

СОЦИОЛОГИЯ

УДК 303.1

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ ТРИАНГУЛЯЦИИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

К.С. Карандин

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье особое внимание уделено понятию триангуляции, рассматривается его история и развитие в рамках социологии. Отдельно рассмотрены типы триангуляции основанные на принципе мультиоперационализма или множественности индикаторов – данных. Дан развернутый ответ на вопрос о возможности и целесообразности соединения качественных и количественных методов. Подробно рассмотрен методологический вопрос в практике применения триангуляции - о том, какой должна быть стратегия взаимодополнения методов. Рассмотрены последовательное и параллельное использование качественного и количественного подходов. Описан пример применения стратегии триангуляции в практике маркетингового исследования.

Ключевые слова: триангуляция, валидность, репрезентативность, мультиоперационализм, между-методы, внутри-методы, количественные методы, качественные методы.

За последние десятилетия роль социологии в решении актуальных проблем современного общества существенно возросла. Это обусловлено тем, что наша страна проходит через непростой период трансформации, последствия которого затрагивают все сферы жизни общества. Несмотря на это, положение социологии продолжает оставаться двойственным. На теоретическом уровне статус социологии не подвергается сомнению, однако в плане практики в социологии присутствуют элементы маргинальности.

Подобное положение связано с тем, что социология – достаточно дорогая наука. Проведение исследований требует существенных материальных затрат. Поэтому снижение этих затрат является актуальной задачей. Из этого вытекает главное противостояние в эмпирической социологии относительно применения качественных и количественных методов. Дело в том, что 80-е годы и первая половина 90-х годов в российской социологии наблюдался методический и методологический застой, обусловленный господством количественной методологии. Эту ситуацию подробно описывал С.А. Белановский в своей работе «Индивидуальное глубокое интервью» [1].

Во второй половине 90-х годов методы качественного исследования (глубинное интервью и фокус-группы) начали применяться в маркетинге, рекламе и политическом консультировании, но при этом методологической основой продолжали оставаться позитивистские подходы, занимающие монопольное положение в эмпирической социологии.

В наше время складывается широкий консенсус относительно того, что оптимальное сочетание методов, такое как взаимодополнение количественных и качественных подходов, обуславливает валидность и репрезентативность эмпирических данных.

Независимо от вида эмпирического исследования, все они имеют общие методологические принципы, которые обеспечивают надежность, актуальность (оперативность) и репрезентативность эмпирических данных:

1. Научность - выявление закономерностей развития объекта исследования;
2. Системность - обнаружение внутренней взаимосвязи и взаимозависимости структурных элементов изучаемых объектов;
3. Систематичность, регулярность проведения;
4. Полнота и достоверность базы данных;
5. Соответствие методов сбора и обработки данных целям использования информации;
6. Объективность при интерпретации данных;
7. Эффективность - соразмерность результатов с затратами;

8. Множественность источников информации, обеспечивающих взаимодополняемость данных и проверку достоверности.

Понятие триангуляции

Последний принцип - множественность источников информации, известен социологам давно. Поскольку каждый метод как техника сбора данных открывает отдельные стороны реальности, получить целостное и точное представление о ней помогает их совмещение. Эту мысль высказал П. Лазарсфельд еще в 1933 году в работе «Принципы социографии», а в 1959 г. развили Кемпбелл и Фиске в работе «Установление конвергентной и дискриминантной валидности с помощью многосторонней многометодной матрицы» [2].

В современной постмодернистской социологии принцип множественности и совмещения методов сбора информации получил наименование триангуляции. Термин триангуляция был заимствован из естественнонаучной области знания. Триангуляция широко применяется в геодезии и навигации как метод, с помощью которого можно определить расположение физической точки на поверхности земли исходя из соотношения с двумя иными произвольно взятыми точками [3]. В социологии первым понятие триангуляции стал применять Н.К.Дензин в книге «Исследовательский акт», понимая под ним использование «разносторонних методов в анализе одних и тех же эмпирических событий» [2]. В научно - исследовательском смысле М.В.Семина понимает триангуляцию много шире - как изучение одного явления с участием нескольких исследователей, имеющих разные теоретические подходы, и с использованием различных наборов данных и методов исследований [4]. Дэвид Джери и Джулия Джери предлагают свое определение – триангуляция подходов. Триангуляция подходов (triangulation of approaches) – это применение множества различных методов исследования, исходя из уверенности, что разнообразие подходов предоставляет больше возможностей для достижения валидности [5].

Многометодная техника является способом проверки валидности данных. В ее основе лежит принцип мультиоперационализма или множественности индикаторов - данных, имеющих различную структуру. Смысл его в том, что редуцирование понятия до уровня исследовательской операции должно приводить к гораздо большему объему получаемых данных.

На основе принципа мультиоперационализма различаются два типа триангуляции: между-методы и внутри-методы. Между-методная триангуляция - комбинация двух и более исследовательских стратегий при изучении одних и тех же эмпирических объектов. Например, П.Лазарсфельд предлагал смешивать качественные методы («включенное наблюдение», жизнеописания, глубинные интервью) с количественными (психологические тесты, анкетирование, обработка данных) [6]. Внутри-методная триангуляция допускает смешение подвидов одного метода, например, интервьюирования стандартизированного и глубинного, группового и личного.

Триангуляционные процедуры позволяют интегрировать информацию из многих источников, собранную разными исследователями с помощью разных методов. С помощью многообразного инструментария социолог может произвести более объемную интерпретацию событий и явлений, добиться большей убедительности информации.

Количественные и качественные методы исследования

Применение стратегии триангуляции на практике начинается с решения основополагающего вопроса: возможно ли соединение качественных и количественных методов? В отечественной социологии 90-х гг. этот вопрос решался отрицательно. Г.С. Батыгин и И.Ф. Девятко в работе «Миф о качественной социологии» рассматривали соединение качественного и количественного методов как не имеющий к науке отношения подход, свидетельствующий о кризисе в социологии [7].

Господство количественных методов над качественными объясняется приверженностью многих российских социологов позитивисткой традиции о признании научным фактом только того, что прошло проверку посредством формализованных методов и измерительных процедур. Качественные методы не дают точного распределения значений, а лишь позволя-

ют увидеть личностные смыслы оценки социальных фактов и процессов отдельными людьми.

Сегодня «количественники» и «качественники» уже не представляют крайних позиций в континууме стратегии социологического исследования. Ничто не мешает совмещать оба подхода в рамках одного исследовательского цикла, лишь бы делалось это профессионально. Качественные данные привлекаются для иллюстрации или разъяснения данных, полученных количественным путем, количественные – для валидации результатов качественного анализа [8].

И.В. Троцук в своей работе Качественное социологическое исследование: предпосылки и логика проведения приводит сравнительный анализ (Таблица 1) количественных и качественных методов [9].

Таблица 1
Основные различия качественного и количественного подхода

Основания сравнения	Количественный подход	Качественный подход
<i>Предназначение</i>	Макросоциологическое исследование	Микросоциологическое исследование
<i>Цель применения</i>	Объяснение причин изучаемого явления	Понимание явления (случая, процесса)
<i>Задачи</i>	Измерить параметры явления и установить взаимосвязи между параметрами	Выявить общую картину явления, концептуализировать и интерпретировать его
<i>Позиция исследователя</i>	«Сторонний» наблюдатель	«Сочувствующий» участник
<i>В центре внимания</i>	Социальные структуры, институты и процессы, объективные факторы	Человек, частные процессы, субъективные факторы
<i>Гипотезы формулируются</i>	До начала сбора данных	По мере овладения данными
<i>Инструментарий</i>	Формализован, стандартизирован, разрабатывается до полевого этапа	Неформализован, отражает исследовательский опыт, определяется и до полевого этапа, и в ходе него
<i>Процедуры</i>	Стандартизованы, дублируются	Менее стандартизованы, дублируются редко
<i>Единицы анализа</i>	Факты, события, высказывания, акты поведения	Субъективные значения
<i>Логика анализа</i>	Дедуктивная: от абстракций к фактам	Индуктивная: от фактов к концепциям
<i>Способы анализа</i>	Классификация, систематизация, математико-статистическая обработка	Описание случаев без их отождествления, обобщения выявленных оценок
<i>Отчет</i>	Статистические распределения, индексы	Высказывания, «продукты» групповых дискуссий
<i>Надежность достигается</i>	Достоверным повторением установленных связей	Достоверным описанием случаев и мнений, триангуляцией

Варианты стратегии взаимодополнения

Следующим методологическим вопросом в практике применения триангуляции является вопрос о том – какой должна быть стратегия взаимодополнения методов?

В ряде исследований ученые прибегают к последовательному использованию качественного и количественного подходов, а в некоторых - к параллельному.

В технологии последовательного использования, автор опирается на стратегию, при которой, допускается два варианта сочетания этих подходов.

В рамках первого варианта в начале исследования используется качественная методология, а затем уже подключается традиционная, классическая методология с соответствующими ей количественными процедурами.

На первом этапе объект отражается как целостность, содержащая разнообразные элементы (например, набор оценок товара или услуги). Среди них обнаруживаются новые, неизвестные исследователю моменты, представляющие для него интерес.

На втором этапе определяется мера выраженности найденного момента (например, представленность положительных, нейтральных и отрицательных оценок в той или иной социальной общности). Но если выявлены только однозначные проявления целого, то продолжение исследовательского поиска количественными методами может не понадобиться.

В рамках второго варианта сочетания качественных и количественных подходов – исследование начинается с использования количественных методов, а затем – качественные. Количественный этап связан со статистическим анализом официальных документов или первичных данных, благодаря которым обнаруживается тенденция, нуждающаяся в изучении качественными методами.

Практическое применение

В качестве примера попытаемся на основе принципа внутри – методной триангуляции разработать матрицу интервьюирования (Рисунок 1), представляющую собой смешение нескольких подвидов интервью. Исследование будет касаться спроса на фармацевтическую помощь конкретной аптечной сети.

В качестве источников информации будем использовать разные типы респондентов. С одной стороны, потребителей фармацевтической помощи данной сети и сети-конкурента, которые делятся на постоянных потребителей (условно назовем их «специалисты области потребления») и случайных посетителей аптек («неспециалистов»). С другой стороны, работников в сфере аптечного бизнеса (условно назовем их «экспертами»).

Это различие носителей информации позволит не только произвести сравнительный анализ данных, полученных в ходе интервью, но и повысить обоснованность интерпретации первичных данных. В завершении работы сопоставим информацию, полученную в разное время с помощью одного и того же метода интервью, чтобы укрепить надежность полученных результатов.

За основание моделирования внутриметодной матрицы возьмем два критерия различия видов интервью, объединенные их отношением к специфике носителя информации – респондента:

1 основание – количественные характеристики респондентов: отдельные единицы (индивиды) и квазигруппы, составляющие массовое образование (покупатели).

2 основание – качественные характеристики респондентов: субъекты компетентные, разбирающиеся в предмете исследования и некомпетентные, но имеющие к нему отношение.



Рис. 1 - Внутриметодная матрица интервьюирования в маркетинговом исследовании

Применение указанных видов интервью основано на стратегии их последовательного, а не параллельного взаимодействия (рисунок 2). При этом соблюдается направленность «от количества - к качеству», т.е. сначала получение статистически значимых данных о явлениях, а затем их обогащение глубинными данными. Количественные интервью направлены на измерение параметров спроса на фармацевтическую помощь и установление повторяющихся взаимосвязей между ними, выявление фактов, событий, высказываний, актов поведения потребителя фармацевтической помощи, классификацию потребителей, систематизацию потребностей. К полученным с помощью стандартизированного личного и телефонного интервью данным может быть применена компьютерная и математическая обработка, статистические распределения, индексация.

Качественные интервью в свою очередь помогут понять нетипичные случаи и частные процессы, выявить общую картину отношения к той или иной аптечной сети, описать субъективные значения для различных категорий населения аптечной помощи, а также интерпретировать полученные оценки. Именно они, завершая исследование, послужат делу проверки валидности количественных данных.



Рис. 2 - «Стратегия последовательного взаимодействия отдельных видов интервью»

На первом и втором этапе определяется мера (масштабы) востребованности населением фармацевтической помощи данной аптечной сети, распространенность профилактических и лечебных целей обращения в аптеки. Цель этого этапа - эмпирическая проверка гипотез о существовании выделенных в теоретическом анализе типологических групп населения, различающихся по степени постоянства спроса на фармацевтическую помощь данной аптечной сети, а также по состоянию здоровья в его субъективной форме (самоидентификация), т.е. отнесение респондентом себя к трем группам: больные, относительно больные, здоровые. Каждая из выделенных типологических групп имеет свое собственное социально-демографическое «лицо», то есть характеризуется преимущественной представленностью в ней тех или иных социально-демографических групп.

На третьем и четвертом этапе выявляются личностные факторы (условия), обуславливающие лояльность к сети ее постоянных клиентов:

1. Социальные - качественное обслуживание сотрудниками аптек, отсутствие конфликтов;
2. Собственно личностные - характер ценностных ориентаций.
3. Индивидуально-психологические - привычка следовать раз и навсегда введенным нормам повседневности.

Подводя итог мы можем сказать что при очевидных минусах стратегии триангуляции (повышение временных и финансовых затрат, сложности в интерпретации результатов и др.), комбинирование качественных и количественных методов приводит к соединению преимуществ обоих методологий, и как следствие - получению более надежных данных. Происходит минимизация неадекватности отдельных методов, что, в итоге, приводит к достижению высокой надежности исследования.

Мы не можем в полной мере рассматривать стратегию триангуляции как универсальное средство для всех социологических исследований. Однако мы можем рассматривать её как компромиссное решение, способное максимизировать сильные стороны и минимизировать слабые стороны каждого отдельного подхода.

Список литературы

1. Белановский, С.А. Индивидуальное глубокое интервью / С. А. Белановский. – Москва: Никколо-Медиа, 2001 – 320 С.
2. Култыгин, В.П. Количественный и качественный анализ: органическое единство или автономия / В.П. Култыгин // Социологические исследования. – 2004. – № 9. – С. 11.
3. Erzberger C., Kelle U. Making inferences in mixed methods: The rules of integration. In: A. Tashakkori, C. Teddlie. (Eds.), Handbook of mixed methods in social and behavioral research. Thousand Oaks, CA: Sage, 2003. pp. 457–490
4. Семина, М.В. Как качественная социология завоевывала себе дорогу (на примере судьбы одного социолога), или об основных тенденциях современных исследований / М.В. Семина // Мониторинг общественного мнения. – 2012. – №3. – С. 193-199.
5. Jary D., Jary J. Collins Dictionary of – Sociology, Collins; Third edition (3 July 2000), 720 pages
6. Батыгин Г. С. Ремесло Пауля Лазарсфельда: введение в его научную биографию / Г.С.Батыгин // Социологический журнал. – 2003. – № 2. С. 115-131.
7. Батыгин, Г.С., Девятко, И.Ф. Миф о «качественной социологии» [Электронный ресурс] / Г.С. Батыгин, И.Ф. Девятко. – Режим доступа: http://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=63 (Дата обращения: 01.11.2016).
8. Bekhet A., Zauszniewski J. Methodological Triangulation: An Approach to Understanding Data, Nurse Researcher, Vol. 20, No. 2 (November 2012): 40-43.
9. Троцук, И.В. Качественное социологическое исследование: предпосылки и логика проведения / И.В. Троцук. – Москва: Издательство РУДН, 2008. – 116 с.
10. Готлиб, А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики / А. С. Готлиб. – Москва: Флинта, 2014. – 382 с.
11. Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А. Стратегии валидации качественных исследований в психологии[Электронный ресурс] / Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А. Режим доступа: <http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n44/1207-melnikova44.html> (Дата обращения: 01.11.2016).

Сведения об авторе

Карандин Константин Сергеевич - аспирант 1 курса направления подготовки «Социологические науки», кафедра социологии и социальной работы, Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского.

UDK 303.1

FEATURES OF TRIANGULATION STRATEGY IN SOCIOLOGICAL RESEARCH

K.S. Karandin

Bryansk State University named after academician I. G. Petrovsky

The article focuses on the concept of triangulation, its history and development in the framework of sociology. The types of triangulation based on the principle of multi operationalism or multiplicity of indicators – data have been considered. The answer to the question about the possibility and expediency of a compound of qualitative and quantitative methods has been given. Methodological issue in the practice of triangulation - about what should be the strategy of complementary methods has been covered. The sequence and parallel use of qualitative and quantitative approaches have been considered. The example of application of the triangulation strategy in the practice of marketing research has been described.

Keywords: triangulation, validity, representativeness, multi operationalism, between - methods within - methods, quantitative methods, qualitative methods.

References:

1. Belanovskij, S.A. Individual'noe glubokoe interv'ju / S. A. Belanovskij. – Moskva: Nikkolo-Media, 2001 – 320 S.
2. Kulygin, V.P. Kolichestvennyj i kachestvennyj analiz: organicheskoe edinstvo ili avtonomija / V.P. Kulygin // Sociologicheskie issledovaniya. – 2004. – № 9. – S. 11.
3. Erzberger C., Kelle U. Making inferences in mixed methods: The rules of integration. In: A. Tashakkori, C. Teddlie. (Eds.), Handbook of mixed methods in social and behavioral research. Thousand Oaks, CA: Sage, 2003. pp. 457–490
4. Semina, M.V. Kak kachestvennaja sociologija zavoevyvala sebe dorogu (na primere sud'by odnogo sociologa), ili ob osnovnyh tendencijah sovremennyh issledovanij / M.V. Semina // Monitoring obshhestvennogo mnenija. – 2012. – №3. – S. 193-199.
5. Jary D., Jary J. Collins Dictionary of – Sociology, Collins; Third edition (3 July 2000), 720 pages
6. Batygin G. S. Remeslo Paulja Lazarsfel'da: vvedenie v ego nauchnuju biografiju / G.S.Batygin // Sociologicheskij zhurnal. – 2003. – № 2. S. 115-131.
7. Batygin, G.S., Devjatko, I.F. Mif o «kachestvennoj sociologii» [Jelektronnyj resurs] / G.S. Batygin, I.F. Devjatko. – Rezhim dostupa: http://www.isras.ru/index.php?page_id=2384&id=63 (Data obrashhenija: 04.05.2016).
8. Bekhet A., Zauszniewski J. Methodological Triangulation: An Approach to Understanding Data, Nurse Researcher, Vol. 20, No. 2 (November 2012): 40-43.
9. Trocuk, I.V. Kachestvennoe sociologicheskoe issledovanie: predposylki i logika provedenija / I.V. Trocuk. – Moskva: Izdatel'stvo RUDN, 2008. – 116 s.
10. Gotlib, A. S. Vvedenie v sociologicheskoe issledovanie. Kachestvennyj i kolichestvennyj podhody. Metodologija. Issledovatel'skie praktiki / A. S. Gotlib. – Moskva: Flinta, 2014. – 382 s.
11. Mel'nikova O.T., Horoshilov D.A. Strategii validizacii kachestvennyh issledovanij v psihologii [Jelektronnyj resurs] / Mel'nikova O.T., Horoshilov D.A. Rezhim dostupa: <http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n44/1207-melnikova44.html> (Data obrashhenija: 01.11.2016).

Author's information

Konstantin Sergeevich Karandin - graduate student, Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky, Department of Sociology and Social Work.