

СОЦИОЛОГ

Татьяна Алексеевна Фомина, заместитель директора [Центра гуманитарных технологий и исследований «Социальная Механика»](#), социолог, рассказывает о работе социологов и о том, кому стоит выбирать такую работу.

Социолог как профессия

Профессия социолога сейчас на слуху – СМИ часто ссылаются на данные разнообразных опросов, многим предлагали принять участие в анкетировании. Всем понятно, что исследованиями общественного мнения занимаются именно социологи. На самом деле социологи не только работают с анкетами, у них бывает разная специализация.

Интервьюеры – социологи, проводящие опрос людей. Такая работа подойдет людям с развитыми коммуникативными навыками: нужно уметь заговорить с незнакомым человеком, поддерживать с ним контакт, уговорить его ответить на все вопросы до конца, хотя беседа может длиться от десяти минут до полутора-двух часов.

Методисты – социологи, которые планируют, как будет проводиться исследование. В основном, работа у них кабинетная, как и у аналитиков – социологов, занятых в обработке и систематизации информации, собранной интервьюерами.

Организаторы поля – еще одна важная специализация. Это социологи, которые организуют работу интервьюеров и предоставляют собранную первичную информацию аналитикам.

Наличие социологического образования необходимо для методистов, аналитиков и организаторов поля. Интервьюерам нужно иметь образование не ниже среднего, ну, а опыт работы помогает на любой позиции.

Рассмотрим особенности работы разных специалистов.

Социолог-методист

Именно с него начинается любое исследование. Этот специалист общается с заказчиком – выясняет, ответ на какой вопрос хочет получить заказчик, придумывает методику и способы получения информации для решения поставленной задачи. Например, заказчик говорит, что ему нужно, чтобы были опрошены тридцать пять тысяч человек, чтобы понять, будут ли на ближайших выборах голосовать за того или иного кандидата. Методист должен выяснить, нужно ли для этого действительно тридцать пять тысяч человек, какая точность данных требуется – до процентов или оценить приблизительные тенденции, можно ли получить достоверные сведения для решения поставленной задачи именно сейчас или исследование нужно проводить позднее.

Планирование социологического исследования включает в себя определение времени и места проведения опроса, перечень вопросов в анкете, их правильные формулировки, описание групп населения, которые нужно опрашивать. Все это и делает методист, который планирует всё исследование и согласует его с заказчиком. Он занимается целиком и полностью подготовкой исследования до начала сбора информации.

Организатор поля

Организатор поля инструктирует интервьюеров: рассказывает им, где и кого опрашивать, какова процедура, на что обратить внимание; обучает, как правильно по анкете проводить опрос, как подбирать респондентов для интервью.

Оказывается, не все опрашиваемые понимают вопрос так, как он записан в анкете, и интервьюеру приходится переформулировать. Организатор поля объясняет интервьюерам, какие слова можно употреблять, а какие – нельзя, потому что они могут пониматься по-разному.

Когда Татьяна Алексеевна еще училась в университете и подрабатывала интервьюером, был один смешной случай. Девушка-интервьюер пришла проводить опрос в

отдаленный район Самары в частный сектор. Когда ее спросили, про что проводится опрос, она ответила: «Про ценности россиян, ценности российского общества». Так в этом доме вызвали милицию, сообщив, что они задержали мошенницу, которая выдает все про их ценности. Приехал патруль, внимательно рассматривал удостоверение интервьюера, звонили в университет и долго выясняли, при чем здесь ценности и почему она задает про них вопросы людям.

Кроме того, в анкетах есть так называемые переходы – части анкеты, после которых, в зависимости от ответа респондента, интервьюер осуществляет переход к определенному блоку вопросов. Например, анкета включает вопрос о том, работает ли респондент. Если тот отвечает утвердительно, то интервьюер переходит к блоку, где задаются более детальные вопросы – где, кем, как долго и т.п. А если опрашиваемый отвечает, что не работает, то интервьюер переходит к блоку, в котором выясняются подробности этой ситуации.

Еще одна функция организатора поля – контроль факта выполнения работы интервьюерами и качества сбора информации. Контроль проводится в текущем режиме: организатор поля периодически созванивается с интервьюерами, чтобы знать, сколько собрано информации, какие респонденты опрошены, какие – нет, а значит, необходимо скорректировать работу интервьюеров.

При приеме анкет контролируется качество сбора информации, т.е. правильно ли отобраны респонденты, все ли переходы соблюдены, верно ли отмечен вариант ответа, не пропустил ли интервьюер какие-то вопросы, отметил ли, если это требовалось, фамилию, имя, отчество и телефон для того, чтобы можно было созвониться с респондентом и выяснить, проводился опрос или нет. Возможно проведение контроля непосредственно на месте проведения интервью. В этом случае организатор поля осуществляет так называемый супервайзинг: он составляет себе график посещения точек работы интервьюеров, выезжает туда и наблюдает за работой интервьюера как открытым, так и скрытым образом.

Цель контроля – не допустить брак в работе интервьюеров, связанный как с халатностью (сам заполнил анкету, а не опрашивал респондента), так и с некомпетентностью (некорректно разъяснил вопрос, неверно отметил ответ и т.п.).

Организатор поля обычно хорошо знает возможности интервьюеров, с которыми работает: кого можно отправить на социально-политические исследования, кого – на исследования потребительского поведения, кого на улицу поставить, кого – в торговый центр и т.д.

Работа организатора поля очень интересная, хотя, конечно, немного нервная, потому что приходится оперативно решать массу разных проблем. Например, при проведении экзитпола (опрос избирателей на выходе с избирательных участков) мало того, что интервьюеров необходимо контролировать в обычном режиме, нужно еще решать текущие проблемы с правоохранительными органами или с представителями партий, которые постоянно пытаются вмешаться в работу интервьюеров.

От интервьюера до ИНТЕРВЬЮЕРА

Интервьюеры могут быть очень разной квалификации и, соответственно, принимать участие в разных исследованиях.

Самый простой способ сбора информации – анкетирование. Интервьюер работает четко по анкете, в которой заранее предложены варианты ответов. По окончании анкетирования интервьюер приносит анкеты организатору поля, отвечает на вопросы о том, что вызвало затруднения. Чтобы стать таким интервьюером, достаточно пройти инструктаж, во время которого тебе объяснят, как действовать в тех или иных ситуациях, кто подходит для анкетирования, кто не подходит.

Более сложный способ сбора информации – стандартизированное интервью, когда интервьюер идет по заданному плану опроса, но при этом готов принять развернутые и подробные ответы респондента.



Интервьюер проводит опрос

Интервьюеры с самой высокой квалификацией проводят нестандартизированные (или «свободные») интервью – обозначена только тема, на которую интервьюер будет беседовать с респондентом и получать информацию. Обычно при таких интервью параметры респондента непростые – высокостатусные, востребованные в своей профессии и очень занятые люди (руководители предприятий, чиновники и т.п.). Из-за нехватки времени эти люди неохотно соглашаются на интервью, и интервьюер должен их мотивировать, что называется, «подобрать к человеку ключик». Конечно, необходимо правильно провести интервью – отсекал лишнюю информацию, которая начинает уводить в сторону от обсуждаемого вопроса. Важно аккуратно вести интервью в нужном направлении для того, чтобы у человека не возникало отторжения, агрессии от того, что у него попросили взять интервью, а сами не слушают. Интервьюеры,

проводящие нестандартизированные интервью, как правило, социологи с большим опытом работы, прошедшие «школу» интервьюеров, начиная с анкетирования.

Для большинства интервьюеров эта работа – дополнительный заработок. Найти работу интервьюера на полный рабочий день практически невозможно. Это связано с нерегулярностью проведения опросов и с высокой интенсивностью загрузки во время проведения работы. Например, заказчику за две недели нужно собрать полторы тысячи интервью в Самарской области или, скажем, в Пензу поехать и там собрать всю требуемую информацию. Фактически нужно с утра до вечера по десять часов работать в интенсивном режиме, а потом вернуться к обычной жизни. Многие работают по вечерам – это удобно и интервьюерам, которые могут подработать после окончания рабочего дня по основному месту работы, и респондентам – тоже по причине их занятости в рабочее время.

Нужно сказать, что среди интервьюеров большая текучесть кадров, и это нормально. Обычно у компаний, которые проводят социологические исследования, есть группа постоянно

работающих надежных интервьюеров, примерно 5-10% от общего числа интервьюеров. Таким людям нравится сам процесс, они могут поговорить с огромным количеством людей за короткий промежуток времени, чаще всего, они зарабатывают больше других, причем размер заработка сопоставим с зарплатой по основному месту работы.

Для того чтобы школьник мог понять, подходит ему или нет работа профессионального социолога, нужно поработать интервьюером. Сложность заключается в том, что в большинстве опросов могут работать только совершеннолетние. Для контроля работы интервьюера респонденту в конце опроса предлагают оставить информацию о себе – имя, отчество и фамилию, номер телефона, а это по закону персональные данные, доступ к которым может иметь только совершеннолетний.

Но если школьникам все же интересно попробовать, нужно искать анонимные опросы, в которых процедура проверки качества сбора данных не предполагает сбор персональных данных. Такие опросы бывают нечасто, но бывают.

Получить работу интервьюера можно, обратившись к сайтам компаний, которые занимаются социологическими или маркетинговыми исследованиями, - интервьюеров ищут всегда.

Цифры и выводы – зона ответственности социолога-аналитика

Аналитик работает с собранной информацией: он ее обрабатывает, формирует сравнительно-сопоставительные таблицы, отражает ее в графиках. Для действительно качественной обработки данных, а не их примитивного переноса, нужно достаточно хорошо владеть пакетами специальных программ математической обработки: от самого простого варианта (Excel) до профессиональных программ (например, Statistica, SPSS Statistics, IP Sociologist). Эти программы позволяют получить анализ количественных данных высокого уровня.

Но работает с программой и задает параметры именно аналитик. Это он должен понимать, с какими данными можно использовать какие коэффициенты, с какими нельзя, какие бессмысленно применять к тем или иным данным.

Часто, особенно в небольших компаниях, функции методиста и аналитика выполняет один социолог.

Аналитик «зрит в корень» анализируемой информации. Например, заказчик планирует увеличить продажи и просит провести исследование о том, как пол и возраст влияют на факт покупки, а человек, который обрабатывает данные, видит, что эти факторы не работают, он на основании анализа массива данных выявляет совершенно другие факторы. Тогда аналитик должен о своих выводах заказчика проинформировать, подкрепив свое суждение расчетами.

Казалось бы – скучная кропотливая работа. Однако аналитики так не считают. Татьяна Алексеевна Фомина, рассказавшая обо всех специализациях социолога и работавшая и интервьюером, и организатором поля, говорит, что ее любимое занятие – работа с данными. Это увлекательно, похоже на расследование. И цель этого исследования-расследования благородная – узнать больше о людях, об обществе.

Материал подготовлен [АНО «Лаборатория модернизации образовательных ресурсов»](#) с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного [Фондом президентских грантов](#).