

ОГЛАВЛЕНИЕ

ДЕМОСКОПИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ФРГ

| | |
|---|----|
| <i>Вступительная статья научного редактора</i> | 3 |
| ПРЕДИСЛОВИЕ К РУССКОМУ ИЗДАНИЮ | 10 |
| ПРЕДИСЛОВИЕ К ТРЕТЬЕМУ ИЗДАНИЮ | 24 |
| ПРЕДИСЛОВИЕ КО ВТОРОМУ ПЕРЕРАБОТАННОМУ ИЗДАНИЮ | |
| С «ВВЕДЕНИЕМ В МЕТОДЫ ДЕМОСКОПИИ» | 26 |
| <i>Примечания</i> | 35 |
| Глава I. ОСОБЕННОСТИ И ОЦЕНКИ МЕТОДА ДЕМОСКОПИИ | 36 |
| Часто ли ошибаются исследователи мнений? | 38 |
| Алленсбахские прогнозы выборов в 1957-1998 гг. | 40 |
| Личность и признак | 44 |
| Распространение статистики – можно ли считать людей? | 45 |
| Сфера множественного и моральная статистика | 46 |
| Закон больших чисел и свобода воли человека | 47 |
| Появление опросов | 50 |
| Конфронтация с выборочным методом | 51 |
| Неприязнь к цифрам | 54 |
| Неприятное единообразие в статистической сфере | 54 |
| Человек как частица человеческого рода | 55 |
| Хорошее единственное число. Плохое множественное число | 55 |
| Поверхностна ли статистика? | 57 |
| Неправомерный перенос в сферу статистики едставлений, относящихся к сфере индивидуального | 58 |
| Демоскопия и массовая культура | 58 |
| Утрата целостности | 59 |
| Хороший сидр? Конкретный случай ярче процентов | 61 |
| Сфера признаков: подход власть имущих, военачальников, бюрократии и социологов | 63 |
| Чтобы доказать, нужно считать | 64 |
| Высказывание обо всех не является казыванием о каждом | 65 |
| <i>Примечания</i> | 66 |

| | |
|--|-----|
| Глава II. ДЕМОСКОПИЧЕСКОЕ ИНТЕРВЬЮ | 72 |
| Другой подход: беседа и не беседа | 73 |
| Интервьюер и респондент – самые слабые звенья в цепи | 75 |
| Радикальное разделение ролей исследователя и интервьюера | 77 |
| Стандартизация требует интенсивной подготовительной работы | 86 |
| Исследователь стесняется | 90 |
| Демоскопическое интервью – это эксперимент по выявлению реакций | 92 |
| Обращение в свою веру посредством интервью – дело легкое, но ненужное | 96 |
| Можно все население слышать, но нельзя со всем населением разговаривать | 100 |
| <i>Примечания</i> | 101 |
| Глава III. АНКЕТНЫЙ МЕТОД | 104 |
| Исследовательский (программный) вопрос и анкетный вопрос | 104 |
| Зная источники ошибок, лучше понимаем метод | 107 |
| Исследовательский вопрос «переводят» – анкетный вопрос формулируют | 111 |
| Говорят ли люди правду? | 113 |
| «Не интервьюер, а вопросник должен быть хитрым» | 114 |
| Создание анкеты | 121 |
| Структура и последовательность – «причесанная анкета» | 129 |
| «Благовоспитанная анкета» | 131 |
| Обучение в интервью: «Потом Вы спросите, почему?» .. | 131 |
| Сколько длится интервью? | 133 |
| «Глухой» интервьюер | 135 |
| «Открытый вопрос» – особенность обыденного разговора, он малопригоден для статистической обработки | 135 |
| Примеры методических решений в анкете | 137 |
| Открытый вопрос, ответ в цифрах | 147 |
| Списки, картинки, карты: когда телефон не работает | 151 |
| Прорыв в бессознательное | 167 |
| Интервьюер в качестве наблюдателя | 180 |

| | |
|---|-----|
| Сотня ловушек..... | 181 |
| Пренебрежение к середине..... | 195 |
| <i>Примечания</i> | 196 |
| Глава IV. РЕПРЕЗЕНТАТИВНАЯ ВЫБОРКА | 203 |
| Тайну Вы, конечно, сохраните | 203 |
| Математическая основа выборочного метода | |
| – «закон больших чисел» | 204 |
| Три статистических вывода и много формул | 218 |
| Уменьшенная модель | 223 |
| Границы «вселенной»: о ком судит исследователь? | 223 |
| Мнение всех благонравных | 228 |
| Почему иногда приходится опрашивать «не тех» людей? | |
| | 229 |
| Кого опрашивать? Выбор респондентов | 230 |
| Случайный метод или квоты | 231 |
| «Выбирает случай? Это легкомысленно» | 231 |
| Основные типы случайной выборки | 232 |
| Списки, картотеки или территориальный отбор | 238 |
| Инструкция интервьюера по отбору адресов | 239 |
| Выборки с логическими ошибками | 246 |
| Квотный метод | 248 |
| Репрезентативная и нерепрезентативная | |
| квотная выборка | 249 |
| Равные шансы для каждого | 252 |
| Недоразумения целенаправленного или | |
| сознательного отбора | 253 |
| Случайная и квотная выборка: за и против | 256 |
| Остается ли интервьюер на первом этаже? | 267 |
| Все время одни и те же люди: панельный метод | 271 |
| Сколько следует опросить респондентов? | 275 |
| Репрезентативен ли опрос менее 2000 респондентов? ... | 276 |
| Какова должна быть точность результатов? | 277 |
| Полугруппы: вилочный опрос | 278 |
| «Приукрашенный» избиратель? | 280 |
| «Опросы у выхода» | 285 |
| Первый встречный | 286 |
| Снежный ком, или цепочка и другие | |
| необычные методы выборки | 287 |

| | |
|---|-----|
| Выносливые репрезентативные срезы | 290 |
| Телефонные опросы | 299 |
| Письменные опросы | 303 |
| <i>Примечания</i> | 305 |
| Глава V. РАБОТА С ИНТЕРВЬЮЕРАМИ | |
| И ПРОВЕДЕНИЕ ОПРОСОВ | 313 |
| Чем тщательнее отбор, тем легче обучение | 313 |
| Общительный педант | 314 |
| Как найти интервьюера? | 318 |
| Сеть представителей: негодный пример | 321 |
| Изучать метод, учитывая ошибки | 322 |
| «Люди Вас интересуют?» | 324 |
| Тест и тренировка одновременно | 325 |
| Централизованная или децентрализованная | |
| сеть интервьюеров | 327 |
| «Азбука интервьюера». | |
| Техническая инструкция по проведению интервью | 330 |
| Взрослый сын фрау Петерс: письмо интервьюеру | |
| о проблемах измерения | 340 |
| «Это мы объясним интервьюерам!» | 345 |
| Информация для всех интервьюеров | 346 |
| Руководство работой интервьюеров | 353 |
| Опросы на кухне и в квартире | 355 |
| Проблема подделок | 359 |
| Влияние интервьюера | 362 |
| Интервьюер на подготовительном этапе | 364 |
| <i>Примечания</i> | 366 |
| Глава VI. ПОДГОТОВКА ОПРОСНЫХ | |
| ДАННЫХ К ОБРАБОТКЕ | 368 |
| «Обратный перевод» | 368 |
| План кодирования | 369 |
| План кодирования создается в два этапа | 370 |
| Семь правил группировки открытых вопросов | 373 |
| Категории надежды: план кодирования | 380 |
| Кодирование количественных данных | 383 |
| Глава VII. ОБРАБОТКА ОПРОСНЫХ ДАННЫХ | |
| И ИХ АНАЛИЗ | 385 |
| Одномерная базовая таблица: | |

| | |
|---|-----|
| «Вы обычно быстро засыпаете?» | 385 |
| Почему результаты обычно выражаются в процентах | 387 |
| Связь двух чисел | 391 |
| Абсолютные величины: помеха и необходимость | 393 |
| Когда сумма процентов больше 100 | 397 |
| Анализируется засыпание | 399 |
| Переход от двухмерной таблицы к трехмерной – один из важнейших шагов | 401 |
| «Возраст – константа» | 402 |
| Ложная корреляция: ловушки при анализе (5) | 405 |
| Портит ли телевизор зрение? | 409 |
| Поиски мешающего фактора | 413 |
| «Объясняющая корреляция» помогает застраховать | 415 |
| Какой из двух факторов наиболее влиятелен? | 416 |
| Может ли что-то совпадать и быть ложной корреляцией? Схема определения | 417 |
| Третий случай: условные корреляции | 418 |
| Как группировать материал для обработки? | 419 |
| Муж экономный, жена экономная: анализ окружения и другие классификации, которые выходят за рамки личности | 420 |
| Оценка вдоль и поперек: прочесывание опросного материала в разных направлениях | 425 |
| Пять ключевых понятий: непротиворечивость, надежность, достоверность, аккуратность, точность | 430 |
| «Солнце всходит, потому что кузнечики стрекочут» | 433 |
| Первый шаг: поиски скрытых статистических затруднений | 433 |
| <i>Примечания</i> | 434 |

Глава VIII. ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ 437

| | |
|--|-----|
| Изучение причинных связей | 442 |
| Можно ли при помощи статистики все доказать? | 443 |
| Поиск статистически сравнимых групп для анализа в исследовательской концепции | 444 |
| «Полевой» эксперимент в социальном исследовании | 451 |
| Вилочный опрос как самая распространенная форма статистических экспериментов | 472 |

| | |
|---|-----|
| Пример эксперимента с объявлением | 451 |
| Испытание воздействия слов и аргументов | 453 |
| Пример эксперимента с товаром | 456 |
| Преимущества панельного метода для анализа процесса | 457 |
| Трендовые наблюдения рассчитаны на десятилетия | 467 |
| Стирается ли картина? Эксперименты со временем | 470 |
| Исследование мотивов | 471 |
| Фаза поиска и фаза доказательства | 474 |
| Исследование мотивов, основанное на изучении людей и признаков | 477 |
| Анализ единичного случая | 478 |
| Перечень покупок с «Нескафе» - классика статистического изучения мотивов | 480 |
| Молодой человек с сигаретой: о курении при изучении мотивов курения не говорят | 481 |
| Корреляционный анализ как инструмент доказательства исследования мотивов | 483 |
| Какие мотивы интересны? Их практические последствия | 486 |
| Опрос преодолевает неспособность индивида высказаться | 487 |
| Читающий ребенок, играющий ребенок. Эксперимент выявляет место чтения | 488 |
| Важен ли дизайн? | 491 |
| Симптомы, сигналы: «трубка все еще нравится?» | 493 |
| Синдром «белла фигура» (самообман) | 494 |
| Рельефное представление: «имидж» | 495 |
| «Вид вблизи» и «издалека»: стереотип | 499 |
| Социально-оптическое заблуждение | 500 |
| Арсенал шкал | 503 |
| Телефон, но без водопровода? | 505 |
| Вопросы-индикаторы и феномен их взаимозаменяемости | 510 |
| Эксперимент наоборот: анализ экстремальных групп | 512 |
| Расчеты значимости, коэффициенты корреляции – вспомогательные средства анализа | 514 |
| Несправедливо забытая матрица | 517 |
| Красивее всякой таблицы – карта | 520 |

| | |
|--|-----|
| Как была открыта шкала силы личности | 526 |
| «Я не верю в факторный анализ» | 528 |
| Как Колумб | 531 |
| Анализ формирования общественного мнения | 539 |
| Выявление скрытого смысла | 542 |
| <i>Примечания</i> | 546 |

Глава IX. СОСТАВЛЕНИЕ ОТЧЕТА

| | |
|---|-----|
| Перегруппировка материала: | |
| удаление методического балласта | 556 |
| Предприятия? Размеры потребления? | |
| Приборы? Проценты относятся не только к людям | 564 |
| «Не знаю» – тоже результат | 565 |
| Проценты – от чего? | 565 |
| Расчет процентов от наиболее влиятельного фактора | 569 |
| Лишние цифры и сокращения снижают качество таблицы | |
| 572 | |
| Независимую переменную делать подлежащим, обозначать как группу людей; зависимую переменную обозначать глаголом | 577 |
| Высвечивание существенного: графики | 579 |
| Пассажиры скапливаются в транспортных узлах | 584 |
| Выводы и предположения четко разграничивать | 585 |
| Введение и приложение | 585 |
| Анкетные вопросы конкретны, отчет абстрактен | 586 |
| <i>Примечания</i> | 587 |

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

| | |
|---|-----|
| Как определить качество опросного исследования? | 595 |
| <i>Примечания</i> | 596 |

ПРИЛОЖЕНИЯ

| | |
|---|-----|
| Энциклопедическая справка | |
| «Опросное исследование демоскопия» | 602 |
| Организационная структура институтов, проводящих опросы | 604 |
| Список некоторых трудов Э.Ноэль-Нойманн, написанных ею на основе результатов проведенных массовых опросов | 604 |
| Об авторах и их книге | 607 |