
А.А. Яковлева
(Санкт-Петербург)

ИССЛЕДОВАНИЯ В ТРУДНОДОСТУПНЫХ ГРУППАХ: ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВЫБОРКИ, УПРАВЛЯЕМОЙ РЕСПОНДЕНТОМ, И ВЫБОРКИ «МЕСТО-ВРЕМЯ»

Статья посвящена одной из ключевых методологических проблем социологических исследований в труднодоступных группах – формированию выборки. Представлен опыт применения новых типов выборок – управляемой респондентом и «место-время» – для исследований среди некоторых скрытых и стигматизированных групп (наркопотребители, женщины, занимающиеся проституцией, гомосексуальные мужчины).

Ключевые слова: труднодоступность, труднодоступная группа, выборка, управляемая респондентом, выборка «место – время».

Труднодоступность группы

В контексте эмпирических исследований существуют группы, с которыми социологу без специальной подготовки априори труднее работать. Прежде всего, это различные «подчиненные» группы, меньшинства и скрытые группы. В современной научной литературе для обозначения таких групп используется термин «труднодоступные» (*англ.* hard-to-reach) [1; 2].

В данной статье речь идет о группах, труднодоступность которых основана на отсутствии установок раскрытия принадлежности к группе, низкой институционализированности (доступности через социальные учреждения), а также стигматизации представителей

¹ Анна Александровна Яковлева – кандидат социологических наук, научный сотрудник сектора социологии девиантности и социального контроля Социологического института РАН (Санкт-Петербург). E-mail: anna.yakovleva@hotmail.com.

группы или практикуемого ими поведения. Такие особенности делают неэффективным или даже невозможным применение стандартных подходов к планированию и реализации социологических исследований труднодоступных групп. Особенно актуальна данная методологическая проблема в случаях, когда в результате социологу необходимо получить количественные данные.

Работа с труднодоступными группами требует от социолога, с одной стороны, нестандартного творческого подхода, а с другой – специфической методологической подготовки. Особенности проявляются на всех этапах такого исследования – от планирования и разработки инструментария до анализа и представления данных, а важнейшей методологической задачей этого типа исследований является обеспечение репрезентативности и внешней валидности количественных данных, что напрямую зависит от подхода к формированию выборки.

Цель статьи – проанализировать опыт социологических исследований некоторых труднодоступных групп (потребители инъекционных наркотиков, женщины, вовлеченные в проституцию, и мужчины, практикующие гомосексуальные связи) с применением современных подходов к формированию выборки.

Планирование исследования

В случаях с труднодоступными группами планирование исследования зачастую проходит в условиях минимального объема и противоречивости базовой информации. Это, однако, не отменяет необходимости принятия обоснованных методологических решений, касающихся определения генеральной совокупности и планирования схемы отбора участников. Реализация специальных процедур позволяет сделать это эффективно.

Прежде всего, рекомендуемая обычно процедура *разведывательного исследования* в случае с труднодоступными группами приобретает ключевое значение. Оно позволяет выявить и обоб-

шить факты, на которые можно опереться при принятии методологических решений, в том числе для определения целевой группы и формирования схемы отбора участников. Для этого можно применить, например, триангуляцию (*англ.* triangulation) – процедуру, позволяющую в относительно короткие сроки обобщить, классифицировать и проанализировать разрозненные и противоречивые количественные и качественные данные, полученные из различных источников [3; 4].

В общих чертах триангуляция может быть реализована следующим образом. В начале путем «мозгового штурма» или любого другого похожего методологического приема определяется максимально большой перечень вопросов, связанных с изучаемой труднодоступной группой и актуальных в контексте планируемого исследования. Далее из этого перечня выделяются вопросы, на которые возможно найти ответы (т.е. пригодные для триангуляции), а также формулируются основные и частные гипотезы.

Затем осуществляются сбор и обобщение данных по каждому вопросу. Для этого используется максимально широкий круг возможных источников. Среди них могут быть публикации в научных изданиях и прессе, результаты различного типа исследований, в том числе по смежным проблемам, государственная и ведомственная статистика, описания программ и проектов, тезисы докладов и сообщений на семинарах, конференциях и проч. Каждый такой источник оценивается с точки зрения качества и надежности представленной информации.

Далее вся собранная информация суммируется, выявляются сквозные для всех источников данные. Соответственно, если одни и те же данные подтверждаются несколькими независимыми источниками, то они считаются надежными. В случае необходимости формируются дополнительные вопросы или расширяется перечень возможных источников информации. Например, одно из первых современных российских количественных исследований среди мужчин, практикующих гомосексуальные отношения, пла-

нировалось в условиях довольно большого объема разрозненной и зачастую скандальной информации о целевой группе [5]¹.

Такая ситуация, несомненно, имела под собой культурно-исторические корни. С одной стороны, уголовное преследование мужеложства в России было введено в 1934 г. и просуществовало до 1993 г. С другой стороны, в стране, где приоритетом всегда оставались поддержка армии и силовых структур, где численность тюремного населения в разные годы составляла 500 тыс. и более человек, а к середине 1990-х годов даже превысила миллион², гомосексуальные практики не могли не существовать. Долгие годы проблема была табуирована, а те, кто практиковал такое поведение, подвергались жесткой стигматизации.

Однако в 2000-е годы различные аспекты российской гомосексуальной субкультуры оказались широко представлены в сети Интернет. Именно эти источники, наряду с публикациями в прессе и результатами немногочисленных пилотных проектов, послужили основой для анализа. Главной трудностью работы с такими материалами оказалась оценка достоверности информации. Для того чтобы сделать это более эффективно, были привлечены эксперты из числа представителей гомосексуальной субкультуры.

Еще один пример – планирование исследований среди женщин, вовлеченных в проституцию [6; 7]³. В качестве экспертов

¹ Исследование проводилось в Москве и Санкт-Петербурге Северо-Западным Окружным центром по профилактике и борьбе со СПИДом НИИЭМ имени Пастера (Санкт-Петербург) и РОО социальных проектов «Стеллит» (Санкт-Петербург) при финансовой поддержке Всемирной организации здравоохранения. Общее руководство проектом – д.м.н., профессор Т.Т. Смольская; руководство социологическим разделом – к.с.н. А.А. Яковлева.

² См. статистические ежегодники «Преступность и правонарушения».

³ Исследование [6] было реализовано в Санкт-Петербурге, Иркутске и Оренбурге РОО социальных проектов «Стеллит» (Санкт-Петербург), при финансовой поддержке *Family Health International*. Методическое руководство – д.психол.н., профессор И.Н. Гурвич; организационное руководство – к.с.н. М.М. Русакова;

выступали не столько коллеги-социологи (так как группа ранее практически не становилась объектом эмпирических социологических исследований), сколько представители правоохранительных органов и учреждений системы здравоохранения (венерологи, эпидемиологи, наркологи), сотрудники общественных организаций (работающие с различными группами социально незащищенных женщин, или реализующие медико-социальные аутрич-программы¹). Актуальная информация была получена также от представителей околोकриминальной среды – самих женщин, вовлеченных в проституцию, а также организаторов этого бизнеса, доступ к которым был обеспечен экспертами.

Типы выборки: возможности и ограничения

Общеизвестно, что отбор участников исследования должен проводиться случайным образом так, чтобы обеспечить известную вероятность попадания в выборку всем представителям целевой группы. В случае с труднодоступными группами реализовать этот принцип не только непросто, но зачастую даже невозможно.

Наиболее популярные выборки, применяемые при исследованиях в труднодоступных группах, – это целевая и по типу «снежный ком». Они легко реализуемы и на первый взгляд могут показаться единственно возможными.

Целевая выборка предполагает включение в исследование всех доступных представителей целевой группы. Конечно, в

координация исследований в Иркутске и Санкт-Петербурге – к.с.н. А.А. Яковлева. Исследование [7] было реализовано региональными Центрами по профилактике и борьбе со СПИДом при финансовой поддержке Всемирной организации здравоохранения. Методическое руководство – д.м.н., профессор Т.Т. Смольская (эпидемиологический раздел), к.с.н. А.А. Яковлева (социологический раздел).

¹ Аутрич (от *англ.* reach out) – метод работы с отдельными группами населения, при котором специально обученные сотрудники социальных служб или добровольцы выходят в места встреч, пребывания, отдыха, работы целевой группы.

большинстве случаев есть доступ к ограниченной части представителей целевой группы. Это, например, наркопотребители, проходящие лечение в наркологических стационарах, задержанные правоохранительными органами или оказавшиеся клиентами негосударственных медико-социальных программ, либо женщины-проститутки, задержанные полицией в ходе рейда, либо мужчины-гомосексуалы, выступающие активными борцами за права сексуальных меньшинств.

В результате, например, если выборка наркопотребителей формируется на базе государственного наркологического стационара, то она, как правило, смещается в сторону людей старших возрастов с длительным стажем употребления наркотиков, тяжелыми формами зависимости и широким спектром сопутствующих заболеваний. Примерно та же группа легко достигается через негосударственные медико-социальные программы для потребителей наркотиков. А наиболее труднодоступными оказываются наркопотребители до 20-ти лет с небольшим стажем, женщины, а также лица, употребляющие так называемые легкие наркотики, медицинские препараты или экспериментирующие с различными наркотическими средствами.

Очевидно, что наиболее доступные члены целевой группы представляют лишь незначительную ее часть, а их социально-демографические и поведенческие характеристики сложно назвать типичными [8]. Целевая выборка является полностью селективной, а ее применение приводит к возникновению систематических ошибок в полученных данных и их низкой репрезентативности.

В то же время применение такой выборки в пилотных проектах, как правило, позволяет получить определенный объем базовой информации и обеспечить возможность для организации последующих исследований в труднодоступной группе.

Выборка по типу «снежный ком», когда каждый участник содействует рекрутированию следующего, по сути, является сетевой [9; 10; 11]. Такая выборка, по сравнению с целевой, позволяет су-

существенно расширить доступ к представителям труднодоступной группы, а при соблюдении определенных условий – достичь даже ее скрытой части. Поэтому использование выборки типа «снежный ком», как правило, более предпочтительно по сравнению с использованием целевой выборки.

Несмотря на относительную легкость реализации выборки типа «снежный ком», существуют известные ограничения при генерализации полученных данных [12]. Это существенно снижает возможности применения выборки по типу «снежный ком» в количественных социологических исследованиях.

Однако ключевым ограничением указанной выборки являются субъективные основания отбора респондентов. Здесь очевиднее, чем в любой другой выборке, «работает» принцип сходства характеристик респондента и привлекаемых им участников: такая выборка редко выходит за границы близкого социального окружения первичных участников. Это приводит к существенному смещению результатов исследования, оценить и скорректировать которые зачастую весьма непросто.

В течение последних 15–20 лет не раз предпринимались попытки усовершенствовать методологические подходы к формированию выборки с учетом специфики работы с труднодоступными группами [13]. В результате были разработаны и внедрены в практику сетевая выборка, управляемая респондентом, и выборка «место – время». По сравнению с ранее рассмотренными выборками, они, несомненно, выигрывают за счет меньшего смещения: в них привнесены элементы случайного отбора, а параметры включения в выборку не пересекаются с целевыми параметрами исследования.

Рассмотрим эти выборки подробнее.

Выборка, управляемая респондентом (англ. Respondent-Driven Sampling, RDS), в определенной степени является усовершенствованным вариантом сетевой выборки по типу «снежный ком». В ее основе – предположение, что именно сами представители труднодоступной скрытой группы без труда могут получить доступ к

другим представителям своей группы. Главное же отличие такой выборки – это использование процедур, повышающих случайность отбора участников исследования [14; 15; 16].

Выборка, управляемая респондентом, реализуется следующим образом. На первом этапе проводится отбор первичных участников (рекрутеров) с учетом их независимости и различия базовых характеристик, важных для исследования. Эти участники, как правило, не включаются в основную выборку; их инструктируют, объясняя, как следует рекрутировать, привлекать к исследованию других представителей целевой группы (первая «волна»). Первая «волна» привлекает вторую, вторая – третью и т.д. Рекрутирование мотивируется и интенсифицируется с помощью системы поощрений привлеченных лиц за участие в исследовании. При этом число возможных респондентов, привлекаемых одним рекрутером, строго лимитировано.

Для иллюстрации данной процедуры рассмотрим исследование среди потребителей инъекционных наркотиков, реализованное в Санкт-Петербурге с применением выборки, управляемой респондентом [6].

На первом этапе было привлечено 11 первичных участников. Их отбор проводился по имеющимся у исследователей контактам – преимущественно через наркологические учреждения и негосударственную медико-социальную программу для потребителей наркотиков. Учитывались различия по полу, возрасту (младше 18, 19–25 и старше 25 лет) и стажу употребления наркотиков инъекционным способом (менее одного года, от одного до пяти, от пяти до десяти, более десяти лет). Такой сложный отбор был призван обеспечить относительную независимость социальных сетей, в которых в дальнейшем проводилось рекрутирование представителей целевой группы.

Каждый первичный участник был зарегистрирован в базе данных под порядковым номером и получил по три купона, которые мог распространить среди других наркопотребителей. Каждый купон был пронумерован, а помимо информации об исследова-

тельских пунктах и графике их работы, на нем был проставлен номер получившего его рекрутера. Наличие такого купона было обязательным условием включения респондента в выборку и позволяло контролировать единичность участия в исследовании каждого представителя целевой группы.

Регистрация всей процедуры проводилась с использованием электронной базы данных, где фиксировались порядковый номер участника и/или рекрутера, номер его купона, номера трех выданных ему купонов для рекрутирования, а также факты и даты получения неденежного вознаграждения за участие и рекрутирование других представителей целевой группы. Последнее фиксировалось после того, как приглашенные рекрутером участники были проинтервьюированы. Таким образом, каждый рекрутер посещал исследовательский пункт в среднем три–четыре раза.

Отметим, что в этом первом исследовании 2004–2005 г. первоначальному участнику для получения вознаграждения за рекрутирование других представителей целевой группы предлагалось просто запомнить номер своего купона, и далее полевой работник проводил проверку по базе данных. В дальнейшем процедура была упрощена: каждый купон состоял из двух пронумерованных отрывных частей, одна из них оставалась у рекрутера, а другая – у приглашенного им участника.

Как показывает опыт, если обеспечить достаточную мотивацию и тщательно организовать процесс, то с помощью выборки, управляемой респондентом, можно в относительно короткий временной промежуток привлечь к исследованию достаточно большое количество представителей труднодоступной группы – в среднем до 250–300 человек в течение 6–8 недель. Это существенно отличает выборку, управляемую респондентом, от другой сетевой выборки – типа «снежный ком», когда сложно прогнозировать объем и интенсивность привлечения участников.

Основным условием применения выборки, управляемой респондентом, является наличие неформальных связей между пред-

ставителями целевой труднодоступной группы и интенсивность их коммуникации. Это же, наряду с другими характеристиками группы (в частности, стигматизированностью, скрытостью), определяет соотношение продолжительности формирования и объема реализованной выборки. Оценка наличия или отсутствия таких связей может быть отдельной задачей разведывательного исследования на этапе планирования.

Организация процедуры сбора данных – доступность исследовательских пунктов, режим их работы, «дружественность» атмосферы, использование дополнительных мотивирующих факторов – также влияют на процесс формирования выборки. Хорошей иллюстрацией этих особенностей может послужить упомянутое выше исследование среди потребителей наркотиков [6], так как, помимо Санкт-Петербурга, сбор данных проводился также в Оренбурге и Иркутске. В каждом из городов было необходимо охватить исследованием по 200 потребителей инъекционных наркотиков (не считая первичных участников), но условия реализации сбора данных были различными.

В Иркутске на момент проведения исследования существовали четко локализованные районы естественной концентрации представителей целевой группы, сформированные вокруг мест продажи наркотиков. Именно там были организованы мобильные исследовательские пункты, что обеспечило непрерывающийся поток опрашиваемых. В результате необходимое количество респондентов было набрано в течение двух недель.

В Оренбурге потребители инъекционных наркотиков оказались наиболее скрытыми в сравнении с такими же в двух других городах; мест естественной локализации данной группы не было обнаружено, а негосударственные медико-социальные программы охватывали лишь ее незначительную часть. Исследовательские пункты были организованы на базе государственного наркологического учреждения, что негативно сказалось на интенсивности потока респондентов: необходимое их количество удалось набрать только в течение 11 недель.

В Санкт-Петербурге были организованы как мобильные, так и стационарные исследовательские пункты. Необходимое количество респондентов было набрано в течение восьми недель. При этом ситуация на мобильных исследовательских пунктах отличалась большей интенсивностью потока, а на стационарных – меньшей.

В большинстве случаев при реализации выборки, управляемой респондентом, дополнительно проводится сбор количественных и качественных характеристик социальной сети каждого рекрутера. Это дает ценную информацию о целевой группе, в том числе и о размере социальной сети, и позволяет в дальнейшем осуществлять различные статистические процедуры для повышения качества данных (например, перевзвешивание). Специально для такого статистического анализа RDS Incorporated разработала компьютерную программу RDSAT[®], которая распространяется бесплатно через Интернет-сайт: <http://www.respondentdrivensampling.org/>.

Возможности и ограничения выборки, управляемой респондентом, стали предметом активной научной дискуссии [17; 18; 19; 20; 21]. Относительно свободное привлечение участников из социальной сети несомненно повышает репрезентативность данных. Однако вопрос о смещении в сторону более активных и общительных или менее стигматизированных представителей труднодоступной группы остается открытым. Кроме того, действие принципа привлечения рекрутерами участников, наиболее похожих на самих себя, также ставит под сомнение полную случайность такого отбора.

Все же, несмотря на известные ограничения, выборка, управляемая респондентом, конечно же позволяет получить более валидные результаты по сравнению с целевой выборкой и выборкой по типу «снежный ком». В последние годы такая выборка широко применяется в различных странах мира – прежде всего в рамках поведенческих исследований, касающихся вопросов общественного здоровья (см., например: [22]). Весьма успешно она работает в исследованиях среди наркопотребителей и мужчин-гомосексуалов [23;

24; 25], хотя очевидно, что список потенциальных целевых групп может быть намного шире. Анализ возможностей применения такой выборки для других групп, отличающихся труднодоступностью и скрытостью (например, представителей молодежных субкультур в том числе экстремистской направленности), а также использование в процедуре современных онлайн-технологий [26], признаются перспективными методологическими задачами.

Выборка «место – время» (англ. Time-Location Sampling) – это разновидность кластерной выборки [27]. Она позволяет не только систематизировать процедуру отбора, но и прогнозировать объем выборки представителей труднодоступной группы.

Как любая другая кластерная выборка, выборка «место – время» базируется на предположении, что представители целевой группы каким-то образом упорядочены в естественной среде. Такие естественные кластеры могут формироваться на базе административно-территориальных единиц (например, район города, квартал – для исследования домохозяйств) или каких-либо учреждениях (например, школы, училища, вузы – для исследования учащейся молодежи). В случае с труднодоступными группами кластеры могут формироваться на самых разнообразных основаниях (например, места продажи наркотиков – для наркопотребителей, места продажи сексуальных услуг – для лиц, вовлеченных в уличную проституцию, места досуга – для гомосексуалов). Наличие таких естественных кластеров, подтвержденное результатами разведывательного исследования, служит основанием для применения выборки «место – время».

Общая схема формирования кластерной выборки типа «место – время» следующая [28]. На первом этапе проводится картирование мест естественной локализации целевой группы. Это могут быть, например, отдельные микрорайоны или улицы города – для исследования среди лиц, вовлеченных в уличную проституцию; либо специфические места проведения досуга, такие как гей-клубы или гей-сауны – для мужчин-гомосексуалов. Необходимо составить

исчерпывающий список таких мест. Для этого привлекаются различные эксперты – представители правоохранительных органов и учреждений системы здравоохранения, сотрудники общественных организаций и медико-социальных программ, журналисты и научные сотрудники, представители различных субкультур и труднодоступных групп (в том числе целевой для исследования). Результат целесообразно представить в различных форматах – табличном, текстовом и даже визуальном (на карте населенного пункта).

Далее каждое место локализации посещается исследовательской группой. Проводится предварительный опрос находящихся там представителей целевой труднодоступной группы – на предмет оценки возможности для проведения сбора данных, представленности потенциальных респондентов в различные дни недели и время суток, их количества, гомогенности и проч.

Собранная информация систематизируется, а на ее основе составляется график сбора данных. Необходимо предусмотреть возможность посещения полевыми работниками каждого места в разные дни недели и время суток с целью охвата представителей целевой группы с различными характеристиками. Например, женщины, предлагающие сексуальные услуги на улицах в дневное время, очевидно по базовым и поведенческим характеристикам отличаются от тех, кто подрабатывает только в вечернее и ночное время по выходным дням.

Если это необходимо, на основании данных картирования можно спрогнозировать объем выборки (с учетом пропорциональности количества потенциальных респондентов в каждом месте). Также можно использовать эту информацию на этапе математико-статистической обработки данных для проведения процедуры перевзвешивания в целях повышения надежности результатов исследования [29].

В качестве иллюстрации планирования выборки «место – время» приведем уже упоминавшееся исследование в трех российских городах [6], где одной из целевых групп были женщины,

вовлеченные в уличную проституцию. Для описания каждого места естественной локализации данной группы использовалась специальная форма, содержащая, в частности, следующую информацию:

- условное наименование места с адресом и подробным описанием;
- среднее количество представительниц целевой группы, которых можно встретить в данном месте;
- дни недели и часы наибольшей представленности целевой группы;
- характерные (с точки зрения целей и задач исследования) особенности женщин, которых можно встретить в данном месте в дни и часы наибольшей представленности; их отличие от других;
- дни недели и часы наименьшей представленности целевой группы;
- характеристики мобильности женщин (можно ли встретить их в других местах естественной локализации данной целевой группы);
- оценка возможности и необходимые условия для организации сбора данных в этом месте.

Для сбора этой информации в качестве экспертов были привлечены руководители и рядовые сотрудники правоохранительных органов и медико-социальных аутрич-программ для различных групп населения – наркопотребителей, бездомных, безнадзорных или «уличных» детей и подростков, а также непосредственно для женщин, вовлеченных в уличную проституцию. Дополнительно в ходе посещения идентифицированных мест были проведены беседы с самими женщинами, вовлеченными в проституцию.

В Санкт-Петербурге путем такого экспертного опроса было выделено 15 мест естественной локализации целевой группы. Среди них были как относительно массовые места, где ежедневно можно было встретить до 30–50 представительниц целевой группы, так и малочисленные, где периодически находилось не более

трех–пяти таких женщин. На основе полученной информации был составлен график работы интервьюеров, который охватывал дни недели и часы наибольшей и наименьшей представленности целевой группы в каждом месте. Впоследствии в течение 12 недель было опрошено 660 женщин, вовлеченных в уличную проституцию.

В Иркутске было выделено более 25 мест локализации уличной проституции, однако все они были малочисленны: количество женщин, которых можно там встретить, в большинстве случаев не превышает трех–пяти. В течение семи недель исследованием было охвачено 205 представительниц целевой группы.

Стоит отметить, что в Санкт-Петербурге уличная проституция оказалась неорганизованной – сутенеры или «мамочки» (наставницы) отсутствуют. В Иркутске в целом ситуация сходная (за небольшими исключениями, когда три–четыре женщины-проститутки, контролируются опытной женщиной, которая сама также предлагает секс-услуги). В случаях, когда уличная проституция является организованным криминальным бизнесом, как, например, в Москве, применение выборки «место – время» потребует дополнительных согласований – с сутенерами и другими организаторами. Работа в таких условиях потребует серьезной поддержки со стороны правоохранительных органов, а также усиленных мер обеспечения безопасности полевых работников.

Подобное исследование среди женщин, вовлеченных в уличную проституцию, было реализовано в Москве в 2003 г. [7]. В силу указанных выше причин, список мест естественной локализации целевой группы был ограничен, в него попали только те из них, где осуществлялась негосударственная программа медико-социальной помощи этой группе и уже существовали устойчивые контакты с организаторами данного криминального бизнеса.

Выборка «место – время» также использовалась в исследовании 2005–2006 гг., проведенном в Москве и Санкт-Петербурге среди мужчин, практикующих гомосексуальные связи [5]. На эта-

пе разведывательного исследования были выделены следующие места естественной локализации представителей данной целевой группы: сеть Интернет, гей-клубы (пять в Москве и четыре – в Санкт-Петербурге), гей-сауны (две в Москве и три – в Санкт-Петербурге), гей-пляжи (два в Москве и один – в Санкт-Петербурге) и «плешки»¹ (по одной в Москве и Санкт-Петербурге).

Сеть Интернет как база для сбора данных среди мужчин, практикующих гомосексуальные связи, была сразу исключена из списка. Это связано с общими ограничениями онлайн-исследований, прежде всего трудностями определения границ и характеристик генеральной совокупности [30]. Кроме того, исследование предполагало эпидемиологический компонент (забор крови для тестирования на наличие ВИЧ и прочих инфекций), что неосуществимо при онлайн-опросе.

Гей-пляжи также были исключены из списка в силу сезонных особенностей (сбор данных проводился осенью). Кроме того, консультации с экспертами (носителями гомосексуальной субкультуры) показали, что посетители гей-пляжей не являются специфичной подгруппой, и их можно охватить в других местах естественной локализации – клубах и саунах.

Вопрос о проведении исследования на «плешках» вызвал серьезные дискуссии. С одной стороны, «плешки» – это традиционные места общения представителей гей-сообщества, и именно там репрезентируется максимальный спектр паттернов поведения в сфере здоровья (предмет исследования). С другой стороны, данное исследование проводилось при координации со стороны Северо-Западного Округного центра по профилактике и борьбе со СПИДом, поэтому все процедуры согласовывались с городскими властями. Администрация одного из городов-участников не поддержала проведение сбора данных на «плешке». Поэтому в целях

¹ «Плешка» – это условное название исторически сложившихся мест встреч представителей неформальных субкультур.

дальнейшего сравнения результатов исследования было принято решение исключить «плешки» в обоих городах.

Включение в исследование гей-клубов и гей-саун напрямую зависело от согласия их администрации. Не во всех таких заведениях удалось наладить продуктивное сотрудничество.

Таким образом, в исследовании [5] в силу различных причин тотальный охват мест естественной локализации целевой группы был невозможен. В то же время предварительный опрос экспертов из гей-сообщества показал, что целевая группа отличается высокой мобильностью, что впоследствии подтвердили и результаты исследования. Это позволило получить данные, отличающиеся достаточно высокой репрезентативностью и внешней валидностью, что подтверждается их сравнением с результатами сходных исследований.

Ключевым моментом, обеспечивающим правомерность и эффективность применения выборки «место – время» для исследований в труднодоступных группах, является составление максимально исчерпывающего списка мест их естественной локализации с подробным качественно-количественным описанием. Однако в любом случае остается теоретическая вероятность того, что некоторая часть генеральной совокупности не локализуется в подобные естественные кластеры, т.е. не имеет шанса попасть в выборку.

Мотивирование участников исследования

Еще один важный методологический вопрос, связанный с формированием выборки представителей труднодоступной группы, – это мотивирование потенциальных респондентов к участию в исследовании. Так, выборка, управляемая респондентом, вообще построена на системе разнообразных поощрений. Не последнюю роль мотивация играет и в успешной реализации выборки «место – время».

При проведении исследований в труднодоступных группах принято использовать вознаграждение за участие. Какую форму и размер вознаграждения выбрать, чтобы оно, с одной стороны, позволило привлечь респондентов, а с другой – не повлияло на добровольность их участия – решается для каждого исследования отдельно.

Считается, что более этично использовать неденежное вознаграждение. При этом оно может быть выражено в денежном эквиваленте (например, карты для оплаты Интернета или мобильной связи, купоны на приобретение товаров с определенным номиналом). Такие виды вознаграждения, как и продуктовые (чай, кофе, сладости и проч.) или гигиенические наборы (шампуни, гели для душа, пена для бритья, косметические наборы и проч.) практически всегда способны обеспечить достаточную мотивацию представителей целевой группы на участие в исследовании.

Хорошо, если респондент может выбрать более ценное для себя вознаграждение из двух–трех различных. Именно так был решен вопрос мотивирования в исследовании наркопотребителей и женщин-проституток в Санкт-Петербурге [6].

Опыт показывает, что высокой мотивирующей способностью также обладают подарки, которые представляются значимыми или привлекательными для целевой группы. Например, при исследовании среди женщин-проституток [6] в одном из регионов в качестве вознаграждения использовались предметы бижутерии. В исследовании среди мужчин-гомосексуалов [5] в качестве вознаграждения предоставлялся CD-диск с мультипликационным фильмом «Голубой шенок».

Если необходимо создать мотивацию не только для участия в исследовании, но и для рекрутирования других представителей целевой группы (например, при реализации выборки, управляемой респондентом), то целесообразно продумать более сложную систему вознаграждений. Например, в исследовании среди наркопотребителей в трех городах [6], вознаграждение за рекрутирование

существенно отличалось по ценностно-стоимостной характеристике от вознаграждения за участие. В то же время ценность вознаграждения за рекрутирование представителей целевой группы возрастала от первого до третьего привлеченного участника.

Вопрос о вознаграждении целесообразно выносить на обсуждение с представителями целевой труднодоступной группой в ходе разведывательных исследований – в виде индивидуальных интервью или фокус-группы.

Потенциальные источники систематической ошибки выборки

Систематическая ошибка на этапе формирования выборки приводит к смещению состава респондентов, что существенно снижает качество полученных результатов. Несмотря на то что разведывательные исследования и применение особых процедур формирования выборки позволяют существенно снизить вероятность возникновения такой ошибки, однако полностью избежать ее в исследованиях среди труднодоступных групп не удастся. Поэтому необходимо уделить внимание обоснованию границ применимости (или распространения) полученных результатов.

Например, в исследовании [5] на этапе планирования было принято решение отказаться от включения в выборку значимой части целевой группы – посетителей так называемых плешек, а между тем они существенно отличаются от других представителей этой труднодоступной группы. Поэтому результаты исследования могут быть распространены лишь на посетителей гей-клубов и гей-саун (только для Москвы), где был организован сбор данных (несмотря на то что результаты разведывательного и основного исследований показывают, что эти подгруппы репрезентируют значительную часть мужчин, практикующих гомосексуальные отношения).

Смещение также может возникать по причине отказов от участия в исследовании. Так, в исследовании, проведенном в трех

российских городах [6], доля отказов среди потребителей наркотиков варьировала от 6% в Иркутске до 19% в Санкт-Петербурге. Принято считать, что модели поведения представителей целевой группы, отказавшихся принять участие в исследовании, отличаются от таковых у тех, кто согласился.

В случае с труднодоступными группами отказы могут быть связаны со страхом раскрытия принадлежности к группе и последующей стигматизацией или даже криминальным преследованием, недоверием к полевым сотрудникам в связи с недостаточным уровнем информированности о целях и задачах исследования и т.п. Снизить долю отказов можно путем тщательной подготовки полевых сотрудников и грамотной организации их работы. В то же время сбор и анализ информации о «выпавших» представителях труднодоступной целевой группы могут оказаться чрезвычайно полезными для оценки ограничений в интерпретации результатов проведенного исследования.

Заключение

Формирование выборки – ключевая методологическая проблема исследований в труднодоступных группах. И от ее решения зависят надежность и репрезентативность полученных результатов.

На этапе планирования обязательной процедурой является разведывательное исследование. Его ключевая задача – поиск доступа в труднодоступную группу, что обусловлено такими субкультурными характеристиками, как места естественной локализации, особенности социальных связей и коммуникации, институционализированность и т.п. Эта информация позволяет принять обоснованное решение о процедуре формирования выборки.

Несмотря на относительно ограниченное число типов выборок, применимых для исследований в труднодоступных группах, они соотносятся с возможными особенностями групп. Так, если между представителями группы существуют многочисленные и

разнообразные межличностные связи, то может быть рекомендовано применение выборки, управляемой респондентом. Если же связи ограничены, однако разведывательное исследование выявило места естественной локализации группы, то эффективным будет формирование выборки по схеме «место – время». В случае если связи ограничены и группа никаким образом не локализуется, то возможно применение выборки типа «снежный ком». Целевая выборка в силу низкой репрезентативности может быть рекомендована лишь в исключительных случаях при условии тщательного анализа возникающих ограничений при интерпретации результатов исследования.

Вне зависимости от того, какой тип выборки используется в исследовании труднодоступной группы, сбор и последующий анализ информации о выпавшей выборочной совокупности позволяет четко охарактеризовать границы распространности результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Brackertz N.* Who Is Hard To Reach and Why? (ISR Working Paper, January 2007) [Institute for Social Research; Publications] / Swinburne University of Technology [on-line]. URL: <http://www.sisr.net/publications/0701brackertz.pdf> (дата обращения: 30.03.2011).
2. *Faugier J., Sargeant M.* Sampling Hard to Reach Populations // *Journal of Advanced Nursing*. 1997. Vol. 26. P. 790–797.
3. *Olsen W.K.* Triangulation in Social Research: Qualitative and Quantitative Methods Can Really Be Mixed // *Developments in Sociology* / Ed. by M. Holborn, M. Haralambos. Lancashire: Causeway Press, 2004.
4. *Hussien A.* The Use of Triangulation in Social Sciences Research: Can Qualitative and Quantitative Methods Be Combined? // *Journal of Comparative Social Work*. 2009. Vol. 1. P. 214–220.
5. Изучение распространенности ВИЧ-инфекции и факторов риска заражения в группах мужчин, практикующих секс с мужчинами, в Москве и Санкт-Петербурге. Копенгаген: ВОЗ, 2007.
6. *Тун В., Русакова М., Гурвич И., Яковлева А.* и др. Поведенческое мониторинговое исследование по ВИЧ: Россия 2005. Арлингтон: Family Health International, 2007.

7. Смольская Т.Т., Яковлева А.А., Касумов В.К., Георгица С.И. Дозорный надзор за ВИЧ-инфекцией в группах лиц с рискованным поведением в Республике Азербайджан, Республике Молдова и Российской Федерации. Копенгаген: Европейское региональное бюро ВОЗ, 2004.

8. Watters J.K., Biernacki P. Targeted Sampling: Options for the Study of Hidden Populations // *Social Problems*. 1989. Vol. 36(4). P. 416–430.

9. Goodman L.A. Snowball Sampling // *Annals of Mathematical Statistics*. 1961. Vol. 32. P. 148–170.

10. Granovetter M. Network Sampling: Some First Steps // *American Journal of Sociology*. 1976. Vol. 81. P. 1267–1303.

11. Sirken M.G. A Short History of Network Sampling [American Statistical Association; Papers] // *American Statistical Association*. 1998 [on-line]. URL: http://www.amstat.org/sections/SRMS/proceedings/papers/1998_001.pdf (дата обращения: 30.08.2011).

12. Snijders T.A.B. Estimation on the Basis of Snowball Samples: How to Weight? // *Bulletin de Méthodologie Sociologique*. 1992. Vol. 36. P. 59–70.

13. Sudman S., Kalton G. New Developments in the Sampling of Special Populations // *Annual Review of Sociology*. 1986. Vol. 12. P. 401–429.

14. Heckathorn D. A New Approach to the Study of Hidden Populations // *Social Problems*. 1997. Vol. 44(2). P. 174–199.

15. Heckathorn D. Respondent Driven Sampling II: Deriving Valid Population Estimates from Chain-referral Samples of Hidden Populations // *Social Problems*. 2002. Vol. 49(1). P. 11–34.

16. Salganik M.J., Heckathorn D.D. Sampling and Estimation in Hidden Populations Using Respondent-Driven Sampling // *Sociological Methodology*. 2004. Vol. 34(1). P. 193–239.

17. Abdul-Quader A., Heckathorn D., et al. Implementation and Analysis of Respondent Driven Sampling: Lessons Learned from the Field // *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*. 2006. Vol. 83(6). P. 11–15.

18. Wejnert C. An Empirical Test of Respondent-driven Sampling: Point Estimates, Variance, Degree Measures, and Out-of-equilibrium Data // *Sociological Methodology*. 2009. Vol.39. P. 73–116.

19. Volz E., Heckathorn D.D. Probability Based Estimation Theory for Respondent Driven Sampling // *Journal of Official Statistics*. 2008. Vol. 24(1). P. 79–97.

20. Salganik M.J. Variance Estimation, Design Effects, and Sample Size Calculations for Respondent-Driven Sampling // *Journal of Urban Health*. 2006. Vol. 83. P. 98–111.

21. Salganik M.J., Heckathorn D.D. Sampling and Estimation in Hidden Populations Using Respondent-drive Sampling // *Sociological Methodology*. 2004. Vol. 34. P. 193–239.

22. *Malekinejad M.*, et al. Using Respondent-driven Sampling Methodology for HIV Biological and Behavioral Surveillance in International Settings: A Systematic Review // *AIDS and Behavior*. 2008. Vol. 12. P. 105–130.

23. *Stormer A., Tun W., Yakovleva A.*, et al. An Analysis of Respondent Driven Sampling with Injection Drug Users (IDU) in Albania and the Russian Federation // *Journal of Urban Health*. 2006. Vol. 83(1). P. 73–82.

24. *Iguchi M., Ober A.*, et al. Simultaneous Recruitment of Drug Users and Men Who Have Sex with Men in the United States and Russia Using Respondent-Driven Sampling: Sampling Methods and Implications // *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*. 2009. Vol. 86(1). P. 5–31.

25. *Johnston L.G.*, et al. The Effectiveness of Respondent Driven Sampling for Recruiting Males Who Have Sex with Males in Dhaka, Bangladesh // *AIDS and Behavior*. 2008. Vol. 12. P. 294–304.

26. *Мавлетова А.М.* Проведение онлайн RDS эксперимента: изучение мотивации гемблеров // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*. 2010. № 4. С. 36–49.

27. *Kalton G.* Sampling Flows of Mobile Human Populations // *Survey Methodology*. 1991. Vol. 17. P. 183–194.

28. *Fisher R.H., Ick Th., Grasso M.*, et al. Resource Guide: Time Location Sampling (TLS), San Francisco Department of Public Health HIV Epidemiology Section, Behavioral Surveillance Unit, September 2007.

29. *Karon J.M.* The Analysis of Time-location Sampling Study Data [American Statistical Association] // ASA. 2005 [on-line]. URL: <http://www.amstat.org/sections/srms/proceedings/y2005/Files/JSM2005-000306.pdf> (дата обращения: 30.08.2011).

30. *Девятко И.Ф.* Онлайн исследования и методология социальных наук: новые горизонты, новые (и не столь новые) трудности // *Онлайн исследования в России 2.0: сборник статей / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова М.: РИЦ «Северо-Восток», 2010. С. 17–30.*