატარიის მეთოდის გამოყენება ძალიან იოლია, მაგრამ ის მხოლოდ იმ შემთხვევაში გამოდგება, როცა შერჩევის ჩარჩო არ არის ძალიან დიდი.

შემთხვევითი რიცხვების მეთოდი ლატარიის მეთოდზე უფრო ხშირად გამოიყენება. აქ შერჩევის ჩარჩოში მოცემულ თითოეულ ელემენტს მიენიჭება საკუთარი ნომერი და მკვლევარი შემთხვევითი წესით ირჩევს რიცხვებს. ჩვენი მაგალითი რომ გამოვიყენოთ, თუ 1000 სკოლიდან 50-ის შერჩევა გვსურს, თითოეულ სკოლას მივანიჭებთ ნომრებს 0001-დან 1000-მდე და შემთხვევითი წესით შევარჩევთ

ნომრების საჭირო რაოდენობას. რა თქმა უნდა, რიცხვები არ უნდა გამეორდეს, რადგან აზრი არა აქვს რომელიმე სკოლის ორჯერ გამოკვლევას, სხვებისა კი - არც ერთხელ.

სისტემური შერჩევა მარტივი შემთხვევითი შერჩევის ყველაზე გავრცელებული მეთოდია, რადგან ის საკმაოდ ხელსაყრელია დიდი ზომის შერჩევის ჩარჩოს შემთხვევაში. ამ დროს ვირჩევთ გარკვეულ ფიქსირებულ ინტერვალს, რომელსაც *შერჩევის ინტერვალი* ჰქვია და ამ ინტერვალის დაცვით, შერჩევის ჩარჩოდან ელემენტების შერჩევას ვახდენთ. შერჩევის ინტერვალი დამოკიდებულია შერჩევის ჩარჩოს მოცულობასა და შესარჩევი ელემენტების რაოდენობაზე. ისევ ჩვენს მაგალითს რომ დავუბრუნდეთ, თუ 1000 სკოლიდან 50-ის შერჩევა გვსურს, ჩვენი შერჩევის ინტერვალი იქნება 20, ანუ 1000-დან 50 სკოლის შესარჩევად ყოველი მე-20 სკოლა უნდა ავიღოთ.

მიუხედავად ფართო გამოყენებისა, სისტემური შერჩევა ერთ საფრთხესთანაა დაკავშირებული: შესაძლოა სიაში ელემენტების ამა თუ იმ წესით განაწილებამ სისტემური შერჩევა გამოუსადეგარი გახადოს, თუ, ვთქვათ, სიაში ელემენტები ციკლურადაა განაწილებული და ეს უკანასკნელი შერჩევის ინტერვალს ემთხვევა. ამ საფრთხეს ხშირად *პერიოდულობის* ტერმინით აღნიშნავენ. მაგალითის სახით წარმოგიდგინებ ჯარისკაცების გამოკვლევას II მსოფლიო ომის დროს, როცა მკვლევრებმა თითოეული ქვედანაყოფიდან ყოველი მე-10 ჯარისკაცი გამოკითხეს. მაგრამ აღმოჩნდა, რომ ქვედანაყოფები ათეულებისგან შედგებოდა, პირველი ათეული მხოლოდ სერჟანტებს მოიცავდა, მეორე ათეული მხოლოდ კაპრალებს, მესამე კი – მხოლოდ ოფიცრებს. შედეგად, სისტემური შერჩევის საფუძველზე მიღებული შერჩევითი ერთობლიობა მხოლოდ სერჟანტებისგან შედგებოდა. მსგავსად ამისა, სრულიად შესაძლებელი იყო, რომ შერჩევით ერთობლიობაში ვერც ერთი სერჟანტი ვერ მოხვედრილიყო და მკვლევრებს მხოლოდ კაპრალები ან ოფიცრები გამოეკითხათ. ამდენად, სისტემური შერჩევის განხორციელებისას, მკვლევარმა ყურადღებით უნდა შეისწავლოს შესარჩევი ელემენტების სია და თუ ეს ელემენტები რაიმე თანმიმდევრობითაა განლაგებული, დარწმუნდეს, რომ ეს თანმიმდევრობა შერჩევით ერთობლიობას გამოუსადეგარს არ გახდის. ჩვენს მაგალითს რომ დავუბრუნდეთ, ყველა დონის ჯარისკაცის გამოსაკითხად, აუცილებელია სისტემური შერჩევის განხორციელება თითოეულ ათეულში.

სტრატეგიცირებული შერჩევისას მკვლევარი ჯერ ქვეჯგუფებად ანუ სტრატებად ყოფს გენერალურ ერთობლიობას, შემდეგ კი თითოეული სტრატიდან შემთხვევითი წესით (ვთქვათ, სისტემური შერჩევის გზით) არჩევს შერჩევით ერთობლიობას. თითოეული სტრატის ზომის დადგენის საფუძველზე, მკვლევარი აკონტროლებს შერჩევითი ერთობლიობის შიგნით სხვადასხვა სტრატის პროპორციას, რითიც შერჩევის რეპრეზენტატულობას უზრუნველყოფს.

უნდა აღინიშნოს, რომ სტრატეგიცირებული შერჩევა გაცილებით მეტად რეპრეზენტატულია, ვიდრე მარტივი შემთხვევითი შერჩევა, რადგან აქ უბრალოდ კი არ ხდება საერთო გენერალური ერთობლიობიდან შერჩევითი ერთობლიობის დადგენა, არამედ გენერალური ერთობლიობის ჰომოგენური ქვეჯგუფებიდან შესაბამისი რაოდენობის ელემენტები შეირჩევა. მაგალითად, უნივერსიტეტის სტუდენტების კვლევისას, თავდაპირველად, შესაძლოა ისინი ფაკულტეტებისა და კურსების მიხედვით დავყოთ, რაც, რა თქმა უნდა, გაცილებით მეტად ინფორმატიული იქნება, ვიდრე სტუდენტთა საერთო რაოდენობის აღება. შესაძლოა შემდგომ კიდევ უფრო გავართულოთ ჩვენი მოდელი და ფაკულტეტებისა და

კურსების მიხედვით სტრატეგიცირებას, სქესისა და აკადემიური მოსწრების მიხედვით სტრატეგიცირებაც დავუმატოთ. ამ გზით მიღებული შერჩევითი ერთობლიობა გაცილებით მეტად რეპრეზენტატული იქნება, რადგან გვეცოდინება, რომ, ვთქვათ, მასში საკმარისი რაოდენობით სანიმუშო აკადემიური მოსწრების პირველკურსელი გოგონაა გარკვეული ფაკულტეტიდან.

განვიხილოთ სტრატეგიცირებული შერჩევის ნიმუში ფაკულტეტებისა და კურსების მიხედვით. ვთქვათ, ჩვენი გენერალური ერთობლიობა წარმოადგენს 2000 სტუდენტს, რომელთაგან 200 უნდა გამოვკითხოთ, რაც ნიშნავს, რომ შერჩევის ინტერვალი იქნება 10. შევადგენთ 2000 სტუდენტის სიას ფაკულტეტების მიხედვით და სისტემური შერჩევის საფუძველზე შევარჩევთ 200 სტუდენტს. ფაკულტეტების მიხედვით სტუდენტების შერჩევისას, გამოვთვლით თითოეულ ფაკულტეტზე მყოფი სტუდენტების წილს უნივერსიტეტის სტუდენტების საერთო რაოდენობაში, ვთქვათ, თუ სტუდენტების საერთო რაოდენობაა 2000 და მათგან იურიდიულ ფაკულტეტზე 400 სტუდენტი სწავლობს, ეს ნიშნავს, რომ იურიდიული ფაკულტეტის სტუდენტების წილი უნივერსიტეტის სტუდენტების საერთო რაოდენობაში 20% ანუ $1/5$ –ია; შესაბამისად, შერჩევით ერთობლიობაში მოხვედრილი სტუდენტების 20% (ჩვენს მაგალითზე 200-ის 20% ანუ 40 სტუდენტი) იურიდიული ფაკულტეტიდან უნდა იყოს.

რაც შეეხება კურსების მიხედვით სტუდენტების დანაწილებას, ვთქვათ, იურიდიული ფაკულტეტის 400 სტუდენტიდან 120 პირველკურსელია, 100 – მეორეკურსელი, 80 – მესამეკურსელი და 100 – მეოთხეკურსელი, რაც ნიშნავს, რომ პირველკურსელი სტუდენტების წილი იურიდიული ფაკულტეტის სტუდენტების საერთო რაოდენობაში 30%-ია, მეორეკურსელებისა – 25%, მესამეკურსელებისა – 20%, ხოლო მეოთხეკურსელებისა – 25%. ეს მაჩვენებლები ზუსტად უნდა აისახოს შერჩევით ერთობლიობაში; შესაბამისად, იურიდიულ ფაკულტეტზე შერჩეული 40 სტუდენტიდან მათი 30% ანუ 12 სტუდენტი პირველკურსელი იქნება, 25% ანუ 10 სტუდენტი – მეორეკურსელი, 20 % ანუ 8 სტუდენტი – მესამეკურსელი და 25% ანუ 10 სტუდენტი – მეოთხეკურსელი. ამავე პრინციპით შევარჩევთ სტუდენტებს უნივერსიტეტის სხვა ფაკულტეტებიდანაც.

არსებობს სტრატეგიცირებული შერჩევის ოქროს წესი: რაც უფრო ჰომოგენურია სტრატის შიგნით არსებული ელემენტები და რაც უფრო ჰეტეროგენურია თითოეული სტრატა სხვა სტრატასთან მიმართებაში, მით უფრო რეპრეზენტატულია შერჩევა. ამრიგად, მკვლევარი უნდა შეეცადოს, რომ თითოეული სტრატა მაქსიმალურად განსხვავდებოდეს დანარჩენებისაგან, სტრატის შიგნით არსებული ელემენტები კი - მაქსიმალურად ერთმანეთის მსგავსი იყოს.

კლასტერული შერჩევის მიზანია ორი პრობლემის გადაჭრა: გამოასწოროს შერჩევის არაადეკვატური ჩარჩოს არსებობით გამოწვეული ხარვეზები და შეამციროს გამოკვლევის ჩატარების დრო და ხარჯები. ვთქვათ, გვსურს საქართველოს სხვადასხვა რეგიონის პედაგოგების გამოკითხვა. ჯერ ერთი, არ არსებობს ამ პედაგოგების სრულყოფილი სია; მეორე, ამგვარი სიაც რომ არსებობდეს, სხვადასხვა ტერიტორიული არეალის მოცვა დიდ დროსა და ხარჯებთანაა დაკავშირებული. ამ პრობლემის გადასაჭრელად, მკვლევარი შერჩევის რამდენიმე საფეხურს ახორციელებს, კერძოდ, ის ჯერ შემთხვევითი წესით არჩევს კლასტერებს (ეს შეიძლება იყოს გეოგრაფიული არეალები, ორგანიზაციები თუ ინსტიტუტები და ა.შ.), შემდეგ კი ისევ შემთხვევითი წესით არჩევს ელემენტებს შერჩეული კლასტერების შიგნით. ამას დიდი პრაქტიკული მნიშვნელობა აქვს: ერთი მხრივ, მაშინაც კი, როცა არ არსებობს

შერჩევის სრულყოფილი ჩარჩო გენერალური ერთობლიობის ელემენტებისათვის, მკვლევარს შეუძლია შეადგინოს შერჩევის აკურატული ჩარჩო კლასტერებისათვის, რაც გაუადვილებს თითოეული კლასტერის შიგნით არსებული ელემენტების შერჩევის ჩარჩოს შექმნას. მეორე მხრივ კი, კლასტერულ შერჩევას უპირატესობა ენიჭება გეოგრაფიულად გაფანტული მოსახლეობის შემთხვევაში, რადგან კლასტერის შიგნით არსებული ელემენტები ფიზიკურად ახლოსაა ერთმანეთთან, რაც ამცირებს თითოეულ ელემენტთან დაკავშირების დროსა და ხარჯებს.

როგორც აღინიშნა, კლასტერული შერჩევისას მკვლევარი შერჩევის რამდენიმე ეტაპს ახორციელებს. სამსაფეხურიანი შერჩევისას პირველი საფეხურია, შემთხვევითი შერჩევის საფუძველზე, მსხვილი კლასტერების შერჩევა; მეორე საფეხურია, თითოეული მსხვილი კლასტერის შიგნით, შემთხვევითი შერჩევის საფუძველზე, მცირე კლასტერების შერჩევა; მესამე საფეხურია მცირე კლასტერებიდან ელემენტების შერჩევა. მაგალითად, შინამეურნეობის კვლევისას, პირველ ეტაპზე, შემთხვევითი შერჩევის საფუძველზე, მკვლევარი ირჩევს სახლებს ამა თუ იმ ქუჩაზე. ამის შემდეგ ის ითვლის შინამეურნეობათა საერთო რაოდენობას შერჩეულ სახლებში და ადგენს მათ შერჩევის ჩარჩოს, რათა შერჩევის მეორე ეტაპზე ამ სიიდან შინამეურნეობათა შემთხვევითი შერჩევა განახორციელოს. შერჩევის ბოლო ეტაპზე მკვლევარი ირჩევს რესპონდენტს შერჩეული შინამეურნეობიდან.

შინამეურნეობიდან რესპონდენტის შერჩევაში ამერიკელი მკვლევრის ლესლი კიშის მიერ შემუშავებული ცხრილი გვხმარება (1995, გვ.399). მისი ცხრილის აუცილებელი პირობაა, რომ ინტერვიუერმა შეადგინოს შინამეურნეობის ზრდასრულ წევრთა სია, სადაც ჯერ მამაკაცები იქნებიან ჩამოთვლილნი უფროსიდან უმცროსის მიმართულებით, შემდეგ კი – ქალები, და შესაბამისი ნუმერაცია მიენიჭებათ. მაგალითად, თუ ოჯახში 4 წევრია – ქმარი, ცოლი, ზრდასრული ვაჟი და სიდედრი, მათი სია შემდეგი სახისა იქნება – 1. ქმარი, 2. ვაჟი, 3. სიდედრი და 4. ცოლი. კიშის ცხრილი გვიჩვენებს, შინამეურნეობის წევრთა რაოდენობის შესაბამისად, რომელი მათგანი გამოვკითხოთ.

თუ შინამეურნეობის ზრდასრულ წევრთა რაოდენობაა:

1	2	3	4	5	6 და მეტი
1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	2	2
1	1	1	2	2	2
1	1	2	2	3	3
1	2	2	3	3	4
1	2	3	3	4	5
1	2	3	4	5	5
1	2	3	4	5	6

მკვლევარმა, რომელიც კლასტერულ შერჩევას ახორციელებს, თავად უნდა გადაწყვიტოს როგორც კლასტერების რაოდენობა, ისე კლასტერებს შიგნით ელემენტების რაოდენობა. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ მის მიერ მიღებული გადაწყვეტილება არსებით გავლენას მოახდენს კვლევის შედეგებზე. ვთქვათ, გვსურს საქართველოს სხვადასხვა რეგიონის სკოლებში 1000 პედაგოგის გამოკითხვა. შერჩევის პირველ ეტაპზე უნდა შევარჩიოთ საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში არსებული სკოლები, მომდევნო ეტაპზე კი - ამ სკოლების პედაგოგები. ჩვენ ხელთ არსებული ფინანსებისა და დროის შესაბამისად, შერჩევის სხვადასხვა ვარიანტის განხორციელებაა შესაძლებელი.

შერჩეული სკოლების რაოდენობა	შერჩეული პედაგოგების რაოდენობა	შეფასება
5	200	ნაკლები დანახარჯები, ნაკლები სიზუსტე
10	100	
20	50	ოპტიმალური რაოდენობა
25	40	
40	25	
50	20	
100	10	მეტი დანახარჯები, მეტი სიზუსტე
200	5	

კლასტერულ შერჩევას ერთი ნაკლი აქვს: ის ამცირებს სიზუსტეს და ზრდის შერჩევის ცდომილებას, რადგან კლასტერის შიგნით არსებული ელემენტები საკმაოდ ერთგვაროვანია. სავარაუდოა, რომ ერთი სკოლიდან შერჩეულ პედაგოგებს მსგავსი დამოკიდებულება ექნებათ, ვთქვათ, საგანმანათლებლო რეფორმის მიმართ, ვიდრე სხვადასხვა სკოლებიდან შერჩეულ პედაგოგებს. ამდენად, მეტი კლასტერისგან შემდგარი შერჩევითი ერთობლიობა (200 პედაგოგი), არჩეული 5 სკოლიდან, შერჩევის გაცილებით მაღალი ცდომილებით ხასიათდება, ვიდრე ნაკლები კლასტერისგან შემდგარი შერჩევითი ერთობლიობა (5 პედაგოგი), არჩეული 200 სკოლიდან.

სიზუსტის გასაზრდელად, რეკომენდებულია რაც შეიძლება მეტი სტრატეგიკაციის განხორციელება კლასტერული შერჩევის თითოეულ საფეხურზე. მაგალითად, პედაგოგების გამოკითხვის მიზნით, ქვეყანაში არსებული ყველა სკოლის სტრატეგიცირება უნდა განხორციელდეს რეგიონის მიხედვით, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის სკოლების რეპრეზენტატიულობის დონეს. თითოეული შერჩეული სკოლიდან პედაგოგების სტრატეგიცირება უნდა განხორციელდეს სხვადასხვა მახასიათებლის, ვთქვათ, სტაჟის მიხედვით, სანამ შერჩევითი ერთობლიობისთვის პედაგოგების სისტემური შერჩევა მოხდება.

კლასტერული შერჩევის განხორციელების ორი გზა არსებობს: *პროპორციული და დისპროპორციული*. როცა თითოეული კლასტერის ზომა (ან კლასტერში ელემენტების რაოდენობა) თანაბარია, ადგილი აქვს პროპორციულ შერჩევას. მაგრამ ხშირად კლასტერები სხვადასხვა ზომისაა. მაგალითად, ზოგიერთ სკოლაში შეიძლება სხვებთან შედარებით 2-ჯერ მეტი პედაგოგი ასწავლიდეს. მართალია, ამ შემთხვევაში სკოლებს შერჩევის თანაბარი შანსი აქვს, შერჩევით ერთობლიობაში თითოეული პედაგოგის მოხვედრის შანსი 2-ჯერ ნაკლებია იქ, სადაც 2-ჯერ მეტი პედაგოგია. თუ ზომის პროპორციულ შერჩევას განვახორციელებთ, რაც ნიშნავს, რომ სკოლებს, სადაც მეტი პედაგოგია, შერჩევის მეტი შანსი მივცეთ, მათ კი, სადაც ნაკლები პედაგოგია - შერჩევის ნაკლები შანსი, თითოეულ პედაგოგს შერჩევის თანაბარი შანსი ექნება. ამდენად, სკოლას, რომელშიც 100 პედაგოგია, შერჩევის 5-ჯერ მეტი შანსი უნდა მიეცეს, ვიდრე სკოლას, რომელშიც 20 პედაგოგია.

არის შემთხვევები, როცა მიზანშეწონილია დისპროპორციული შერჩევის განხორციელება. მაგალითად, მკვლევარმა შეიძლება დისპროპორციულად შეარჩიოს კლასტერები, რათა თითოეულში ელემენტების საკმარისი რაოდენობა ჰქონდეს გასაანალიზებელი. ვთქვათ, მკვლევარი აპირებს 1000 შინამეურნეობის კვლევას გარკვეულ ქალაქში. დავუშვათ, ამ ქალაქს აქვს მჭიდროდ დასახლებული უბანი, სადაც მისი მოსახლეობის 1/4-ია თავმოყრილი და ეს უბანი მკვლევრის

განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს. თუ ის რეპრეზენტატულ შერჩევას განახორციელებს, ამ უბნიდან მხოლოდ 250 შინამეურნეობა უნდა შეარჩიოს, დანარჩენებიდან კი – 750. შესაძლოა, 250 შემთხვევა არ იყო საკმარისი მკვლევრის მიერ დაგეგმილი ანალიზის განსახორციელებლად. ამდენად, მკვლევარს შეუძლია შეარჩიოს შინამეურნეობათა თანაბარი რაოდენობა (500) მჭიდროდ დასახლებული უბნიდან და დანარჩენი ქალაქიდან, რის საფუძველზეც, აღნიშნულ უბანში მდებარე შინამეურნეობებს შერჩევის დისპროპორციულად უკეთესი შანსი მიეცემათ, ვიდრე დანარჩენ უბნებში მდებარე შინამეურნეობებს. ამგვარი შერჩევა არ არის პრობლემა, თუ მკვლევარი დამოუკიდებლად აანალიზებს თითოეულ უბანს ან ახორციელებს შედარებით ანალიზს მჭიდროდ და ნაკლებმჭიდროდ დასახლებულ უბნებს შორის; მაგრამ, თუ ის აპირებს ორივე შერჩევითი ერთობლიობის კომბინირებას, რათა ქალაქის საერთო სურათი წარმოადგინოს, აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს დისპროპორციული შერჩევა. აქ მარტივი გამოსავალია ის, რომ რადგან მჭიდროდ დასახლებული უბანი მთელი ქალაქის 1/4-ს შეადგენს, დანარჩენი ნაწილი კი – 3/4-ს, ნაკლებმჭიდროდ დასახლებულ უბნებში მდებარე თითოეული შინამეურნეობა სამ შინამეურნეობად ჩაითვალოს, რაც რეალური პროპორციის შესაბამის სურათს შექმნის.

შერჩევის ცდომილება

შერჩევის ცდომილება გვიჩვენებს, რამდენად ზუსტადაა შეფასებული გენერალური ერთობლიობის პარამეტრები. მკვლევართა მიზანია, რაც შეიძლება მაღალი სიზუსტე, ანუ შერჩევის რაც შეიძლება დაბალი ცდომილება ჰქონდეთ. არსებობს რამდენიმე ფაქტორი, რაც გავლენას ახდენს შერჩევის ცდომილებაზე, რომელსაც სტანდარტულ ცდომილებასაც უწოდებენ: 1. ვარიაციულობა გენერალურ ერთობლიობაში – რაც უფრო ჰეტეროგენულია გენერალური ერთობლიობა, მით უფრო მაღალია შერჩევის ცდომილება; 2. შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობა – რაც უფრო მრავალრიცხოვანია შერჩევითი ერთობლიობა, მით უფრო მცირეა შერჩევის ცდომილება; 3. შერჩევითი ერთობლიობის დიზაინი – ა) მეტი სტრატეგიკაცია შერჩევის ნაკლებ ცდომილებას იწვევს და ბ) მეტი კლასტერი შერჩევის მეტ ცდომილებას იწვევს.

როგორც აღინიშნა, შერჩევის ცდომილებაზე გავლენის მქონე ერთ-ერთი უმთავრესი ფაქტორია შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობა. მკვლევარნი ხშირად აღნიშნავენ, იმისათვის, რომ ორჯერ შევამციროთ შერჩევის ცდომილება, ორჯერ უნდა გავზარდოთ შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობა. ლესლი კიში გვთავაზობს შერჩევის ცდომილების გამოთვლას შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობისა და მიღებულ პასუხთა საშუალო სიხშირეების საფუძველზე (1995, გვ. 576).

პასუხთა სიხშირე (%)	შერჩევის ცდომილება (%), შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობის მიხედვით					
	2000	1000	700	500	300	100
50/50	3	4	5	6	8	14
30/70	3	4	5	6	7	13
20/80	2	4	4	5	6	11
10/90	2	3	3	4	5	8
5/95	1	2	2	3	4	

როცა მკვლევარი გამოკვლევის მონაცემებს ამუშავებს, ის, პირველ რიგში, სიხშირეებს ითვლის. თუ სიხშირეებს გრაფიკულად გამოვსახავთ, მივიღებთ მრუდს, რომელსაც შესაძლოა სხვადასხვა ფორმა ჰქონდეს. გრაფიკზე მრუდის მდებარეობა სტანდარტულ ცდომილებაზეა დამოკიდებული; თუ ის მცირეა, მრუდს პიკის ფორმა აქვს და მთას ჰგავს; თუ ის დიდია, მრუდი ბრტყელია. ნორმალური განაწილების თავისებურება ისაა, რომ შერჩევითი ერთობლიობის საშუალოების 95% ყოველთვის ხვდება სტანდარტული ცდომილების შიგნით, გენერალური ერთობლიობის საშუალოს ორივე მხარეს. ამ 95%-ს *სანდოობის დონე* ჰქვია. დანარჩენი 5% თანაბრად განაწილებული გენერალური ერთობლიობის საშუალოს ორივე მხარეს, ანუ თითოეულ მხარეს 2,5% ხვდება. ამ +2,5% - _2,5% *ნდობის ინტერვალი* ჰქვია. ვთქვათ, გვანტერესებს სტუდენტების დამოკიდებულება მიმდინარე საგანმანათლებლო რეფორმისადმი, შერჩევითი ერთობლიობა 1000 სტუდენტს მოიცავს და მათგან 50% ამბობს, რომ დადებითად აფასებს საგანმანათლებლო რეფორმას, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 95%-ით დარწმუნებულნი ვართ, რომ რეფორმის მიმართ პოზიტიურად განწყობილთა რიცხვი მერყეობს 47,5% - 52,5% შორის.

შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობა

და ბოლოს, დამწყები მკვლევარნი ხშირად სვამენ შეკითხვას, რა ზომის უნდა იყოს შერჩევითი ერთობლიობა. ამ შემთხვევაში მკვლევრის არჩევანი სამ ფაქტორზეა დამოკიდებული: 1. სიზუსტის დასაშვები დონე; 2. გენერალური ერთობლიობის ჰეტეროგენულობა და 3. სხვადასხვა ცვლადის რაოდენობა, რომელსაც მკვლევარი ერთდროულად ანალიზებს. სხვა ფაქტორები მსგავსიც რომ იყოს, აუცილებელია უფრო დიდი მოცულობის შერჩევითი ერთობლიობა, თუ მკვლევარს მაღალი სიზუსტე მოეთხოვება, გენერალური ერთობლიობა ჰეტეროგენულია და ერთდროულად მრავალი ცვლადის კვლევა მიმდინარეობს. მაგრამ, როცა დასაშვებია ნაკლები სიზუსტე, გენერალური ერთობლიობა ჰომოგენურია და მხოლოდ რამდენიმე ცვლადის შესწავლა ხდება, შესაძლოა შერჩევითი ერთობლიობა უფრო მცირერიცხოვანიც იყოს.

ამერიკელი მკვლევარი ლორენს ნიუმანი შერჩევითი ერთობლიობის ზომის განსაზღვრის შემდეგ პრინციპს გთავაზობს: რაც უფრო მცირერიცხოვანია გენერალური ერთობლიობა, მით უფრო მაღალი იქნება შერჩევის წილი; უფრო მრავალრიცხოვანი გენერალური ერთობლიობა კი შერჩევის უფრო დაბალ წილსაც იტანს. ნიუმანი აღნიშნავს, რომ ისეთი მცირე გენერალური ერთობლიობისთვის, როგორცაა 1000 ადამიანი, შერჩევის წილი საკმაოდ მაღალი უნდა იყოს – დაახლოებით 30%. ამდენად, ამ შემთხვევაში, შერჩევის მაღალი სიზუსტის მიღწევის მიზნით, შერჩევით ერთობლიობაში 300 ადამიანი უნდა მოხვდეს. საშუალო ზომის გენერალური ერთობლიობისთვის, როგორცაა 10000 ადამიანი, მსგავსი სიზუსტის მისაღწევად, შერჩევის უფრო დაბალი წილია საკმარისი (დაახლოებით 10%). შესაბამისად, შერჩევითი ერთობლიობის ზომა 1000 ადამიანი იქნება. დიდი ზომის გენერალური ერთობლიობისთვის, როგორცაა 150000 ადამიანი, შერჩევის კიდევ უფრო მცირე წილია დასაშვები (დაახლოებით 1%), ამიტომ 1500-კაციანი შერჩევითი ერთობლიობა საკმაოდ ადეკვატური იქნება. ძალიან დიდი ზომის გენერალური ერთობლიობის შემთხვევაში (ვთქვათ, 10 მილიონი), დასაშვებია 0,025%-იანი შერჩევის წილი, ანუ 2500-კაციანი შერჩევითი ერთობლიობა. ავტორი აღნიშნავს, რომ გენერალური ერთობლიობის ზომას აღარა აქვს არსებითი მნიშვნელობა, როცა

შერჩევის წილი ძალიან დაბალია და რომ 2500-კაციანი შერჩევითი ერთობლიობა ისეთივე აკურატულია 200-მილიონიანი გენერალური ერთობლიობის შემთხვევაში, როგორც 10-მილიონიანი გენერალური ერთობლიობის შემთხვევაში. ეს ყველაფერი იმ ძირითად პრინციპთანაა დაკავშირებული, რომ შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობის პროპორციული ზრდა გაცილებით მეტად ზრდის სიზუსტეს მცირე, ვიდრე დიდ შერჩევით ერთობლიობაში და თუ, ვთქვათ, 50-კაციან შერჩევით ერთობლიობას 100-მდე გავზრდით და შერჩევის ცდომილება 7,1%-დან 2,1%-მდე მცირდება, 1000-კაციანი შერჩევითი ერთობლიობის 2000-მდე გავზრდის შედეგად, შერჩევის ცდომილება 1,6%-დან მხოლოდ 1,1%-მდე მცირდება (2003, გვ. 232).

ლიტერატურა:

- Alreck, P. L. and Settle, R. B. (1985). *The Survey Research Handbook*. Homewood: Irwin.
- Babbie, E. (1998). *Survey Research Methods* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth.
- Bernard, H. R. (2002). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Methods* (3rd ed.). Oxford: Altamira Press.
- De Vaus, D. A. (1990). *Survey in Social Research* (2nd ed.). London: Unwin Hyman.
- De Vaus, D. (2002). *Surveys in Social Research* (5th ed.). London: Routledge.
- Gilbert, N. (ed.). (1993). *Researching Social Life*. London: SAGE Publications.
- Kish, L. (1965). *Survey Sampling*. NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Newman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). Boston: A&B.

მონაცემთა ანალიზი

მონაცემთა ანალიზი სამ ძირითად საფეხურს მოიცავს: მონაცემების ორგანიზება და გაწმენდა (მონაცემების მომზადება); მონაცემების აღწერა (აღწერითი სტატისტიკა); და ბოლოს, ჰიპოთეზების შემოწმება (დასკვნითი სტატისტიკა).

მონაცემების მომზადება გულისხმობს მონაცემების სიზუსტის შემოწმებას, მონაცემების კომპიუტერში შეყვანას და მონაცემთა ბაზის შექმნას.

აღწერითი სტატისტიკა აღწერს შესასწავლი მონაცემების ძირითად თავისებურებებს. ის იძლევა წარმოდგენას შერჩევისა და გამოყენებული საზომების შესახებ და უბრალოდ აჯამებს, თუ რას აჩვენებს მიღებული მონაცემები.

ანალიტიკური სტატისტიკა ჰიპოთეზებს ამოწმებს. მის საფუძველზე მკვლევარს მიღებული მონაცემებიდან დასკვნები გამოაქვს.

კოდირება

მონაცემთა კომპიუტერული ანალიზი მოითხოვს, რომ შეკითხვებზე პასუხები გადაყვანილ იქნეს რიცხობრივ მაჩვენებლებში. ეს პროცესი კოდირების სახელითაა ცნობილი.

კოდირება ოთხ ძირითად საფეხურს მოიცავს: თითოეულ შეკითხვაზე პასუხისთვის კოდის მიწერას; მონაცემების კომპიუტერში შეყვანას; კოდების წიგნის შექმნას; და ბოლოს, კოდების შემოწმებასა და მონაცემების გაწმენდას.

რა მიზანს ისახავს კოდირება? როგორც ვიცით, კითხვარის მიზანია საკვლევი პრობლემის შესახებ ინფორმაციის მოპოვება, მთელი რიგი შემთხვევების საფუძველზე. შემთხვევის ქვეშ, როგორც წესი, ადამიანი იგულისხმება, თუმცა შემთხვევას შეიძლება წარმოადგენდეს უნივერსიტეტი, ქვეყანა ან თუნდაც რაიმე მოვლენა. თითოეული შემთხვევის შესახებ მოპოვებული ინფორმაცია, იქნება ეს ინდივიდის სქესი თუ ასაკი, ქვეყანაში შობადობისა და მოკვდაობის დონე, მოვლენის მოხდენის დრო და მასში მონაწილე ადამიანების რაოდენობა თუ სხვ., ცვლადად იწოდება. კოდირების მიზანი სწორედ თითოეული ცვლადისათვის მნიშვნელობის მინიჭებაა. კითხვარის კოდირების შედეგად ვიღებთ *მონაცემების მატრიცას*, სადაც თითოეული რიგი შეესაბამება ცალკეულ შემთხვევას, თითოეული სვეტი კი – ცალკეულ ცვლადს. მონაცემების მატრიცა ჩვეულებრივ არ აღემატება 80 სვეტს, რათა სრულად გამოჩნდეს კომპიუტერის მონიტორზე. მაშინაც კი, როცა რესპონდენტმა არ უპასუხა ამა თუ იმ შეკითხვას, ან გარკვეული შეკითხვა მას არ ეხებოდა, მოცემული შემთხვევის ცვლადს მაინც მიეწერება მნიშვნელობა.

როგორც წესი, კოდირება ხდება ან კითხვარის შედგენისას, ან მონაცემების მოპოვების შემდეგ. დახურულ შეკითხვებზე პასუხების კოდირება კითხვარის შედგენისას ხდება, ღია შეკითხვებზე პასუხების კოდირება კი შეუძლებელია კითხვარის შევსებამდე. ასეთ დროს კოდირების ორი ძირითადი გზაა: 1. შესაძლოა გამოყენებულ იქნეს წინასწარ დადგენილი კოდების სქემა. მაგალითად, უნივერსიტეტის სტუდენტები, სპეციალობების მიხედვით, შეგვიძლია მივაკუთვნოთ წინასწარ დადგენილ კატეგორიებს, როგორცაა სოციალური, ჰუმანიტარული, საბუნებისმეტყველო და ტექნიკური მეცნიერებები; 2. რესპონდენტთა პასუხების საფუძველზე შესაძლოა შემუშავებულ იქნეს კოდების რამდენიმე კატეგორია. მკვლევარი უნდა დარწმუნდეს, რომ ეს კატეგორიები არ არის ურთიერთგადამფარავი

და, რომ თითოეული მათგანი განსხვავებული ინფორმაციის მატარებელია, ანუ თითოეული რესპონდენტი ცვლადის მხოლოდ ერთ კატეგორიაში უნდა იყოს შეყვანილი. თუ რესპონდენტი ცვლადის რამდენიმე კატეგორიას ერგება, ან ერთ-ერთ კატეგორიას უნდა მიენიჭოს უპირატესობა, ანდა გარკვეული სპეციფიკური პასუხისთვის ცალკე კოდი უნდა შემუშავდეს.

როგორც აღინიშნა, კოდირება დახურული შეკითხვებისთვის კოდების მიწერით იწყება. ეს ჩვეულებრივ კითხვარის შედგენისას ხდება და მოსალოდნელი შეკითხვები და მათი კოდები კითხვარში იბეჭდება. თითოეულ კითხვარს საკუთარი საიდენტიფიკაციო ნომერიც (ID) უნდა ჰქონდეს, რათა, საჭიროების შემთხვევაში, შესაძლებელი იყოს გარკვეული კითხვარის მოძებნა და მონაცემების შემოწმება. როგორც წესი, მონაცემების კომპიუტერიზაცია საიდენტიფიკაციო ნომრით იწყება და მკვლევარი უნდა დარწმუნდეს, რომ საკმარისი რაოდენობის სვეტები აქვს მისთვის გამოყოფილი. მაგალითად, თუ კითხვარების რაოდენობა არ აღემატება 99-ს, მაშინ საიდენტიფიკაციო ნომრისთვის ორი სვეტი უნდა გამოიყოს, თუკი კითხვარების რაოდენობა 999-ს არ აღემატება, სამი სვეტია საჭირო. შესაბამისად, მონაცემების მატრიცა მოიცავს ერთსვეტიან, ორსვეტიან, სამსვეტიან და სხვა ცვლადებს.

ნაკლებ მონაცემებსაც კოდირების საკუთარი წესები აქვს. პასუხის გაუცემლობის შემთხვევაში, როგორც წესი, ერთსვეტიანი ცვლადისთვის გამოიყენება კოდი 9, ორსვეტიანისთვის – 99, სამსვეტიანისთვის – 999 და ა. შ. „მიჭირს პასუხის გაცემა“ აღინიშნება ხოლმე კოდით 8 ან 98; ხოლო შეუსაბამო შეკითხვა – კოდით 0.

როგორ მოვახდინოთ მონაცემების კოდირება? ნიმუშის სახით განვიხილოთ საქართველოს მოსახლეობის დამოკიდებულება უმაღლესი განათლების რეფორმის მიმართ. სიმარტივისათვის შემოვიფარგლოთ მხოლოდ რესპონდენტთა სქესით, ასაკით, ოჯახური მდგომარეობით და უმაღლესი განათლების რეფორმისადმი დამოკიდებულების ამსახველი შეკითხვით.

- | | |
|--|---|
| <p>1) სქესი</p> <ol style="list-style-type: none">1. მამრობითი2. მდედრობითი <p>2) ასაკი</p> <ol style="list-style-type: none">1. 20 _2. 21-353. 36-504. 51-655. 66 + <p>3) ოჯახური მდგომარეობა</p> <ol style="list-style-type: none">1. დაუქორწინებელი2. დაქორწინებული3. განქორწინებული4. ქვრივი | <p>4) დამოკიდებულება უმაღლესი განათლების რეფორმის მიმართ</p> <ol style="list-style-type: none">1. სრულიად დადებითი2. დადებითი3. მიჭირს პასუხის გაცემა4. უარყოფითი5. სრულიად უარყოფითი |
|--|---|

მოცემულ შემთხვევაში კოდების ცხრილი შემდეგი სახის იქნება:

ცვლადის ტიპი:	ID	1	2	3	4
		სქესი	ასაკი	ოჯახ. მდგ.	რეფორმ. დამოკ.
სვეტი:	123	4	5	6	7
შემთხვევა:	001	1	2	1	4
	002	1	4	2	3
	003	2	3	2	1

ცხრილი გვიჩვენებს, რომ პირველი რესპონდენტი 21-35 წლის ასაკის დაუქორწინებელი მამაკაცია, რომელიც უარყოფითად აფასებს უმაღლესი განათლების რეფორმას საქართველოში; მეორე რესპონდენტი 51-65 წლის დაქორწინებული მამაკაცია, რომელსაც არა აქვს ჩამოყალიბებული პოზიცია განათლების რეფორმის მიმართ; ხოლო მესამე რესპონდენტი 36-50 წლის დაქორწინებული ქალბატონია, რომელსაც სრულიად დადებითი დამოკიდებულება აქვს მიმდინარე რეფორმის მიმართ.

ამგვარი მონაცემების საფუძველზე იქმნება კოდების წიგნი, რომელშიც მითითებულია შემდეგი ინფორმაცია თითოეული ცვლადის შესახებ:

- შეკითხვის ნომერი და შინაარსი
- ცვლადის სახელი კომპიუტერული პროგრამისთვის (რომელიც ხშირად რვა ნიშანს არ აღემატება)
- ცვლადის მდებარეობა სვეტის მიხედვით
- ცვლადის მნიშვნელობები
- ნაკლული მნიშვნელობები
- ვალიდურ მნიშვნელობათა რაოდენობა

წარმოგიდგენთ კოდების წიგნის ნიმუშს (ვთქვათ, შევსებული კითხვარების რაოდენობაა 500).

შეკითხვა	ცვლადის სახელწოდება	სვეტის მდებარეობა	ცვლადის მნიშვნელობა	მნიშვნელობის მაჩვენებელი	ნაკლული მაჩვენებელი	ვალიდური მაჩვენებელი
კითხვარი	ID	1-3	-	-	-	1-500
სქესი	სქესი	4	მამრ. მდედრ.	1 2	9	1-2
ასაკი	ასაკი	5	20- 21-35 36-50 51-65 66+	1 2 3 4 5	9	1-5
ოჯახ. მდგ.	ოჯახმდგ	6	დაუქორწ. დაქორწ. განქორწ. ქვრივი	1 2 3 4	9	1-4
რეფორმ. დამ.	რეფდამ	7	ძლ. დადებითი დადებითი მიჭირს პას. გაც. უარყოფითი ძლ. უარყოფითი	1 2 3 4 5	9	1-5

მონაცემების კოდირება დიდ სიფრთხილეს მოითხოვს. კოდირებისას ან მონაცემების კომპიუტერში შეყვანისას დაშვებული შეცდომები მონაცემების სანდოობას ემუქრება. ფრთხილი კოდირების შემდეგ, მკვლევარი ამოწმებს კოდირების აკურატულობას ანუ მონაცემებს „წმენდს.“ მონაცემების გაწმენდის ორი გზა არსებობს: პირველი გულისხმობს ყველა ცვლადის კატეგორიების შემოწმებას შეუძლებელი კოდების აღმოსაჩენად. მაგალითად, თუ სქესი შემდეგი სახით გვაქვს კოდირებული: 1 – მამრობითი და 2 – მდედრობითი და სქესის სვეტში კოდი 3 შეგვხვდა, კოდირების შეცდომაა. მეორე მეთოდია ლოგიკური შეცდომების აღმოჩენა. მაგალითად, თუ რესპონდენტი არ არის დაქორწინებული, თუმცა მეუღლესთან ურთიერთობის შესახებ შეკითხვაზე პასუხია გაცემული, აუცილებელია გადავამოწმოთ კოდირების აკურატულობა.

გაზომვის დონეები

მონაცემთა მომზადებას და დამუშავებას მათი ანალიზი მოსდევს. მონაცემთა ანალიზი სამ ძირითად ფაქტორზეა დამოკიდებული: შესასწავლ ცვლადთა რაოდენობაზე, მათი გაზომვის დონეზე და მკვლევრის ამოცანაზე გამოიყენოს მონაცემები აღწერითი ან ახსნითი მიზნით.

არსებობს გაზომვის ოთხი დონე: სახელდების, რიგის, ინტერვალის და შეფარდების.

სახელდების საზომები უბრალოდ განასხვავებს მოცემული ცვლადის შემადგენელ კატეგორიებს. სქესი, რელიგიური მრწამსი, ქვეყნის ტერიტორიული მდებარეობა და ა.შ. სახელდების ცვლადებია.

რიგის საზომები საშუალებას იძლევა მოვახდინოთ მათი შემადგენელი კატეგორიების რანჟირება, თუმცა შეუძლებელია რიცხობრივ მაჩვენებლებში წარმოვადგინოთ სხვაობა ამ კატეგორიებს შორის. რიგის ცვლადია, მაგალითად, სოციალური კლასი, რომელიც შეიძლება დაიყოს დაბალ, საშუალო და მაღალ კლასებად, თუმცა შეუძლებელია იმის დადგენა, თუ რამდენით ან რამდენჯერ აღემატება ერთი სოციალური კლასი მეორეს.

ინტერვალის საზომები საშუალებას იძლევა დავადგინოთ, თუ რამდენით აღემატება ცვლადის ერთი კატეგორია მეორეს. ინტერვალური ცვლადის ნიმუშია ფარენჰაიტის ტემპერატურის სკალა, რომლის საფუძველზეც შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 40° და 50° შორის იმდენივე სხვაობაა, როგორც 60° და 70° შორის.

შეფარდების საზომები საშუალებას იძლევა დავადგინოთ, თუ რამდენჯერ აღემატება ცვლადის ერთი კატეგორია მეორეს, რადგან ამ შემთხვევაში აბსოლუტური ნულოვანი წერტილი გვაქვს მოცემული. მაგალითად, ფარენჰაიტის ტემპერატურის სკალისაგან განსხვავებით, კელვინის ტემპერატურის სკალას აბსოლუტური ნულოვანი წერტილი აქვს და თუ ფარენჰაიტის სკალის შემთხვევაში, 40° არ ნიშნავს ორჯერ მეტ სითბოს, ვიდრე 20°, 100° კელვინი ნამდვილად ნიშნავს ორჯერ მეტ სითბოს, ვიდრე 50° კელვინი. შეფარდების ცვლადის ნიმუშებია ასაკი, წონა, სიმაღლე და ა.შ.

უნივარსიტეტი, ბივარსიტეტი და მულტივარსიტეტი ანალიზი

ცვლადების რაოდენობის შესაბამისად, სამი სახის ანალიზი არსებობს: უნივარსიტეტი, ბივარსიტეტი და მულტივარსიტეტი. უნივარსიტეტი ანალიზი აღწერითი სახისაა, რადგან იზოლირებულად წარმოადგენს ცალკეულ ცვლადს. მარტივი ჰიპოთეზა ორი ცვლადის არსებობას მაინც გულისხმობს. ამდენად, მხოლოდ ბივარსიტეტი და მულტივარსიტეტი ანალიზი შეიძლება იყოს ანალიტიკური ხასიათის.

უნივარსიტეტი ანალიზი გულისხმობს მხოლოდ ერთი ცვლადის შემთხვევათა განაწილების შესწავლას. უნივარსიტეტი მონაცემების პრეზენტაციის ყველაზე გავრცელებული ფორმატია სიხშირეთა განაწილება. ვთქვათ, თუ გვინტერესებს უნივერსიტეტის პედაგოგების საშუალო ასაკი და აღმოჩნდა, რომ მათგან 12 პედაგოგი 35 წლისაა, 20 პედაგოგი 36 წლისაა და ა.შ., შესაძლებელია მათი დაჯგუფება უფრო მსხვილ ასაკობრივ კატეგორიებად და იმის თქმა, რომ, მაგალითად, 170 პედაგოგი 40 წლამდე ასაკისაა, 350 პედაგოგი – 40-50 წლის და ა.შ. მოცემული მონაცემები შეგვიძლია წარმოვადგინოთ შესაბამისი პროცენტული მაჩვენებლების სახით, რისთვისაც საფუძვლად ვიღებთ შესასწავლი შემთხვევების საერთო რაოდენობას ანუ 100%-ს. თუ, ვთქვათ, უნივერსიტეტის პედაგოგების საერთო რაოდენობაა 800 ადამიანი, მაშინ ჩვენი მაგალითიდან გამომდინარე, 40 წლამდე ასაკის პედაგოგების წილი პედაგოგების საერთო რაოდენობაში იქნება დაახლოებით 21%, 40-50 წლის პედაგოგებისა კი - დაახლოებით 44%.

უნივარსიტეტი ანალიზისას შეგვიძლია ჩვენი მონაცემები ცენტრალური ტენდენციის აღმწერი საზომების საფუძველზე წარმოვადგინოთ, იქნება ეს მოდა, მედიანა თუ საშუალო.

მოდა ყველაზე ტიპური შემთხვევაა ანუ ისეთი შემთხვევა, რომელიც ყველაზე ხშირად გვხვდება; მედიანა – შემთხვევათა განაწილებისას ის შუა წერტილია, რომლის ზემოთ და ქვემოთ შემთხვევათა თანაბარი რაოდენობაა განთავსებული; საშუალო კი – გაზომილ შემთხვევათა მნიშვნელობების საშუალო არითმეტიკულია. უფრო დეტალურად განვიხილოთ თითოეული შემთხვევა.

მოდა. რადგან სახელდების ცვლადები უბრალოდ განასხვავებს მოცემული შემთხვევის კატეგორიებს (ქვეყანა, რელიგია, სქესი...) და არ ახდენს მათ რანჟირებას, სულ ერთია, რა თანმიმდევრობით განთავსდებიან ისინი სიხშირის სკალაზე. თუმცა, შესაძლოა შეგვხვდეს ლოგიკური თანმიმდევრობა, ვთქვათ, ქვეყნების ჩამონათვალი დალაგდეს მათი რეგიონების რაოდენობის ან ზომის მიხედვით. ზემოთქმულიდან გამომდინარე, სახელდების ცვლადების ფუნქციაა ყველაზე ტიპური/ხშირი შემთხვევების ამორჩევა შემთხვევათა საერთო რაოდენობიდან. ამდენად, სახელდების ცვლადებთან მიმართებაში მხოლოდ მოდის გამოთვლაა შესაძლებელი.

ავილოთ, მაგალითად, ოჯახური მდგომარეობის მიხედვით რესპონდენტთა განაწილება. ვთქვათ, ჩვენი რესპონდენტების 23% დაუქორწინებელია, 56% - დაქორწინებული, 14% - განქორწინებული, 7% კი – ქვრივი. მაგალითიდან ნათელია, რომ ჩვენს რესპონდენტებში ყველაზე ხშირად დაქორწინებული ადამიანები გვხვდება, შესაბამისად, სწორედ დაქორწინებულები (56%) წარმოადგენენ მოდას.

მედიანა. რადგან რიგის ცვლადების კატეგორიების რანჟირება შესაძლებელია (სოციალური კლასი, განათლება...), აუცილებელია მათი სწორი თანმიმდევრობით დალაგება სიხშირის სკალაზე, ანუ დაბლიდან მაღლის მიმართულებით. შესაბამისად,

შეგვიძლია იმ შუა წერტილის პოვნა, რომლის ორივე მხარეს შემთხვევების თანაბარი რაოდენობაა განაწილებული. ამდენად, რიგის ცვლადებთან მიმართებაში მედიანის გამოთვლაა შესაძლებელი.

ავიღოთ, მაგალითად, რესპონდენტების განაწილება განათლების მიხედვით. ვთქვათ, განათლების შესაფასებლად 5 კატეგორია გვაქვს და 11 რესპონდენტის მონაცემს ვფლობთ.

განათლების კატეგორიებია: 1. საშუალო (ს); 2. საშუალო ტექნიკური (სტ); 3. არასრული უმაღლესი (აუ); 4. უმაღლესი (უ) და 5. სამეცნიერო ხარისხი (სხ).

რესპონდენტების განაწილება მათი განათლების მიხედვით შემდეგი სახისაა:

1	2	3	4	5	[6]	7	8	9	10	11
ს	ს	სტ	აუ	აუ	აუ	აუ	უ	უ	უ	სხ

ჩვენს შემთხვევაში მედიანას არასრული უმაღლესი განათლების მქონე რესპონდენტი წარმოადგენს, რადგან მის მარჯვნივ და მარცხნივ რესპონდენტების თანაბარი რაოდენობაა განაწილებული. შესაბამისად, როცა კატეგორიებს ზრდადობის მიხედვით დავალაგებთ, ის კატეგორია, რომელშიც შუა რესპონდენტი მოხვდება, ჩაითვლება მედიანად.

როგორ უნდა მოვიქცეთ, როცა კატეგორიების რაოდენობა არა კენტი, არამედ ლუწია და შუა წერტილი არა გვაქვს? ასეთ შემთხვევაში ორი შუა მნიშვნელობის საშუალო უნდა გამოვთვალოთ. ისევ ჩვენს მაგალითს დავუბრუნდეთ და ერთი კატეგორია დავამატოთ:

1	2	3	4	5	6 []	7	8	9	10	11	12
ს	ს	სტ	აუ	აუ	აუ	აუ	უ	უ	უ	სხ	სხ

ამ შემთხვევაში მედიანას ისევ არასრული უმაღლესი განათლება წარმოადგენს, რადგან მის მარჯვნივ და მარცხნივ ისევ რესპონდენტების თანაბარი რაოდენობაა განაწილებული.

რეალური კვლევისას, დიდი ზომის შერჩევითი ერთობლიობის შემთხვევაში, მედიანის გამოთვლა *კუმულაციური პროცენტის* საფუძველზე ხდება. კუმულაციური პროცენტი ცვლადის მოცემული კატეგორიისთვის თითოეული წინა კატეგორიის პროცენტის დამატებაა. ვთქვათ, შეკითხვაზე, თუ რა სიხშირით მოიხმარენ ალკოჰოლურ სასმელებს რესპონდენტები, შემდეგი პასუხები მივიღეთ:

	%	კუმულაციური %
კვირაში რამდენჯერმე	11	11
კვირაში ერთხელ	16	27
თვეში რამდენჯერმე	34	61
თვეში ერთხელ	28	89
წელიწადში რამდენჯერმე	7	96
წელიწადში ერთხელ ან უფრო იშვიათად	4	100

ის კატეგორია, რომელიც ყველაზე ახლოს დგას საშუალო მაჩვენებელთან ანუ 50%-თან, ჩაითვლება მედიანად (ჩვენს შემთხვევაში ეს იქნება 61% ანუ ალკოჰოლური სასმელების მიღება თვეში რამდენჯერმე). შუა წერტილად კი ჩაითვლება ორმოცდამეათე პროცენტის მქონე ადამიანი კუმულაციური პროცენტის გრაფაში.

საშუალო. რაც შეეხება ინტერვალების და შეფარდებების ცვლადებს (ასაკი, შემოსავალი...), მკვლევარს შეუძლია არა მარტო მათი კატეგორიების რანჟირება, არამედ იმის გაზომვაც, თუ რამდენით და რამდენჯერ აღემატება ცვლადის ერთი კატეგორია მეორეს. ამდენად, ინტერვალების და შეფარდებების ცვლადებთან მიმართებაში შესაძლებელია არითმეტიკული საშუალოს გამოთვლა, რაც შემდეგი გზით ხდება: ყველა კატეგორიის რიცხობრივი მაჩვენებელი მრავლდება რესპონდენტების შესაბამის რაოდენობაზე, ნამრავლები იკრიბება და მიღებული ჯამი შემთხვევების საერთო რაოდენობაზე იყოფა.

ავილოთ, მაგალითად, რესპონდენტების განაწილება შემოსავლის მიხედვით. ვთქვათ, 100 რესპონდენტიდან 12-მა გვიპასუხა, რომ მათი შემოსავალია 300 ლარი, 27-მა – 400 ლარი, 33-მა – 500 ლარი, 18-მა – 600 ლარი და 10-მა – 700 ლარი. რა ყოფილა ჩვენი რესპონდენტების საშუალო შემოსავალი? შემოსავლის თითოეული დასახელებული კატეგორია შესაბამისი რესპონდენტების რაოდენობაზე რომ გავამრავლოთ, ნამრავლები შევკრიბოთ ($12 \times 300 + 27 \times 400 + 33 \times 500 + 18 \times 600 + 10 \times 700$) და მიღებული ჯამი რესპონდენტების საერთო რაოდენობაზე ანუ 100-ზე გავყოთ, მივიღებთ 487-ს, რაც ნიშნავს, რომ ჩვენ მიერ გამოკითხული ჯგუფის საშუალო შემოსავალია 487 ლარი.

გაფანტვა. საშუალოს საფუძველზე, ცვლადთან დაკავშირებით მოპოვებული ყველა მონაცემი შეჯამებულია და ერთი რიცხვის სახითაა წარმოდგენილი, თუმცა მკითხველს არ შეუძლია საწყისი მონაცემების აღდგენა. ამ ხარვეზის გამოსწორება შესაძლებელია გაფანტვის დახმარებით. გაფანტვის რამდენიმე საზომი არსებობს, რომელთა შორის ყველაზე მარტივია *დიაპაზონი*, რაც წარმოადგენს დისტანციას ყველაზე მაღალ და ყველაზე დაბალ მნიშვნელობებს შორის. ვთქვათ, იმის აღნიშვნასთან ერთად, რომ რესპონდენტების საშუალო შემოსავალია 487 ლარი, უნდა მივუთითოთ, რომ მათი შემოსავალი რანჟირებს 300-დან 700 ლარამდე.

გაფანტვის უფრო რთული საზომია *სტანდარტული გადახრა*, რომელიც შერჩევაზე საუბრისას განვიხილეთ. მისი ფორმულაა: $S = \sqrt{PQ/n}$, სადაც S სტანდარტული გადახრაა, n – შემთხვევების საერთო რაოდენობა, PQ კი – ორგანზომილებიანი ცვლადი (ვთქვათ, რესპონდენტების დამოკიდებულება მიმდინარე საგანმანათლებლო რეფორმისადმი – იწონებენ ან არ იწონებენ), სადაც $P = 1 - Q$ და $Q = 1 - P$. თუ ცვლადი სამგანზომილებიანია, მაშინ P-სა და Q-ს კიდევ ერთი ელემენტი დაემატება და გახდება, ვთქვათ, PQR.

ჩვენს მაგალითს რომ დავუბრუნდეთ, თუ რესპონდენტთა 50% იწონებს მიმდინარე საგანმანათლებლო რეფორმას, 50% კი – არა და სულ 100 შემთხვევა გვაქვს, მაშინ, ფორმულის თანახმად, $S = \sqrt{50 \times 50 / 100} = 5$, რაც ნიშნავს, რომ მოცემულ შემთხვევაში სტანდარტული გადახრაა 5%-ია.

გაფანტვის კიდევ ერთი საზომია *კვარტილი*, რომელიც შესასწავლი შემთხვევების 1/4-ს გულისხმობს. ცხადია, რომ 4 კვარტილი არსებობს. კვარტილური გადახრა წარმოადგენს შუა დისტანციას პირველი კვარტილის წვერსა და მეოთხე კვარტილის ძირს შორის.

ამრიგად, უნივარსიტეტული ანალიზისას მონაცემების წარმოდგენა შესაძლებელია ცენტრალური ტენდენციის აღმწერი საზომების ან გაფანტვის საზომების საფუძველზე.

ბივარსიტეტული ანალიზი ორი ცვლადის არსებობას გულისხმობს, რომელთაგან ერთი დამოუკიდებელია, მეორე კი – მასზე დამოკიდებული. ჩვენ ვხსნით დამოკიდებული ცვლადის მნიშვნელობას დამოუკიდებელი ცვლადის მნიშვნელობის საფუძველზე. ვთქვათ, გვინტერესებს სქესის გავლენა შრომით სტატუსზე; სქესი დამოუკიდებელი ცვლადია, შრომითი სტატუსი კი – დამოკიდებული ცვლადი. ამ შემთხვევაში, მარტივია დამოუკიდებელი და დამოკიდებული ცვლადების გარჩევა, მაგრამ არის შემთხვევები, როცა ეს საკმაოდ რთულია. ამ პრობლემის გადასაჭრელად ორი გზა არსებობს: 1. როცა ერთი ცვლადი დროში წინ უსწრებს მეორეს, ნათელია, რომ პირველი ცვლადი დამოუკიდებელია, მომდევნო კი – დამოკიდებული; 2. როცა არა გვაქვს დროში დადგენილი თანმიმდევრობა, საქმე გაცილებით რთულდება. ვთქვათ, გვსურს დავადგინოთ მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი შემოსავალსა და ძალაუფლებას შორის. მკვლევარმა შეიძლება ამტკიცოს, რომ შემოსავლის ზრდასთან ერთად ძალაუფლების მოპოვების ალბათობაც იზრდება, ანდა, პირიქით, რომ ძალაუფლების მოპოვება ხელს უწყობს შემოსავლის ზრდას. შესაძლებელია უფრო რთული ჯაჭვის აგებაც: როცა ადამიანის შემოსავალი იზრდება, მის მიერ ძალაუფლების მოპოვების შანსიც იზრდება, რაც, თავის მხრივ, ისევ შემოსავლის ზრდას უწყობს ხელს. ამ შემთხვევაში, ცვლადებს შორის კავშირის ახსნისას, ელემენტარული ლოგიკითა და ცხოვრებისეული გამოცდილებით უნდა ვიხელმძღვანელოთ.

ბივარსიტეტული ცხრილების აგებისას შემდეგი საფეხურების გავლაა საჭირო: 1. გამოკითხულთა ერთობლიობას ვყოფთ სხვადასხვა კატეგორიად დამოუკიდებელი ცვლადის მიხედვით; 2. დამოუკიდებელი ცვლადის თითოეულ კატეგორიას აღწერთ დამოკიდებული ცვლადის კატეგორიების საფუძველზე; 3. დამოკიდებული ცვლადის მოცემული მნიშვნელობის მიხედვით, დამოუკიდებელი ცვლადის კატეგორიებს ერთმანეთს ვადარებთ.

კონკრეტული მაგალითი რომ ავიღოთ, ვთქვათ, შრომით სტატუსზე სქესის გავლენის შესახებ, ბივარსიტეტული ცხრილი შემდეგი სახით უნდა ავაგოთ: 1. გამოკითხულთა ერთობლიობას დავყოფთ სქესის საფუძველზე, ანუ მამაკაცებად და ქალებად; 2. მამაკაცებსა და ქალებს ცალცალკე დავყოფთ მათი შრომითი სტატუსის მიხედვით; 3. მამაკაცებსა და ქალებს ერთმანეთს შევადარებთ მათი შრომითი სტატუსის საფუძველზე (ვინ უფრო მეტადაა დასაქმებული, ვის რა ტიპის სამსახური აქვს, ვის უფრო მაღალი შემოსავალი აქვს).

ბივარსიტეტული კავშირის შესასწავლად ძირითადად სამი სახის ტექნიკა გამოიყენება: წერტილთა გაბნევის დიაგრამა, კროსტაბულაცია და ასოციაციის საზომები, როგორცაა, მაგალითად, კორელაციის კოეფიციენტი.

წერტილთა გაბნევის დიაგრამა არის გრაფა, სადაც ორი ცვლადის სიხშირეთა განაწილება ერთდროულადაა წარმოდგენილი. როგორც წესი, დამოუკიდებელი ცვლადის (პირობითად X) კატეგორიები ჰორიზონტალური ღერძის სახით გვეძლევა, დამოკიდებული ცვლადისა კი (პირობითად Y) – ვერტიკალური ღერძის სახით; თითოეული ცვლადის ყველაზე დაბალი მნიშვნელობა ყველაზე დაბალ მარცხენა კუთხეშია განთავსებული, ყველაზე მაღალი მნიშვნელობა კი – ყველაზე მაღალ მარჯვენა კუთხეში. დამოუკიდებელი და დამოკიდებული ცვლადების კატეგორიების

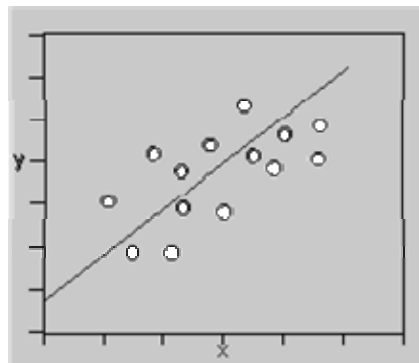
კვეთა მათ შორის არსებულ დამოკიდებულებაზე მეტყველებს და, ჩვეულებრივ, ამ დამოკიდებულების სამ ასპექტს ეხება: ფორმას, მიმართულებას და სიზუსტეს.

ორ ცვლადს შორის დამოკიდებულების სამი ფორმა არსებობს: 1. დამოუკიდებელი, როცა მათ შორის კავშირი არ არსებობს და წერტილთა გაბნევის დიაგრამა წრფის სახით გვეძლევა, რომელიც ჰორიზონტალური ან ვერტიკალური ღერძის პარალელურია; 2. სწორხაზოვანი, როცა წრფე კოორდინატთა სიბრტყის შუაგულს კვეთს, ერთი ბოლოდან მეორის მიმართულებით; 3. ჰიპერბოლის ან პარაბოლის ფორმის.

ცვლადებს შორის სწორხაზოვან კავშირს დადებითი ან უარყოფითი მიმართულება შეიძლება ჰქონდეს. პირველი წარმოადგენს დიაგონალურ ხაზს, ყველაზე დაბალი მარცხენა კუთხიდან ყველაზე მაღალი მარჯვენა კუთხის მიმართულებით, სადაც დამოუკიდებელი ცვლადის ყველაზე მაღალ მნიშვნელობებს დამოკიდებელი ცვლადის ყველაზე მაღალი მნიშვნელობები შეესაბამება, დამოუკიდებელი ცვლადის ყველაზე დაბალ მნიშვნელობებს კი - დამოკიდებელი ცვლადის ყველაზე დაბალი მნიშვნელობები. მაგალითად, რაც უფრო მაღალია ადამიანის განათლება, მით უფრო მაღალია მისი შემოსავალი და პირიქით, რაც უფრო დაბალია ადამიანის განათლება, მით უფრო დაბალია მისი შემოსავალი. მეორე კი წარმოადგენს დიაგონალურ ხაზს ყველაზე მაღალი მარცხენა კუთხიდან ყველაზე დაბალი მარჯვენა კუთხის მიმართულებით, სადაც ერთი ცვლადის მაღალ მნიშვნელობებს მეორის დაბალი მნიშვნელობები შეესაბამება. მაგალითად, რაც უფრო მაღალია ადამიანის განათლება, მით უფრო ნაკლები შვილი ჰყავს მას.

ბივარიაციული კავშირები ერთმანეთისგან სიზუსტითაც განსხვავდება ანუ გრაფაზე გაფანტულობის მაჩვენებლით. მაღალი სიზუსტე გვხვდება მაშინ, როცა პუნქტები ახლოს მდებარეობს ხაზთან, რომელიც ცვლადებს შორის კავშირს აჯამებს. დაბალი სიზუსტისას კი პუნქტები არათანაბრადაა გაფანტული შემაჯამებელი ხაზის გარშემო.

წარმოგიდგინთ წერტილთა გაბნევის დიაგრამის ნიმუშს:



კროსტაბულაცია, წერტილთა გაბნევის დიაგრამის მსგავსად, გვიჩვენებს ორი ცვლადის სიხშირეთა ერთობლივ განაწილებას, ოღონდ ცხრილის სახით. ამგვარი ცხრილის ასაგებად საჭიროა დამოკიდებელი ცვლადის თითოეული კატეგორიის განხილვა დამოუკიდებელი ცვლადის კატეგორიების საფუძველზე. რაც უფრო მეტი კატეგორია აქვს თითოეულ ცვლადს, მით უფრო რთულდება ანალიზი. მაგალითად, თუ გვსურს ურთიერთკავშირის დადგენა ასაკსა და უმაღლესი განათლების რეფორმისადმი დამოკიდებულებას შორის და ჩვენს მაგალითს რომ მივუბრუნდეთ, ასაკიცა და რეფორმისადმი დამოკიდებულებაც ხუთ-ხუთი კატეგორიისგან შედგება, შედეგად მივიღებთ $5 * 5 = 25$ რიგს. ამ შემთხვევაში, კროსტაბულაციის ასაგებად

შემდეგი საფეხურებია გასავლელი: 1. ორივე ცვლადის ყველა კატეგორიის ყველა შესაძლო კომბინაციის შედგენა; 2. კომბინაციის იმ კატეგორიის აღნიშვნა, რომელშიც თითოეული შემთხვევა ხვდება; 3. ყველაზე ხშირი კომბინაციის კატეგორიების მოძიება.

აქვე უნდა აღინიშნოს ბივარიაციული ცხრილების აგების ერთი თავისებურება: დამწყები მკვლევარი ხშირად სვამენ შეკითხვას, თუ სად უნდა შეჯამდეს მონაცემები – სვეტის ბოლოს თუ რიგის ბოლოს? მართალია, არა აქვს მნიშვნელობა იმას, თუ სად დაიწერება 100% - სვეტის თუ რიგის ბოლოს, არსებობს ერთი გარდაუვალი წესი, რომელიც ყველა მკვლევარმა უნდა დაიცვას: თუ მონაცემები სვეტის სახითაა წარმოდგენილი, ისინი რიგის სახით უნდა წავიკითხოთ და შევადაროთ ერთმანეთს; თუკი მონაცემები რიგის სახითაა წარმოდგენილი, ისინი სვეტის სახით უნდა წავიკითხოთ და შევადაროთ ერთმანეთს. წარმოგიდგინებ ბივარიაციული ცხრილის ნიმუშს ჩვენი მაგალითიდან სქესის გავლენის შესახებ შრომით სტატუსზე:

სვეტის პროცენტული მაჩვენებელი	მამრობითი	მდედრობითი
დასაქმებული	70%	60%
უმუშევარი	30%	40%
ჯამი	100%	100%

რიგის პროცენტული მაჩვენებელი	დასაქმებული	უმუშევარი	ჯამი
მამრობითი	70%	30%	100%
მდედრობითი	60%	40%	100%

ასოციაციის საზომი წარმოადგენს რიცხობრივ მაჩვენებელს, რომელიც მიუთითებს ცვლადებს შორის ურთიერთკავშირის სიძლიერესა და მიმართულებას. ის ფაქტიურად ბივარიაციულ კავშირს ერთი რიცხვის სახით წარმოადგენს.

არსებობს ასოციაციის არაერთი საზომი და მათი გამოყენება მკვლევრის მიზანზეა დამოკიდებული. განსაკუთრებით გავრცელებულია შემდეგი საზომები: ლამბდა, გამა, კენდალის ტაუ, პირსონის კორელაციის კოეფიციენტი და ხი კვადრეტი. ისინი ძირითადად -1 და +1 შორის მერყეობენ, რომლებიც, შესაბამისად, უარყოფით და დადებით კორელაციას გამოხატავს. ვინაიდან ისინი სტატისტიკურ საზომებს წარმოადგენენ, მოცემული ნაშრომი მიზნად არ ისახავს მათ განხილვას.

მულტივარიაციული ანალიზი სამი და მეტი ცვლადის არსებობას გულისხმობს. აქ იგივე საფეხურებია გასავლელი, რაც ბივარიაციული ანალიზისას, თუმცა ცვლადების რაოდენობის ზრდა ანალიზის გართულებასაც იწვევს. მულტივარიაციულ ცხრილში, ერთი დამოუკიდებელი და ერთი დამოკიდებული ცვლადის ნაცვლად, რამდენიმე დამოუკიდებელი ცვლადი შემოდის. ნაცვლად იმისა, რომ დამოკიდებული ცვლადის ახსნა ერთი დამოუკიდებელი ცვლადის საფუძველზე ვცადოთ, რამდენიმე დამოუკიდებელი ცვლადის ერთდროულად შემოტანის გზით, ვცდილობთ ავხსნათ დამოკიდებული ცვლადი. ვთქვათ, ვფიქრობთ, რომ რესპონდენტთა შრომით სტატუსზე გავლენას ახდენს არა მარტო მათი სქესი, არამედ მათი ასაკიც (სიმარტივისთვის თავს ავარიდებთ ასაკობრივ კატეგორიებს და რესპონდენტებს ახალგაზრდა და ასაკოვან ადამიანებად დავყოფთ). ამ შეხედულების საფუძველზე, ჩვენი შერჩევითი ერთობლიობა დაყოფილ იქნება ახალგაზრდა და

ასაკოვან მამაკაცებად და ახალგაზრდა და ასაკოვან ქალებად, და შესწავლილ იქნება თითოეული ქვეჯგუფის გავლენა დამოკიდებულ ცვლადზე ანუ შრომით სტატუსზე.

შემდეგად მივიღებთ მულტივარიაციულ ცხრილს, რომლიდანაც შემდეგი დასკვნების გამოტანა იქნება შესაძლებელი: 1. მამაკაცებსა და ქალებს შორის, ახალგაზრდები უფრო მაღალი შრომითი სტატუსით გამოირჩევიან, ვიდრე ასაკოვანი ადამიანები; 2. თითოეული ასაკობრივი ჯგუფის შიგნით, ქალები უფრო დაბალი შრომითი სტატუსით გამოირჩევიან, ვიდრე მამაკაცები; 3. სქესსაც და ასაკსაც დამოუკიდებელი გავლენა აქვს რესპონდენტთა შრომით სტატუსზე; 4. ორი დამოუკიდებელი ცვლადი კუმულაციურ გავლენას ახდენს რესპონდენტთა შრომით სტატუსზე: ახალგაზრდა მამაკაცები ყველაზე მაღალი შრომითი სტატუსით გამოირჩევიან, ასაკოვანი ქალები კი – ყველაზე დაბალი შრომითი სტატუსით.

შესაძლოა კვლევაში სხვა დამოუკიდებელი ცვლადებიც ჩავრთოთ, ვთქვათ, განათლება ან ოჯახური მდგომარეობა, რადგან ჩავთვალოთ, რომ ისინიც გავლენას ახდენს შრომით სტატუსზე, მაგრამ უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ცვლადების რაოდენობის ზრდასთან ერთად, მულტივარიაციული ანალიზიც რთულდება, რადგან, ჩვენს მაგალითს რომ დავუბრუნდეთ და განათლების ფაქტორიც შემოვიტანოთ (თუნდაც ის დიქტომური იყოს და მხოლოდ სამუალო და უმაღლეს განათლებას მოიცავდეს), ჩვენი შერჩევითი ერთობლიობა დაყოფილ იქნება ახალგაზრდა მამაკაცებად სამუალო განათლებით და ახალგაზრდა მამაკაცებად უმაღლესი განათლებით, ახალგაზრდა ქალებად სამუალო განათლებით და ახალგაზრდა ქალებად უმაღლესი განათლებით, ასაკოვან მამაკაცებად სამუალო განათლებით და ასაკოვან მამაკაცებად უმაღლესი განათლებით, ასაკოვან ქალებად სამუალო განათლებით და ასაკოვან ქალებად უმაღლესი განათლებით. ახლა მოგვიწევს თითოეული ამ ქვეჯგუფის გავლენა ვიკვლიოთ დამოკიდებულ ცვლადზე ანუ შრომით სტატუსზე, რაც კიდევ უფრო კომპლექსურს გახდის ჩვენს ცხრილს და კიდევ უფრო გაართულებს ჩვენს ახსნას.

ამ შემთხვევაში ცხრილიდან შემდეგი დასკვნების გამოტანა იქნება შესაძლებელი: 1. თითოეულ სქესობრივ-ასაკობრივ კატეგორიაში, უმაღლესი განათლების მქონე ადამიანები უფრო მაღალი შრომითი სტატუსით გამოირჩევიან, ვიდრე სამუალო განათლების მქონე ადამიანები; 2. თითოეულ ასაკობრივ და განათლების კატეგორიაში, მამაკაცები უფრო მაღალი შრომითი სტატუსით გამოირჩევიან, ვიდრე ქალები; 3. თითოეულ სქესობრივ და განათლების კატეგორიაში, ახალგაზრდები უფრო მაღალი შრომითი სტატუსით გამოირჩევიან, ვიდრე ასაკოვანი ადამიანები; 4. ცხრილი გვიჩვენებს, რომ განათლება უფრო ძლიერ გავლენას ახდენს რესპონდენტთა შრომით სტატუსზე, ვიდრე სქესი და ასაკი; 5. სქესს, ასაკს და განათლებას დამოუკიდებელი გავლენა აქვს რესპონდენტთა შრომით სტატუსზე; 6. სამი დამოუკიდებელი ცვლადი კუმულაციურ გავლენას ახდენს რესპონდენტთა შრომით სტატუსზე: ახალგაზრდა მამაკაცები უმაღლესი განათლებით ყველაზე მაღალი შრომითი სტატუსით გამოირჩევიან, ასაკოვანი ქალები სამუალო განათლებით კი – ყველაზე დაბალი შრომითი სტატუსით.

მულტივარიაციული ანალიზის ტექნიკა მრავალფეროვანია და მოიცავს ისეთ საზომებს, როგორცაა რეგრესიის ანალიზი, ფაქტორული ანალიზი, დისპერსიული ანალიზი (ANOVA), კლასტერული ანალიზი და სხვ. თუმცა მათი განხილვა ჩვენს მიზანს სცილდება, რადგან ისინი რთულ სტატისტიკურ ტექნიკას წარმოადგენენ.

ლიტერატურა

- Alreck, P. L. and Settle, R. B. (1985). *The Survey Research Handbook*. Homewood: Irwin.
- Babbie, E. (1998). *Survey Research Methods* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth.
- Bernard, H. R. (2002). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Methods* (3rd ed.). Oxford: Altamira Press.
- De Vaus, D. A. (1990). *Survey in Social Research* (2nd ed.). London: Unwin Hyman.
- De Vaus, D. (2002). *Surveys in Social Research* (5th ed.). London: Routledge.
- Diamantopoulos, A. and Schlegelmilch, B. B. (1997). *Taking the Fear out of Data Analysis: A Step-by-Step Approach*. London: The Dryden Press.
- Newman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). Boston: A&B.

კვლევის ანგარიში

საბოლოო საფეხური, რაც რაოდენობრივი თუ თვისებრივი კვლევის ჩატარებასა და მონაცემების დამუშავებას მოსდევს, კვლევის ანგარიშის შექმნაა. კვლევის ტიპიდან გამომდინარე, კვლევის ანგარიშიც ორი სახისაა – რაოდენობრივი და თვისებრივი. ისინი სტრუქტურულად მსგავსია, მაგრამ შინაარსობრივად განსხვავებული. სანამ უშუალოდ მათ სტრუქტურასა და შინაარსს განვიხილავდეთ, აუცილებელია იმ ძირითადი პრინციპების გაცნობა, რაც ნებისმიერი სახის კვლევის ანგარიშის შექმნას უდევს საფუძვლად:

- *მკითხველი*

სანამ მკვლევარი წერას დაიწყებს, უნდა გაითვალისწინოს, თუ ვინ იქნებიან მისი მკითხველები - პროფესიონალი მკვლევრები, სტუდენტები, კვლევის დამკვეთი ორგანიზაცია, ფართო აუდიტორია... მან უნდა გაითვალისწინოს მკითხველის გათვითცნობიერებულობა მოცემულ საკითხში და მისი მოლოდინები, რაც, უდავოდ, გავლენას ახდენს ნაშრომის შინაარსზე. როცა მკვლევარი სტუდენტებისთვის ქმნის კვლევის ანგარიშს, მან ყველა ტექნიკური ტერმინი უნდა განსაზღვროს და ნაბიჯ-ნაბიჯ გააანალიზოს მიღებული შედეგები, მაშინ როცა პროფესიონალ მკვლევრებს არ სჭირდებათ ტექნიკური ტერმინების განმარტება, არამედ კვლევის დიზაინისა და მეთოდების დეტალური აღწერა და მონაცემების ინტერპრეტაცია უფრო აინტერესებთ. კვლევის დამკვეთებს სჭირდებათ მოკლე და კონკრეტული ანგარიში იმისა, თუ როგორ ჩატარდა კვლევა და რა შედეგები იქნა მიღებული; თანაც ეს შედეგები რაც შეიძლება მარტივი ცხრილებისა თუ დიაგრამების სახით უნდა იყო წარმოდგენილი. ფართო აუდიტორიისათვის ინფორმაციის მისაწოდებლად კი მარტივი ენა და კონკრეტული მაგალითები უნდა გამოვიყენოთ, აგრეთვე კვლევის პრაქტიკულ შედეგებზე უნდა გავამახვილოთ ყურადღება.

- *მიზანი*

ზემოთ განხილული მაგალითი ადასტურებს, რომ მკითხველი და მიზანი ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირში იმყოფება. თუ მკითხველი მწერალზე ნაკლებ ინფორმირებულია მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით, მწერლის ძირითადი მიზანია ინფორმაციის მიწოდება (როგორც, მაგალითად, სახელმძღვანელოში). რა თქმა უნდა, ის განსხვავებულ მიზანს ისახავს, როცა მოცემული სფეროს ექსპერტებისთვის წერს ნაშრომს.

- *დაიწყეთ დასკვნით*

აკადემიური წერის ერთ-ერთი უმთავრესი პრინციპია, რომ ავტორმა შესავალშივე წარმოადგინოს მისი თეზისი ანუ ძირითადი პოზიცია, რაც ორ მიზანს ემსახურება: 1. ნაშრომის ლოგიკური თანმიმდევრობის შენარჩუნებას, რადგან ავტორმა უკვე ჩამოაყალიბა მისი პოზიცია, რაც დაეხმარება ერთი არჩეული მიმართულებით იმოდროს და ყველა არგუმენტი თუ ქვეარგუმენტი წარმოდგენილი პოზიციის გასამყარებლად გამოიყენოს; და 2. მკითხველისთვის თავიდანვე ნათელია ავტორის პოზიცია, ამიტომ მისთვის მარტივია როგორც ავტორის არგუმენტების შესაბამისობის შეფასება, ისე მის მოსაზრებებში ლოგიკური ხარვეზების აღმოჩენა.

- *სტრუქტურა*

ნებისმიერი ინფორმაცია განსაზღვრული სტრუქტურის საფუძველზე უნდა იყოს ორგანიზებული. ელემენტარული დონით რომ დავიწყოთ, მარტივ წინადადებასაც და მცირე ზომის პარაგრაფსაც კი საკუთარი სტრუქტურა აქვს. კვლევის ანგარიშის

სტრუქტურა შემდეგი სახისაა: შესავალი, მეთოდები, შედეგები და დისკუსია/დასკვნა. ავტორმა მკაცრად უნდა მისდიოს აღნიშნულ სტრუქტურას, რადგან მასში ყოველი მომდევნო საფეხური ლოგიკურად გამომდინარეობს წინა საფეხურიდან.

- *სტილი*

კვლევის ანგარიში შესაბამისი სტილით უნდა იყოს შესრულებული, რომელიც არა მარტო თანმიმდევრულად უნდა იყოს დაცული მთელ ნაშრომში, არამედ აუცილებლად შეესაბამებოდეს მწერლის მიზანსა და ნაგულისხმევ მკითხველს. წინააღმდეგ შემთხვევაში, შეუძლებელი იქნება პროფესიული ტონის მიღწევა, რადგან არაფორმალური ენით დაწერილი კვლევის ანგარიში, მიუხედავად კომპლექსური მონაცემების წარმოდგენისა, შესაძლოა, ზედმეტად გამარტივებული გვეჩვენოს. შესაბამისი სტილის შერჩევასთან დაკავშირებულ უმთავრეს სირთულეს წარმოადგენს საკითხი, თუ რა მივიჩნიოთ აკადემიურად და რა – არა. უნდა აღინიშნოს, რომ აკადემიური წერის სტილის არსებითი ნიშანია მეტყველების ნაწილებს შორის (იქნება ეს ზმნა, არსებითი სახელი, თუ სხვ.), რაც შეიძლება მეტად ფორმალურის შერჩევა; წინადადებების შედგენისას კი, უმთავრესად ფორმალური ტონის გამოყენება.

- *ლოგიკური თანმიმდევრობა*

კვლევის ანგარიშში ავტორის ყველა არგუმენტი მისი ძირითადი პოზიციის გამყარებას უნდა ემსახურებოდეს, რაც ნიშნავს, რომ ყველა იდეა ლოგიკურ კავშირში უნდა იმყოფებოდეს და ავტორი არ უნდა მერყეობდეს სხვადასხვა მოსაზრებას შორის. თუ მკითხველს უხდება უკან დაბრუნება და აზრის გასაგებად, ნაწერის რამდენჯერმე გადაკითხვა, ანდა მას უჭირს ავტორის არგუმენტების ძირითად პოზიციასთან დაკავშირება, ეს ნიშნავს, რომ ნაშრომი არათანმიმდევრული და არალოგიკურია.

კვლევის ანგარიშის სტრუქტურა

ნებისმიერი კვლევის ანგარიში შემდეგი ძირითადი ელემენტებისგან შედგება:

- *სათაური* - ნაშრომის ადეკვატური აღწერა რაც შეიძლება ნაკლები სიტყვით. კვლევის ანგარიშის სათაური შემდეგ მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს: მან უნდა ასახოს კვლევის საგანი, ზუსტად უნდა გადმოსცეს ნაშრომის ფოკუსი (არც ზედმეტად ფართო უნდა იყოს, არც ზედმეტად ვიწრო) და თვითამხსნელი უნდა იყოს მოცემული სფეროს სპეციალისტებისათვის.

- *მადლობის გადახდა* კოლეგების, ხელმძღვანელებისა და სპონსორებისათვის გაწეული დახმარებისათვის.

- *სარჩევი* - ნაშრომის ძირითადი სექციები, თანმიმდევრობით მითითებული.

- *ცხრილების და გრაფიკების ჩამონათვალი* იმ თანმიმდევრობით, როგორც ეს ტექსტშია მოცემული.

- *ანოტაცია* - მთელი ნაშრომის ერთ პარაგრაფში მიმოხილვა. არსებობს ორი სახის ანოტაცია: პირველი კონცენტრირებას ახდენს მიღებულ შედეგებსა და მათგან გამომდინარე დასკვნებზე; მეორე კი ნაშრომის 4 ძირითადი ნაწილის (შესავალი, მეთოდები, შედეგები, დისკუსია) თითო-თითო წინადადებით შეჯამებას ახდენს.

- *პრობლემის დასმა* - გამოკვლევის ხასიათისა და მისი განხორციელების გზების მოკლე მიმოხილვა, აგრეთვე გამოკვლევის მიზნებისა და ჰიპოთეზების ნათლად ფორმულირება.

- *ლიტერატურის მიმოხილვა* - შერჩეული პირველადი და მეორადი წყაროების მიმოხილვა და მათი ორიგინალური და კრიტიკული ანალიზი.

- *კვლევის დიზაინი* - იმ თეორიული სტრუქტურისა და მეთოდების მითითება, რომლის ფარგლებში და რომელთა გამოყენებითაც უნდა შემოწმდეს ჰიპოთეზები.
- *გამოყენებული მეთოდოლოგია* - მონაცემების სანდოობისა და ვალიდურობის ჩვენება, აგრეთვე იმ ანალიზის განხილვა, რომელიც ჰიპოთეზების შემოწმებას უნდა ემსახურებოდეს.
- *შედეგები* - ინფორმაციისა და მონაცემების პრეზენტაცია, რის საფუძველზეც შესაძლებელი ხდება გადაწყვეტილების მიღება ჰიპოთეზების მიღებისა თუ უკუგდების შესახებ.
- *დისკუსია* - მიღებული შედეგებით ნაკარნახევი პრინციპების, კავშირების, კორელაციებისა და განზოგადებების პრეზენტაცია; შედეგების ინტერპრეტაცია და საკვლევ პრობლემასა და ჰიპოთეზებთან მათი კავშირის ჩვენება; დედუქციურ-ინდუქციური დასკვნების გამოტანა და რეკომენდაციების შემუშავება.
- *დასკვნა* - მიღებული შედეგებისა და მათგან გამომდინარე დასკვნების მოკლედ შეჯამება.
- *ბიბლიოგრაფია* - ყველა გამოყენებული წყაროს აკურატული მითითება ანბანური თანმიმდევრობით, ერთი არჩეული ფორმატის ფარგლებში.
- *დანართი* - მნიშვნელოვანი მონაცემები და საილუსტრაციო მასალა, მოთავსებული ძირითადი ტექსტის ფარგლებს მიღმა.

თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ჩამოთვლილი ელემენტები კვლევის ანგარიშში ასეთი დანაწევრებული სახით კი არ გვეძლევა, არამედ უფრო ფართო სექციებადაა გაერთიანებული. როგორც ზემოთ ითქვა, რეალურად, კვლევის ანგარიშის ტექსტური ნაწილი ოთხი ძირითადი სექციისგან შედგება: შესავალი, რომელშიც პრობლემა დაყენებული და ჰიპოთეზებია მოცემული; აქვე შეიძლება წარმოდგენილ იყოს ლიტერატურის მიმოხილვა, თუმცა ეს უკანასკნელი შესაძლოა ცალკე სექციადაც იყოს გამოტანილი. მომდევნოა მეთოდების სექცია, რომელშიც კვლევის დიზაინი და გამოყენებული მეთოდოლოგიაა წარმოდგენილი; აქ განხილულია შერჩევის ტექნიკა, შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობა, მონაცემების მოპოვების სტრატეგიები, შეზღუდვები და ბარიერები მონაცემების მოპოვებისას, მეორადი მონაცემების წყაროები (სახელმწიფო სტატისტიკის მონაცემები, სხვა მკვლევართა მონაცემები...), აგრეთვე დასაბუთებულია მონაცემების ანალიზის ნებისმიერი სპეციფიკური ტექნიკის გამოყენება. მომდევნოა შედეგების სექცია, რომელშიც მოპოვებული მონაცემებია შეჯამებული და წარმოდგენილი ან სტატისტიკური ცხრილების სახით (თუ მონაცემები რაოდენობრივია), ან დაკვირვებების აღწერისა თუ სავსელე ჩანაწერების სახით (თუ მონაცემები თვისებრივია). ბოლო სექციაა დისკუსია/დასკვნა, სადაც მიღებული შედეგები ახსნილია და მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით არსებული სხვა კვლევების ფონზეა გაშუქებული, აგრეთვე დასმულია საკითხები, რომლებიც შემდგომ კვლევას საჭიროებს. უფრო დეტალურად გავეცნოთ თითოეული სექციის მიზანსა და ფუნქციას.

შესავალი

შესავლის მიზანია საკვლევი სივრცის შექმნა და მკითხველის მოპოვება. ის სამი ძირითადი საფეხურისგან შედგება:

1. საკვლევი სივრცის შექმნა

- პრობლემის აქტუალობის ჩვენებით (სავალდებულო)
- მოცემულ სფეროში უკვე არსებული გამოკვლევების განხილვით (სავალდებულო)

2. კონტექსტის შექმნა

- წინა გამოკვლევების საფუძველზე ყურადღების მიღმა დარჩენილი საკითხების მითითებით და არსებული ცოდნის შევსების მცდელობით (სავალდებულო)

3. კონტექსტის ათვისება

- გამოკვლევის მიზნისა და ხასიათის მითითებით (სავალდებულო)
- ძირითადი დასკვნების წარმოდგენით (არჩევითი)
- ნაშრომის სტრუქტურის გადმოცემით (არჩევითი)

როგორც აღინიშნა, შესავალი პრობლემის დასმითა და ჰიპოთეზების ფორმულირებით იწყება. საკვლევი პრობლემის დასმისას კი აუცილებელია შემდეგის გათვალისწინება:

- საკითხი აქტუალური და საინტერესო უნდა იყოს, წინააღმდეგ შემთხვევაში, შეუძლებელი იქნება მკითხველის დაინტერესება და მისი დარწმუნება, რომ ღირს დროის ხარჯვა ამ ნაშრომის წასაკითხად;

- საკითხი აუცილებლად შემოწმებადი უნდა იყოს, ანუ სხვა მკვლევარს, სურვილის შემთხვევაში, უნდა შეეძლოს წარმოდგენილი მონაცემების გადამოწმება. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ისინი არასანდოდ ჩაითვლება;

- საკითხი არ უნდა იყოს ზედმეტად ფართო, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ვერ შეძლებთ სათანადო თეზისის ჩამოყალიბებასა და წარმატებით მხარდაჭერას;

- საკითხი არ უნდა იყოს ზედმეტად ვიწრო, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ვერ მოიძიებთ საკმარის მასალას მის დასასაბუთებლად;

- საკითხი არ უნდა იყოს ზედმეტად ტექნიკური ანუ მოითხოვდეს სპეციალურ ცოდნას, რომელიც არ გააჩნიათ;

- საკითხი არ უნდა იყოს ზედმეტად ორდინალური, რომლის შესახებაც ყველამ იცის და ამიტომ მკითხველისთვის მოსაწყენად ჟღერს.

მას შემდეგ, რაც საკვლევი პრობლემა დასმულია, აუცილებელია საკვლევი თეზისის ჩამოყალიბება. საკვლევი თეზისი წარმოადგენს სავარაუდო პასუხს ჩვენ მიერ დასმულ საკვლევ პრობლემაზე, ამიტომ შესავალში მას ჰიპოთეზის ფორმა აქვს, დასკვნაში კი – დასაბუთებული და ჩამოყალიბებული პოზიციისა. ის იმავე მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს, რომლებსაც საკვლევი პრობლემა, ანუ შემოწმებადი უნდა იყოს, არც ზედმეტად ფართო უნდა იყოს და არც ზედმეტად ვიწრო, წინააღმდეგობრივი არ უნდა იყოს და ა.შ. ვინაიდან თეზისი წარმოადგენს პასუხს საკვლევ პრობლემაზე, მას აუცილებლად არგუმენტის ფორმა უნდა ჰქონდეს და არა შეკითხვის.

პრობლემის დასმას ლიტერატურის მიმოხილვა მოსდევს, რომლის მიზანია წარმოდგენილ საკითხთან დაკავშირებით არსებული ნაშრომების ანალიზი. მკვლევარი უბრალოდ კი არ აღწერს არსებულ ნაშრომებს, არამედ მათ შედარებით ანალიზსა და შეფასებას ახდენს, მიუთითებს რა იმ მნიშვნელოვან საკითხებს, რომლებიც წინა კვლევებში ყურადღების მიღმა დარჩა და ხაზს უსვამს იმას, რომ

მოცემული კვლევის მიზანია ამ ხარვეზის გამოსწორება. ლიტერატურის მიმოხილვა ერთდროულად რამდენიმე მიზანს ემსახურება: შესაძლოა, მკვლევარი ეჭვქვეშ აყენებდეს წინა კვლევების შედეგებს ან მათი თეორიული თუ მეთოდოლოგიური მხარეების სრულყოფა სურდეს; ლიტერატურის მიმოხილვა შეიძლება ბიბლიოგრაფიულ ინდექსადაც გამოდგეს მკითხველისათვის, განიხილავს რა არსებულ კვლევებს მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით და აჩვენებს მოცემული კვლევის ადგილს საერთო კვლევების კონტექსტში. ლიტერატურის მიმოხილვა უნდა მოიცავდეს როგორც კლასიკურ ნაშრომებს, ისე უახლეს კვლევებს. რაც უფრო სრულყოფილია ლიტერატურის მიმოხილვა, მით უფრო სოლიდურია კვლევის ანგარიში. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ყველა წყარო ერთნაირი წონის არაა: ყველაზე ღირებულ წყაროებად მიიჩნევა სტატიები სამეცნიერო ჟურნალებიდან, დისერტაციები, მონოგრაფიები და სახელმძღვანელოები; ყველაზე ნაკლებ ღირებულად კი – სტატიები გაზეთებიდან თუ პოპულარული ჟურნალებიდან, პირადი წერილები და სხვ.

სანამ მკვლევარი უშუალოდ წყაროებს გამოიყენებს, აუცილებელია მათში წარმოდგენილი ინფორმაციის შეფასება, რისთვისაც მან შემდეგ შეკითხვებს უნდა უპასუხო:

- რამდენად უპასუხებს მოცემული წყარო ჩემს საკვლევ პრობლემას?
- რამდენად სანდოა ინფორმაცია, ანუ არის თუ არა ის ექსპერტის მიერ მოწოდებული?
- რამდენად სანდოა თავად წყარო?
- არსებობს მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით სხვა წყაროებიც?

პირველ შეკითხვას მკვლევარი იმით უპასუხებს, რომ ზოგადად ეცნობა ამა თუ იმ წყაროს შინაარსს, კერძოდ, გადახედავს წიგნის ან ჟურნალის სარჩევს ან ინდექსს, გაეცნობა მის ანოტაციას, თვალს გადაავლებს ქვესათაურებს და ა.შ., რის საფუძველზეც ზოგადი წარმოდგენა ექმნება მისი სტრუქტურისა და შინაარსის შესახებ.

მეორე შეკითხვას იმით უპასუხებს, რომ ადგენს, თუ რამდენად ხშირად მოიხსენიებენ ავტორს სპეციალურ ლიტერატურაში, რამდენად ავტორიტეტულია ის აღნიშნულ სფეროში, რამდენი ნაშრომის ავტორია და ა.შ.

მესამე შეკითხვაზე პასუხის გაცემისას, გათვალისწინებულ უნდა იქნეს შემდეგი: 1. რამდენად მიუკერძოებელია ავტორი (არ ხელმძღვანელობს პოლიტიკური, რელიგიური თუ სხვა მოსაზრებებით); 2. მითითებული აქვს თუ არა თავად ავტორს საკუთარი ინფორმაციის წყაროები; 3. აღწერს თუ არა თავად ავტორი არა მარტო მიღებულ შედეგებს, არამედ კვლევის მეთოდოლოგიასაც, რათა, საჭიროების შემთხვევაში, შესაძლებელი იყოს ამ შედეგების გადამოწმება; 4. რამდენად ახალია წყარო. შესაძლოა, ისტორიაში ამას ნაკლები ყურადღება ეთმობა, მაგრამ სოციალურ მეცნიერებებში ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ინფორმაცია, რაც შეიძლება ახალ კვლევებზე იყოს აგებული, ვინაიდან სოციალური სამყარო მუდმივად იცვლება და, შესაძლოა, გარკვეული მონაცემები კარგად აღწერს 10 წლის წინ არსებულ ვითარებას, მაგრამ სრულიად არ შეესაბამება თანამედროვე რეალობას.

და ბოლოს, ისიც უნდა იქნეს გათვალისწინებული, თუ რამდენი წყაროს მოძიებაა შესაძლებელი მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით, რადგან, რაც უფრო მეტ წყაროს მოიპოვებს მკვლევარი და მათ შედარებით ანალიზს მოახდენს, მით უფრო სანდოდ და დასაბუთებულად ჩაითვლება მის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია.

მეთოდები

კვლევის ანგარიშის მეთოდების სექციის მიზანია ახსნას, თუ როგორ ჩატარდა კვლევა – რა მონაცემები იქნა მოპოვებული და რა გზით, და როგორ განხორციელდა მათი ანალიზი. როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი კვლევის ანგარიშის მეთოდების სექცია ოთხ ძირითად საკითხზე ამახვილებს ყურადღებას: სუბიექტები, მონაცემები, გარემო და ანალიზის ტექნიკა.

მეთოდების სექცია გვაცნობს, თუ ვინ არიან კვლევაში მონაწილე ადამიანები და როგორ განხორციელდა მათი შერჩევა, როგორ მოხდა მათი კვლევაში ჩართვა და რა გზით იქნა უზრუნველყოფილი მათი ანონიმურობა, აგრეთვე რამდენმა თქვა უარი კვლევაში მონაწილეობაზე და რა მიზეზით.

მომდევნო საფეხურია მონაცემების მოპოვების აღწერა (მასობრივი გამოკითხვა, სიღრმისეული ინტერვიუ...), რაც რამდენიმე მიზანს ემსახურება: ჯერ ერთი, ის საშუალებას აძლევს მკითხველს შეაფასოს, თუ რამდენად სანდოა მოპოვებული მონაცემები; მეორეც, ის საშუალებას აძლევს მკითხველს, სურვილის შემთხვევაში, გაიმეოროს კვლევა, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია, რადგან მომავალშიც შესაძლებელი ხდება მონაცემების შემოწმება; და ბოლოს, კვლევის პროცესში არსებული პრობლემებისა და მათი გადალახვის გზების აღწერით, მკვლევარი გამოცდილებას უზიარებს და შესაძლო პრობლემებისაგან იცავს მომავალ მკვლევარებს.

საკვლევი გარემოს აღწერა საკმაოდ მნიშვნელოვანია. კვლევის მონაცემების სანდოობა ხშირად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად ადეკვატური გარემოა შერჩეული კვლევისთვის. გარემოს თავისებურებების გაუთვალისწინებლობამ კი, შესაძლოა, სერიოზული ზიანი მიაყენოს კვლევის შედეგებს.

უდავოა, რომ ანალიზის ტექნიკის განხილვა მეთოდების სექციის უმთავრესი ელემენტია, რადგან ანალიზის ტექნიკაზე დიდადაა დამოკიდებული მონაცემების სწორად დამუშავება და მიღებული შედეგების სანდოობა.

დასკვნის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ, ზოგადად, სოციალურ მეცნიერებებში შექმნილ ნაშრომებში, მეთოდების სექცია შემდეგი თავისებურებებით ხასიათდება:

- დეტალურადაა გადმოცემული ყველა პროცედურა;
- არ ხდება არსებული კვლევების განხილვა;
- მოიცავს დასაბუთებებს, ახსნა-განმარტებებსა და მაგალითებს;
- ტერმინოლოგია ხშირად მეორდება.

შედეგები

რაოდენობრივი კვლევის ანგარიში, ჩვეულებრივ, გვთავაზობს მონაცემების პროცენტულ განაწილებას ცხრილების, დიაგრამების და გრაფიკების სახით. აქ მკვლევარს შეუძლია ცალკე წარმოადგინოს მონაცემები და ცალკე მოახდინოს მათი ინტერპრეტაცია. მკვლევარმა უნდა განიხილოს ცხრილისა თუ დიაგრამის სახით წარმოდგენილი ძირითადი შედეგები, მაგრამ ტექსტი შედარებითი დამოუკიდებლობით უნდა გამოირჩეოდეს და გასაგები იყოს ცხრილში ჩახედვის გარეშე. თვისებრივ კვლევებში კი მონაცემები და მათი ინტერპრეტაცია განუყოფელია. მკვლევარნი ცდილობენ დააბალანსონ მონაცემების პრეზენტაცია და მათი ანალიზი იმგვარად, რომ *სეგრეგაციის ცდომილება* არ მოხდეს, ანუ ისეთი ვითარება, როცა მკვლევარი იმდენად გამოყოფს მონაცემებს მათი ანალიზისაგან, რომ მკითხველისთვის ძნელია მათ შორის კავშირის დანახვა. აღსანიშნავია ისიც, რომ თუ

რაოდენობრივი კვლევის ანგარიშის შედეგების სექცია ძირითადად ცხრილებისა და გრაფიკებისგან შედგება, თვისებრივი კვლევის ანგარიში მოიცავს ინტერვიუს ჩანაწერებს, ფოტოებს, ნახატებს, რუკებს და ა.შ.

რაც შეეხება კვლევის ანგარიშში ცხრილებისა და გრაფიკების მითითების თავისებურებებს, მკვლევარმა უნდა გაითვალისწინოს შემდეგი:

- მოკლე ცხრილები და გრაფიკები ტექსტებს შორის იმავე გვერდზეა ჩართული;
- გრძელი ცხრილები და გრაფიკები ცალკე გვერდზეა მოთავსებული, უშუალოდ იმ გვერდის შემდეგ, რომელზეც ისინი პირველადაა ნახსენები;
- თითოეულ ცხრილსა და გრაფიკს თავისი სათაური აქვს, რომელიც მოკლედ აღწერს მის შინაარსს;
- სათაური იწერება ცხრილების დასაწყისში და გრაფიკების ბოლოს;
- ყველა ცხრილთან მიმართებაში შეძლებისდაგვარად ერთნაირი ფორმატი უნდა იყოს გამოყენებული, რათა ისინი მარტივად აღსაქმელი იყოს მკითხველისთვის მას შემდეგ, რაც პირველ ცხრილს ალღოს აუღებს;
- ცხრილები კომპაქტური უნდა იყოს, თუმცა საკმარისი ოდენობით „თეთრი სივრცით“ გამოირჩეოდეს, რათა რიცხვებით დატვირთული არ იყოს და იმდენ ინფორმაციას არ მოიცავდეს, რომ მკითხველს გაუჭირდეს მისი წაკითხვა;
- თითოეული ცხრილი თუ გრაფიკი „დამოუკიდებელი“ უნდა იყოს, ანუ მკითხველს შეეძლოს მათი გაგება ტექსტში ჩახედვის გარეშე.

ამგვარად, კვლევის ანგარიშის შედეგების სექციისთვის დამახასიათებელია:

- მეთოდოლოგიის დასაბუთება;
- შედეგების ინტერპრეტაცია;
- არსებულ გამოკვლევებთან თანხმობის დადგენა;
- კომენტარი მიღებულ მონაცემებთან დაკავშირებით;
- ინტერპრეტაციის პროცესში გაჩენილი სირთულეების ჩვენება.

დისკუსია / დასკვნა

კვლევის ანგარიშის დისკუსია/დასკვნის სექციის შინაარსი დამოკიდებულია იმაზე, მოახდინა თუ არა მკვლევარმა შედეგების სექციაში მონაცემების ანალიზი. თუ ანალიზი უკვე მოახდინა, მკვლევარი გაიმეორებს და მოკლედ შეაჯამებს ძირითად დასკვნებს; ამასთან, მიღებულ შედეგებს უკვე არსებული კვლევების ფონზე გააშუქებს. თუკი შედეგების სექცია მხოლოდ მონაცემების წარმოდგენითა და პერიოდული ინტერპრეტაციებით შემოიფარგლება, დისკუსია/დასკვნის სექციაში საფუძვლიანად უნდა გაანალიზდეს მიღებული შედეგები და მხოლოდ ამის შემდეგ მოხდეს მათი შეჯამება. ეს სექცია იმ საკითხების გამოყოფით მთავრდება, რომლებიც შემდგომ კვლევებს მოითხოვს.

ზოგადად, კვლევის ანგარიშის დასკვნა სამი ძირითადი საფეხურისაგან შედგება:

- საკვლევი სივრცის გამთლიანება (სავალდებულო)
- მოცემული გამოკვლევის შეზღუდვების ჩვენება (არჩევითი, თუმცა გავრცელებული)
- მომავალი კვლევისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების მითითება (სავალდებულო)

კვლევის ანგარიშის სექციებში არსებული საკითხების სიხშირე

	შესავალი	მეთოდები	შედეგები	დისკუსია
ახლანდელი დრო	მაღალი	დაბალი	დაბალი	მაღალი
წარსული დრო	საშუალო	მაღალი	მაღალი	საშუალო
ვნებითი გვარი	დაბალი	მაღალი	ცვალებადი	ცვალებადი
ციტირება	მაღალი	დაბალი	ცვალებადი	მაღალი
შეზღუდვები	საშუალო	დაბალი	საშუალო	მაღალი
კომენტარი	მაღალი	დაბალი	ცვალებადი	მაღალი

ბიბლიოგრაფიის მითითება APA-ს სტილის საფუძველზე

მოცემულ ქვეთავში განვიხილავთ ბიბლიოგრაფიის მითითების ტექნიკას ამერიკის ფსიქოლოგიური ასოციაციის - APA-ს მიერ შემოთავაზებული ფორმატის საფუძველზე, რადგან ის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებულია სოციალურ მეცნიერებებში.

კვლევის ანგარიშის ტექსტში წყაროს მითითება ორი გზითაა შესაძლებელი: სქოლიოს ან „ჩართულის“ გამოყენებით. თუმცა, ბოლო პერიოდში სოციალურ მეცნიერებებში „ჩართულის“ გამოყენება უფრო პოპულარული გახდა, ვინაიდან მკვლევარნი მას უფრო მოსახერხებლად მიიჩნევენ. «ჩართული» საშუალებას იძლევა, წყარო პირდაპირ ტექსტში, უშუალოდ მოხსენიებისთანავე იყოს მითითებული. APA-ს ფორმატის ფარგლებში „ჩართულის“ გამოყენებას თავისი წესები აქვს:

- მთლიანი ნაშრომის შეჯამებისას, შეჯამებული პარაგრაფის ბოლოს, ფრჩხილებში მოთავსდება ავტორის გვარი და პუბლიკაციის თარიღი, რომლებიც მძიმით გამოიყოფა;
- თუ ავტორი მოხსენიებულია შეჯამებულ ტექსტში, ფრჩხილებში მხოლოდ პუბლიკაციის თარიღი იქნება მითითებული;
- თუ ავტორი და პუბლიკაციის თარიღიც მოხსენიებულია შეჯამებულ ტექსტში, «ჩართულის» გამოყენება საჭირო აღარაა;
- თუ გარკვეული ქვეთავის ან პარაგრაფის პერიფრაზირებას ვახდენთ, ანდა უშუალოდ ციტატა მოგვყავს, ავტორის გვართან და პუბლიკაციის თარიღთან ერთად, აუცილებლად იწერება გვერდის ნომერიც;
- როცა ნაშრომს ორი ავტორი ჰყავს, ყოველი მითითებისას, ჩართულში ორივე ავტორის გვარი იქნება;
- როცა ნაშრომს სამი და მეტი ავტორი ჰყავს, პირველი მითითებისას, ჩართულში ყველა ავტორის გვარი იქნება წარმოდგენილი, შემდგომი მითითებებისას კი _ მხოლოდ პირველი ავტორის გვარი და აღნიშვნა «et al.» რაც ნიშნავს «და სხვები.»;
- თუმცა პირადი წერილები, სატელეფონო საუბრები და მსგავსი მასალა, რომლის აღდგენაც შეუძლებელია, არ არის მითითებული ბიბლიოგრაფიაში ტექსტის შემდეგ, ისინი აუცილებლად მითითებულია «ჩართულში»;
- თუ გარკვეული იდეა რამდენიმე წყაროშია მოხსენიებული, მისი მითითება შემდეგი სახით ხდება:
 - ერთი ავტორის რამდენიმე ნაშრომის მითითება, მათი გამოცემის თარიღის მიხედვით ხდება: (ბლუმი, 1956, 1962).
 - თუ ავტორს ორი ნაშრომი ერთ წელსაა გამოცემული, ისინი შემდეგი სახით უნდა განვასხვავოთ: (ბლუმი, 1956ა, 1956ბ).

- სხვადასხვა ავტორთა ნაშრომები მათი გვარების ანბანური თანმიმდევრობის მიხედვით უნდა მივუთითოთ და ერთმანეთისაგან წერტილ-მძიმით უნდა დავაშოროთ (გოულდი, 1989; სმიტი, 1983; ტერნერი, 1989).

და ბოლოს, წარმოგიდგინებ ბიბლიოგრაფიის მითითების ტექნიკას APA-ს ფორმატის ფარგლებში:

- **წიგნი, რომელსაც ერთი ავტორი ჰყავს:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (გამოცემის თარიღი). *სათაური*. გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **წიგნი, რომელსაც ორი ან მეტი ავტორი ჰყავს:**
I ავტორის გვარი, ინიციალი. და II ავტორის გვარი, ინიციალი. (თარიღი). *სათაური*. გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **წიგნი, რომელსაც რედაქტორი ჰყავს:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (რედ.). (გამოცემის თარიღი). *სათაური*. გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **სტატია ან დამოუკიდებელი თავი წიგნიდან, რომელსაც ერთი ან რამდენიმე რედაქტორი ჰყავს:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (გამოცემის თარიღი). სტატიის ან თავის სათაური. წიგნის რედაქტორის გვარი, ინიციალი. (რედ.). *წიგნის სათაური* (გვერდები). გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **ხელახლა გამოცემული წიგნი:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (გამოცემის თარიღი). *სათაური*. (მერამდენე გამოცემა). გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **წიგნი, რომელსაც ავტორი ან რედაქტორი არა ჰყავს:**
წიგნის სათაური. (გამოცემის თარიღი). გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **მრავალტომიანი ნაშრომი:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (რედ.). (გამოცემის თარიღი). *წიგნის სათაური*. (ტომები). გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **ლექსიკონი:**
სათაური. (მერამდენე გამოცემა). (გამოცემის თარიღი). გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.
- **სტატია ჟურნალიდან:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (გამოცემის თარიღი). სტატიის სათაური. *ჟურნალის სათაური*, ტომის ნომერი, გვერდები (არ იწერება გვ.).
- **სტატია გაზეთიდან:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (გამოცემის თარიღი). სტატიის სათაური. *გაზეთის სათაური*, გვერდები (იწერება გვ.).
- **დისერტაცია ან ავტორეფერატი:**
ავტორის გვარი, ინიციალი. (გამოცემის თარიღი). *სათაური*. დისერტაცია, უნივერსიტეტი, მისი მდებარეობა.
- **ლექციაზე მიცემული მასალა:**
ლექტორის გვარი, ინიციალი. (თარიღი). *სათაური*. მასალა წარმოდგენილი ამა და ამ ლექციაზე, უნივერსიტეტი, მისი მდებარეობა.
- **სამთავრობო დოკუმენტი:**

სამინისტროსა თუ დაწესებულების სახელწოდება. (გამოცემის თარიღი).
დოკუმენტის სათაური (პუბლიკაციისა თუ ბრძანების ნომერი). გამოცემის ადგილი:
გამომცემელი.

- **არანაბეჭდი წყაროები:**

გვარი, ინიციალი. (პოზიცია). (თარიღი). სათაური [ფილმი, ტელეგადაცემა...].
გამოცემის ადგილი: გამომცემელი.

- **მასალა ინტერნეტიდან:**

ავტორის გვარი, ინიციალი. (ინტერნეტში პუბლიკაციის თარიღი). დოკუმენტის
სათაური. *ნაშრომის სათაური სრულად*. ნაშრომის ინტერნეტში მოძიების თარიღი და
საიტის მისამართი.

ლიტერატურა:

- Becker, H. S. (1986). *Writing for Social Scientists*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Berg, L. B. (2004). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (5th ed.). Boston: Pearson.
- Blaxter, L., Hugles, C., and Tighty, M. (1996). *How to Research*. Philadelphia: Open University Press.
- Booth, W. C., Colomb, G. G., and Williams, J. M. (1995). *The Craft of Research*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Newman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th ed.). Boston: A&B.
- Sorenson, S. (3rd ed.). (2002). *How to Write Research Papers*. New York: Macmillan Reference USA.
- Swales, J.M. and Feak, C.B. (1994). *Academic Writing for Graduate Students*. The University of Michigan Press.
- Using Principles of APA Style to Cite and Document Sources*. Retrieved 22 May, 2005, from <http://www.webster.comment.edu/apa.htm>.

დანართი

საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს დემოგრაფიისა და სოციოლოგიის ინსტიტუტის მიერ 2008 წლის აპრილ-მაისში ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკვლევის კითხვარი „საქართველოს ნატოში გაწევრიანებასთან დაკავშირებული მოლოდინების კვლევა.“

საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო დემოგრაფიისა და სოციოლოგიის ინსტიტუტი

საქართველოს ნატოში გაწევრიანებასთან დაკავშირებული მოლოდინების კვლევა

გამარჯობა! ჩემი სახელია ... და მე ვატარებ კვლევას დემოგრაფიისა და სოციოლოგიის ინსტიტუტის სახელით. უკანასკნელ ხანებში ჩვენს საზოგადოებაში აქტიური დებატებია საქართველოს ნატოში გაწევრიანებასთან დაკავშირებით, ამიტომ გადაწყდა სოციოლოგიური კვლევის ჩატარება და მოსახლეობის მოლოდინების შესწავლა. თქვენი პასუხები ანონიმურია და გამოყენებულ იქნება მხოლოდ განზოგადებული სახით, ნატოში გაწევრიანებასთან დაკავშირებით მოსახლეობის საერთო დამოკიდებულების დასადგენად. თუმცა კვლევაში მონაწილეობა თქვენი არჩევანია, თქვენი თანამშრომლობა უადრესად მნიშვნელოვანია, კვლევის სანდოობის თვალსაზრისით. მადლობას მოგახსენებთ და დავიწყებ ზოგადი შეკითხვებით თქვენს დემოგრაფიულ მახასიათებლებთან დაკავშირებით.

1. სქესი 1. მამრობითი 2. მდედრობითი
2. ასაკი
1. 20-მდე 2. 20-29 3. 30-39 4. 40-49 5. 50-59 6. 60 და უფროსი
3. განათლება
1. არასრული საშუალო 2. საშუალო სრული ზოგადი 3. პროფესიული 4. უმაღლესი
4. ქორწინებითი მდგომარეობა
1. არასოდეს ყოფილა დაქორწინებული 3. ქვრივი
2. დაქორწინებულ 4. განქორწინებული, განშორებული
5. გთხოვთ მიუთითოთ, რამდენი წევრია თქვენს ოჯახში
1. ერთი 2. ორი 3. სამი 4. ოთხი 5. ხუთი და მეტი
6. გთხოვთ მიუთითოთ, თქვენი ოჯახის რამდენი წევრი მუშაობს და აქვს მუდმივი შემოსავალი
1. არც ერთი 2. ერთი 3. ორი 4. სამი 5. ოთხი და მეტი
7. გთხოვთ მიუთითოთ, თქვენი ოჯახის საშუალო თვიური შემოსავალი
1. 100 ლარამდე 3. 251-500 5. 1001-2000 7. 3500-ზე მეტი
2. 100-250 4. 501-1000 6. 2001- 3500 99. არ უპასუხა
8. გთხოვთ, მიუთითოთ თქვენი ეროვნება
1. ქართველი 2. სომეხი 3. აზერბაიჯანელი 4. რუსი 5. სხვა_____ (მიუთითეთ)
9. გთხოვთ, მიუთითოთ თქვენი სარწმუნოება
1. მართლმადიდებლური 5. იუდეისტური
2. კათოლიკური 6. პროტესტანტული
3. სომხური-მონოფიზიტური 7. სხვა _____ (მიუთითეთ)
4. მაჰმადიანური 8. არც ერთი

10. გთხოვთ, 5-ქულიან სკალაზე შეაფასოთ ნდობა ქვემოთ ჩამოთვლილი სოციალური ინსტიტუტებისადმი, სადაც 1 ნიშნავს „სრულიად არ ვენდობი,” ხოლო 5 - „სრულიად ვენდობი.” (98 - მიჭირს პასუხის გაცემა)

		1	2	3	4	5	98
10.1	პარლამენტი	1	2	3	4	5	98
10.2	მთავრობა	1	2	3	4	5	98
10.3	პრეზიდენტი	1	2	3	4	5	98
10.4	ეკლესია	1	2	3	4	5	98
10.5	არმია	1	2	3	4	5	98
10.6	პოლიცია	1	2	3	4	5	98
10.7	მასმედია	1	2	3	4	5	98
10.8	სასამართლო	1	2	3	4	5	98
10.9	არასამთავრობო ორგანიზაციები	1	2	3	4	5	98
10.10	ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოები	1	2	3	4	5	98

11. გთხოვთ, 5-ქულიან სკალაზე შეაფასოთ ნდობა ქვემოთ ჩამოთვლილი საერთაშორისო ორგანიზაციებისადმი, სადაც 1 ნიშნავს „სრულიად არ ვენდობი,” ხოლო 5 - „სრულიად ვენდობი.” (98 - მიჭირს პასუხის გაცემა)

		1	2	3	4	5	98
11.1	მსოფლიო ბანკი	1	2	3	4	5	98
11.2	გაერო	1	2	3	4	5	98
11.3	ეუთო	1	2	3	4	5	98
11.4	ნატო	1	2	3	4	5	98
11.5	ევროსაბჭო	1	2	3	4	5	98
11.6	დსთ	1	2	3	4	5	98

12. ქვემოთ მოყვანილია მოსაზრებები, რომლებიც გავრცელებულია ჩვენს საზოგადოებაში საქართველოს ნატოში გაწევრიანებასთან დაკავშირებით. გამოთქვით თქვენი დამოკიდებულება თითოეულის მიმართ 5-ქულიან სკალაზე, სადაც 1 ნიშნავს „სრულიად არ ვეთანხმები,” 5 - „სრულიად ვეთანხმები.” (98 - მიჭირს პასუხის გაცემა)

		1	2	3	4	5	98
12.1	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს საქართველოს ტერიტორიული მთლიანობის აღდგენას	1	2	3	4	5	98
12.2	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს საქართველოს ეკონომიკურ განვითარებას	1	2	3	4	5	98
12.3	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს პოლიტიკურ სტაბილურობას საქართველოში	1	2	3	4	5	98
12.4	ნატოში გაწევრიანება გამოიწვევს ქართული ტრადიციების რღვევას	1	2	3	4	5	98
12.5	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს საზოგადოებაში რელიგიურ და ეთნიკურ შეშფიცნარებლობას	1	2	3	4	5	98
12.6	ნატოში გაწევრიანება უზრუნველყოფს საქართველოს, როგორც დამოუკიდებელი ქვეყნის, უსაფრთხოებას	1	2	3	4	5	98
12.7	ნატოში გაწევრიანება ახალგაზრდა თაობას უკეთეს განათლების მიღების შესაძლებლობას მისცემს	1	2	3	4	5	98
12.8	ნატოში გაწევრიანება დაძაბავს საქართველოს ურთიერთობას მეზობელ სახელმწიფოებთან	1	2	3	4	5	98
12.9	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს საქართველოს ინტეგრაციას ევროკავშირში	1	2	3	4	5	98
12.10	ნატოში გაწევრიანება გაამწვავებს კონფლიქტებს აფხაზეთსა და სამხრეთ ოსეთში	1	2	3	4	5	98
12.11	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს კორუფციის დამლევას საქართველოში	1	2	3	4	5	98
12.12	ნატოში გაწევრიანება შეასუსტებს ქართული მართლმადიდებელი ეკლესიის როლს საქართველოში	1	2	3	4	5	98
12.13	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს დამნაშავეობის დონის შემცირებას საქართველოში	1	2	3	4	5	98
12.14	ნატოში გაწევრიანება გამოიწვევს სექსუალური თავისუფლების დამკვიდრებას საქართველოში	1	2	3	4	5	98
12.15	ნატოში გაწევრიანება ხელს შეუწყობს ადამიანის უფლებების დაცვის გაუმჯობესებას საქართველოში	1	2	3	4	5	98

13. თქვენი აზრით, რა ინტერესი უნდა ჰქონდეს ნატოს, რომ საქართველო მისი წევრი ქვეყანა გახდეს? (მიუთითეთ, არაუმეტეს, ერთი ძირითადი შესაძლებელი პასუხი)

1. საქართველოს სტრატეგიული მდებარეობა
2. საქართველოს ბუნებრივი რესურსები
3. საქართველოს ხელისუფლების მხრიდან კომპრომისები
4. საქართველოს გამოყენება საკუთარი პოლიტიკური ინტერესების განხორციელებაში
5. სტაბილურობა რეგიონში, როგორც საერთო მშვიდობის აუცილებელი პირობა
6. სხვა (მიუთითეთ) _____

98. მიჭირს პასუხის გაცემა

14. თქვენი აზრით, ვინ შეიძლება იყოს ყველაზე მეტად დაინტერესებული საქართველოს ნატოში გაწევრიანებით? (მიუთითეთ, არაუმეტეს, ერთი ძირითადი შესაძლებელი პასუხი)

- | | | |
|-------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. მთავრობა | 4. არმია | 7. საერთაშორისო ორგანიზაციები |
| 2. ოპოზიცია | 5. მსხვილი ბიზნესი | 8. სხვა (მიუთითეთ) _____ |
| 3. ეკლესია | 6. არასამთავრობო ორგანიზაციები | 98. მიჭირს პასუხის გაცემა |

15. ქვემოთ ჩამოთვლილი პარტიებიდან, რომელი მიგაჩნიათ ნატოში გაწევრიანების მომხრედ, მოწინააღმდეგედ ან ნეიტრალურად განწყობილად?

		მომხრე	ნეიტრალურად განწყობილი	მოწინააღმდეგე	მიჭირს პასუხის გაცემა
15.1	ნაციონალური მოძრაობა	1	2	3	98
15.2	გაერთიანებული ოპოზიცია	1	2	3	98
15.3	ლეიბორისტული პარტია	1	2	3	98
15.4	ახალი მემარჯვენეები	1	2	3	98
15.5	მრეწველები	1	2	3	98
15.6	ქრისტიანულ-დემოკრატიული პარტია	1	2	3	98
15.7	სხვა (მიუთითეთ)	1	2	3	98

16. მიიღეთ თუ არა მონაწილეობა 2008 წლის 5 იანვრის საპრეზიდენტო არჩევნებში?

1. დიახ 99. არ უპასუხა [გადადით მე-19 შეკითხვაზე]
 2. არა [გადადით მე-19 შეკითხვაზე]

17. რომელ კანდიდატს დაუჭირეთ მხარი?

1. ლევან გაჩეჩილაძე 5. მიხეილ სააკაშვილი
 2. ბადრი პატარკაციშვილი 6. გიორგი მათაძე
 3. დავით გამყრელიძე 7. ირინა სარიშვილი
 4. შალვა ნათელაშვილი 99. არ უპასუხა

18. მხარი დაუჭირეთ თუ არა საქართველოს ნატოში გაწევრიანებას?

1. დიახ 2. არა 99. არ უპასუხა

19. გთხოვთ, შეაფასოთ 5-ქულიან სკალაზე, რამდენად რეალურად მიგაჩნიათ საქართველოს ნატოში გაწევრიანება, სადაც 1 ნიშნავს „სავსებით არარეალურია,“ 5 - „სავსებით რეალურია.“

1	2	3	4	5
სავსებით არარეალურია	არარეალურია	სავარაუდოა	რეალურია	სავსებით რეალურია
19.1	19.2	19.3	19.4	19.5

[1 და 2-ის შემთხვევაში, გადადით 20-ე შეკითხვაზე და გამოტოვეთ 21-ე შეკითხვა; 3, 4 და 5-ის შემთხვევაში, გამოტოვეთ მე-20 შეკითხვა და გადადით 21-ე შეკითხვაზე]

20. რატომ მიგაჩნიათ არარეალურად საქართველოს ნატოში გაწევრიანება? (მიუთითეთ, არაუმეტეს, ერთი ძირითადი შესაძლებელი პასუხი)

- საქართველო არ არის დემოკრატიული ქვეყანა
- რუსეთი არ დაუშვებს საქართველოს ნატოში გაწევრიანებას
- საქართველოს ნატოში გაწევრიანება ტვირთად დააწვება ნატოს ქვეყნების ეკონომიკას
- საქართველოში მაღალია კორუფციის დონე
- საქართველო არა არის პოლიტიკურად სტაბილური ქვეყანა
- საქართველოს კულტურული ტრადიციები არ არის თავსებადი ნატოს წევრი ქვეყნების კულტურულ ტრადიციებთან
- ქართული არმია ვერ აკმაყოფილებს ნატოს სტანდარტებს
- სხვა (მიუთითეთ) _____
- მიჭირს პასუხის გაცემა

21. თქვენი აზრით, რამდენ ხანში გახდება საქართველო ნატოს წევრი სახელმწიფო?

1. 1-2 წელიწადში 4. 11 და მეტ წელიწადში
2. 3-5 წელიწადში 98. მიჭირს პასუხის გაცემა
3. 6-10 წელიწადში

22. პირადად თქვენ რას მოელით ნატოში გაწევრიანებისგან?

1. ვფიქრობ, რომ ჩემი სოციალურ-ეკონომიკური პირობები გაუმჯობესდება
 2. ვფიქრობ, რომ ჩემი სოციალურ-ეკონომიკური პირობები იგივე დარჩება
 3. ვფიქრობ, რომ ჩემი სოციალურ-ეკონომიკური პირობები გაუარესდება
98. მიჭირს პასუხის გაცემა

23. ქვემოთ ჩამოთვლილი მოსაზრებებიდან რომელს დაეთანხმებოდით:

1. ნატოს წევრი ყველა (26) ქვეყანა მხარს დაუჭერს საქართველოს ნატოში გაწევრიანებას
 2. ნატოს წევრი ქვეყნების უმეტესობა მხარს დაუჭერს საქართველოს ნატოში გაწევრიანებას
 3. ნატოს წევრი ქვეყნების მხოლოდ მცირე ნაწილი დაუჭერს მხარს საქართველოს ნატოში გაწევრიანებას
 4. ნატოს წევრი არც ერთი ქვეყანა არ დაუჭერს მხარს საქართველოს ნატოში გაწევრიანებას
98. მიჭირს პასუხის გაცემა

24. ქვემოთ ჩამოთვლილი მოსაზრებებიდან რომელს დაეთანხმებოდით:

1. საქართველო უნდა გაწევრიანდეს ნატოშიც და ევროკავშირშიც
 2. საქართველო უნდა გაწევრიანდეს ნატოში, მაგრამ არა – ევროკავშირში
 3. საქართველო უნდა გაწევრიანდეს ევროკავშირში, მაგრამ არა – ნატოში
 4. საქართველო არ უნდა გაწევრიანდეს არც ნატოში და არც ევროკავშირში, ის უნდა დარჩეს დსთ-ს წევრ ქვეყნად
 5. საქართველო არ უნდა იყოს არც ნატოს, არც ევროკავშირის და არც დსთ-ს წევრი ქვეყანა
98. მიჭირს პასუხის გაცემა

25. იცით თუ არა, რომ 2008 წლის აპრილში ბუქარესტში ჩატარდა სამიტი, სადაც განხილულ იქნა საქართველოს ნატოში გაწევრიანების საკითხი?

1. დიახ [გადადით 26-ე შეკითხვაზე]
2. არა [გადადით 27-ე შეკითხვაზე]

26. თქვენი აზრით, რა გავლენა მოახდინა ამ სამიტმა საქართველოს ნატოში გაწევრიანების პერსპექტივაზე?

1. სამიტის შედეგად, საქართველოს ნატოში გაწევრიანების პერსპექტივა გაიზარდა
 2. სამიტის შედეგად, საქართველოს ნატოში გაწევრიანების პერსპექტივა არ შეცვლილა
 3. სამიტის შედეგად, საქართველოს ნატოში გაწევრიანების პერსპექტივა შემცირდა
98. მიჭირს პასუხის გაცემა

27. როგორ შეაფასებდით თქვენს ინფორმირებულობას ნატოს საკითხებთან დაკავშირებით? [1 და 2-ის შემთხვევაში, გადადით 28-ე შეკითხვაზე, 3 და 4-ის შემთხვევაში, დაასრულეთ ინტერვიუ]

1. თავს სრულიად ინფორმირებულად ვთვლი
2. თავს მეტ-ნაკლებად ინფორმირებულად ვთვლი
3. თავს მეტ-ნაკლებად არაინფორმირებულად ვთვლი
4. თავს სრულიად არაინფორმირებულად ვთვლი

28. ძირითადად საიდან ღებულობთ ინფორმაციას ნატოს შესახებ?

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. ტელევიზია | 7. მთავრობის პრესკონფერენციები
(გაშუქებული სხვადასხვა მედიით) |
| 2. პრესა | 8. ოპოზიციის პრესკონფერენციები
(გაშუქებული სხვადასხვა მედიით) |
| 3. რადიო | 9. სხვა (მიუთითეთ)_____ |
| 4. ინტერნეტი | |
| 5. ნაცნობ-მეგობრები | |
| 6. ნატოს საინფორმაციო ცენტრი | |

გმადლობთ დახმარებისთვის!

სოციოლოგიური გამოკვლევისთვის „საქართველოს ნატოში გაწევრიანებასთან დაკავშირებული მოლოდინების კვლევა“ განხორციელდა კვოტური შერჩევა, ოთხი კვოტური ნიშნით: ასაკის, სქესის, განათლებისა და თბილისის რაიონების მიხედვით (გამოკვლევა ჩატარდა თბილისში, გამოკითხულ იქნა 1000 რესპონდენტი).

ცხრილი 1. თბილისის მოსახლეობის გენერალური და შერჩევითი ერთობლიობა სოციოლოგიური გამოკვლევისთვის გაანგარიშებული 1000 რესპონდენტზე

ასაკი	გენერალური ერთობლიობა					შერჩევითი ერთობლიობა				
	განათლება				სულ	განათლება				სულ
	არასრული საშუალო	საშუალო სრული ზოგადი	პროფესიული	უმღალესი		არასრული საშუალო	საშუალო სრული ზოგადი	პროფესიული	უმღალესი	
ორივე სქესი										
-20	42387	34928	3963	6655	87933	49	40	5	8	102
20-29	6490	37781	23863	103316	171450	7	43	27	119	196
30-39	4842	34931	33600	89251	162624	6	40	38	103	187
40-49	5876	38887	36390	83393	164546	7	46	42	96	191
50-59	4493	24809	20811	58134	108247	5	29	24	67	125
60+	20699	49100	30409	72819	173027	24	57	35	84	200
სულ	84787	220436	149036	413568	867827	97	255	171	477	1000
მამაკაცები										
-20	21533	17464	1787	3183	43967	25	20	2	4	51
20-29	3630	20291	8907	47220	80048	4	23	10	54	91
30-39	2336	17244	12493	39647	71720	3	20	14	46	83
40-49	2744	18011	13831	37835	72421	3	21	16	44	84
50-59	1930	10645	8165	26124	46864	2	12	9	30	53
60+	7183	17061	9772	30512	64528	8	20	11	35	74
სულ	39356	100716	54955	184521	379548	45	116	63	213	437
ქალები										
-20	20854	17464	2176	3472	43966	24	20	3	4	51
20-29	2860	17490	14956	56096	91402	3	20	17	65	105
30-39	2506	17687	21107	49604	90904	3	20	24	57	104
40-49	3132	20876	22559	45558	92125	4	25	26	52	107
50-59	2563	14164	12646	32010	61383	3	17	15	37	72
60+	13516	32039	20637	42307	108499	16	37	24	49	126
სულ	45431	119720	94081	229047	488279	52	139	108	264	563

ცხრილი 2ა.

შერჩევითი ერთობლიობა ასაკის, სქესის, განათლებისა და თბილისის რაიონების მიხედვით

ასაკი	განათლება					სულ	განათლება					სულ
	არასრული საშუალო	საშუალო სრული	ზოგადი	პროფესიული	უმაღლესი		არასრული საშუალო	საშუალო სრული	ზოგადი	პროფესიული	უმაღლესი	
	გლდანი-ნაბალადევი						დიდუბე-ჩუღურეთი					
						ორივე სქესი						
-20	14	12	2	2	30	6	5	1	1	13		
20-29	2	12	8	35	57	1	6	4	15	26		
30-39	2	11	11	30	54	1	5	5	13	24		
40-49	2	15	12	28	57	1	6	5	13	25		
50-59	2	10	7	20	39	1	4	3	9	17		
60+	6	18	10	24	58	3	7	4	11	25		
სულ	28	78	50	139	295	13	33	22	62	130		
						მამაკაცები						
-20	7	7	1	1	16	3	2	0	0	5		
20-29	1	7	3	16	27	1	3	2	7	13		
30-39	1	6	4	13	24	0	2	2	6	10		
40-49	1	6	4	13	24	0	3	2	6	11		
50-59	1	4	3	9	17	1	2	1	4	8		
60+	2	6	3	10	21	1	3	1	5	10		
სულ	13	36	18	62	129	6	15	8	28	57		
						ქალები						
-20	7	5	1	1	14	3	3	1	1	8		
20-29	1	5	5	19	30	0	3	2	8	13		
30-39	1	5	7	17	30	1	3	3	7	14		
40-49	1	9	8	15	33	1	3	3	7	14		
50-59	1	6	4	11	22	0	2	2	5	9		
60+	4	12	7	14	37	2	4	3	6	15		
სულ	15	42	32	77	166	7	18	14	34	73		

ცხრილი 28.

შერჩევითი ერთობლიობა ასაკის, სქესის, განათლებისა და თბილისის რაიონების მიხედვით

ასაკი	განათლება					სულ	განათლება					სულ
	არასრული საშუალო	საშუალო სრული ზოგადი	პროფესიული	უმაღლესი			არასრული საშუალო	საშუალო სრული ზოგადი	პროფესიული	უმაღლესი		
	ვაკე-საბურთალო						ისანი-სამგორი					
						ორივე სქესი						
-20	11	10	1	2	24	13	10	2	2	27		
20-29	2	10	6	27	45	2	11	7	31	51		
30-39	1	10	9	24	44	2	10	10	27	49		
40-49	2	10	10	22	44	2	12	11	25	50		
50-59	1	7	5	15	28	1	6	6	18	31		
60+	5	12	8	19	44	6	15	9	22	52		
სულ	22	59	39	109	229	26	64	45	125	260		
						მამაკაცები						
-20	6	5	0	1	12	7	5	1	1	14		
20-29	1	5	2	12	20	1	6	3	14	24		
30-39	0	5	3	11	19	1	5	4	12	22		
40-49	1	5	4	10	20	1	6	4	11	22		
50-59	0	3	2	7	12	0	2	2	8	12		
60+	2	4	3	8	17	2	5	3	9	19		
სულ	10	27	14	49	100	12	29	17	55	113		
						ქალები						
-20	5	5	1	1	12	6	5	1	1	13		
20-29	1	5	4	15	25	1	5	4	17	27		
30-39	1	5	6	13	25	1	5	6	15	27		
40-49	1	5	6	12	24	1	6	7	14	28		
50-59	1	4	3	8	16	1	4	4	10	19		
60+	3	8	5	11	27	4	10	6	13	33		
სულ	12	32	25	60	129	14	35	28	70	147		

ცხრილი 2გ.

შერჩევითი ერთობლიობა ასაკის, სქესის, განათლებისა და თბილისის რაიონების მიხედვით

ასაკი	განათლება				სულ
	არასრული საშუალო	საშუალო სრული ზოგადი	პროფესიული	უმაღლესი	
მთაწმინდა-კრწანისი					
ორივე სქესი					
-20	4	3	0	0	7
20-29	1	4	2	11	18
30-39	1	4	3	9	17
40-49	0	4	5	8	17
50-59	0	2	2	6	10
60+	2	5	3	7	17
სულ	8	22	15	41	86
მამაკაცები					
-20	2	1	0	0	3
20-29	1	2	1	5	9
30-39	0	2	1	4	7
40-49	0	2	2	3	7
50-59	0	1	1	3	5
60+	1	2	1	3	7
სულ	4	10	6	18	38
ქალები					
-20	2	2	0	0	4
20-29	0	2	1	6	9
30-39	1	2	2	5	10
40-49	0	2	3	5	10
50-59	0	1	1	3	5
60+	1	3	2	4	10
სულ	4	12	9	23	48