

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
Государственное учреждение
«Томский политехнический университет»

КОЛОДИЙ Н.А.
СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
(Электронные лекции)
Часть 2

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
(ЧАСТЬ 2)
СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
Вводная лекция.....	5
Понятие социологического воображения: концепция Ч.Р. Миллса.....	5
Как можно развить в себе социологическое воображение.....	6
Предмет социологии и факторы, влияющие на него.....	7
Лекция 2. Основные этапы развития отечественной социологии.....	9
Основные направления исследований в отечественной социологии.....	9
Этапы развития отечественной социологии и ситуация в области исследовательских методов.....	10
Дискуссия о качественных и количественных методах: ее основные выводы.....	11
Специфика качественного и количественного подходов.....	12
Лекция 3. Методология социологического исследования.....	14
Понятия методология, методы, методика, техника.....	14
Классификация методов социологического исследования: методы сбора информации, обработки и анализа.....	15
1. СТРУКТУРА И ДИЗАЙН СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.....	17
Лекция 4. 1.1. Сущность и виды социологического исследования.....	17
1.1.1. Понятие социологического исследования.....	17
1.1.2. Виды социологического исследования.....	17
1.1.3. Основные этапы проведения социологического исследования.....	19
Лекция 5. 1.2. Программа социологического исследования.....	21
1.2.1. Общее назначение и задачи программы исследования.....	21
1.2.2. Методологическая часть программы.....	22
1.2.2.1. Формулировка проблемы, объекта целей и задач исследования.....	22
1.2.2.2. Интерпретация понятий.....	25
1.2.2.3. Выдвижение гипотез.....	27
1.2.3. Процедурная часть программы.....	28
Лекция 9. 1.3. Выборочный метод.....	31
1.3.1. Сущность выборочного метода и его преимущества.....	31
1.3.1.1. Основные понятия выборочного метода.....	31
1.3.2. Объем выборки.....	32
Лекция 10..... 1.3.3. Типы выборок (способы отбора).....	33
Лекция 11..... 1.3.4. Понятие репрезентативности.....	36
2. ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ СБОРА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	38
Лекция 12. 2.1. Социологический опрос.....	38
2.1.1. Метод опроса в рамках других наук. Сущность и особенности метода опроса в социологии.....	38
Лекция 13..... 2.1.2. Познавательные возможности опросного метода.....	39
Лекция 14..... 2.1.3. Разновидности метода опроса.....	40
2.1.3.1. Анкетирование как разновидность опроса.....	40
2.1.3.1.1. Структура анкеты.....	41
Лекция 15..... 2.1.3.1.2. Виды анкетирования.....	42
Лекция 16..... 2.1.3.2. Интервьюирование: особенности и виды интервью.....	45

Лекция 17.....2.1.4. Вопрос как исследовательский инструмент в социологическом опросе.....	47
2.1.4.1. Основные функции вопросов.....	47
2.1.4.2. Виды вопросов и их классификация: по форме, функциям и содержанию.....	48
Лекция 18.....2.1.4.3. Логические требования к вопросу (логические ошибки).....	51
2.1.4.4. Проблема неответивших.....	52
Лекция 19.....2.1.5. Экспертный опрос.....	52
2.1.5.1. Особенности экспертных опросов.....	52
2.1.5.2. Практика применения анкетных опросов.....	53
Лекция 20. 2.2. Метод наблюдения.....	57
2.2.1. Понятие метода и его особенности применения социологии.....	57
2.2.2. Виды наблюдения.....	58
2.2.3. Трудности метода, достоинства и недостатки.....	61
Лекция 21. 2.3. Документальный метод в социологии.....	64
2.3.1. Понятие документа и ценность документального источника.....	64
2.3.2. Особенности применения документа в социологии.....	65
Лекция 22.....2.3.3. Виды документов.....	66
Лекция 23.....2.3.4. Методы анализа документов.....	67
Лекция 24.....2.3.5. Формализованный метод анализа документов – контент-анализ.....	68
2.3.5.1. Содержание метода контент-анализа.....	68
2.3.5.2. Условия применения метода.....	69
2.3.5.3. Техника проведения контент-анализа.....	70
Лекция 25. 2.4. Биографический метод.....	73
2.4.1. Сущность и познавательные возможности биографического метода.....	73
2.4.2. Формы и тактики метода.....	73
Лекция 26. 2.5. Качество социологического исследования.....	75
2.5.1. Проблема качества социологического исследования.....	75
2.5.2. Надежность как интегральная характеристика.....	76
Лекция 27.....2.5.3. Техника для проверки надежности.....	78
2.5.4. Понятие триангуляции.....	78
Лекция 28. 2.6. Экспериментальный метод.....	80
2.6.1. Понятие социального эксперимента, его отличия от естественнонаучного.....	80
2.6.2. Виды социального эксперимента.....	80
2.6.2.1. Требования к проведению эксперимента.....	81
Лекция 29.....2.6.3. Этапы проведения социологического эксперимента.....	82
Лекция 30. 2.7 Социометрия.....	86
2.7.1. Сущность социометрии.....	86
2.7.2. Теоретические положения концепции Я. Морено.....	86
2.7.3. Процедура социометрии.....	87
2.7.3.1. Социометрические индексы.....	88
3. АНАЛИЗ ДАННЫХ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ.....	89
Лекция 31. 3.1. Анализ данных социологического исследования.....	89
3.1.1. Назначение анализа данных.....	89
3.1.2. Понятие обработки социальной информации, и методы обработки.....	89
Лекция 32.....3.1.3. Описание и интерпретация данных.....	92
3.1.3.1. Представление результатов исследования.....	92
Лекция 33. 3.2. Профессиональная этика социолога.....	94
3.2.1. Профессиональный кодекс социолога.....	94

3.2.2. Основные принципы работы исследователей в команде.....	95
Приложение 1. Программа курса	96
Приложение 2. Методические материалы к курсу	116

ВВЕДЕНИЕ

Лекция 1

ВВОДНАЯ

1. Понятие социологического воображения: концепция Ч.Р. Миллса
2. Как можно развить в себе социологическое воображение
3. Предмет социологии и факторы, влияющие на него

ПОНЯТИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ВООБРАЖЕНИЯ: КОНЦЕПЦИЯ Ч.Р. МИЛЛСА

Прежде всего хотелось бы Вас спросить: «Как Вы думаете, что следует понимать под социологическим воображением и зачем оно нужно?»

Американский социолог Чарльз Райт Миллс на протяжении более двадцати лет разрабатывал концепцию "социологического воображения", которая отражена в его книге, переведенной на русский язык. Основные положения концепции:

1. знание о себе зависит от знания о других людях и о социальной среде (Вопрос: Как это можно понимать?)
2. социологическое воображение есть характеристика, свойство сознания и мышления социолога. Это свойство развивается. Как? Об этом чуть позже.
3. в контексте социологического воображения ключевыми терминами у Миллса являются:

Персональные проблемы _____ Общественные проблемы
Personal troubles _____ Public issues

Социологическое воображение – это мостик, связывающий личное и общественное.

Приведу два примера, показывающие, в чем отличие персональных проблем от общественных.

Первый связан с понятием *бедность*. По статистическим данным США на октябрь 1993 года 14,5% всего населения жили ниже уровня бедности. А кто в США является бедным? Данные для 1992 года: Семья из 4-х человек имеет доходы 14 335 \$ в год. В семье из 1-го человека – 7 143\$ в год. Рассуждая о бедности с позиции "личной проблемы", можно сказать, что беден больной человек, либо инвалид, либо лентяй, либо это стиль жизни.

Но с позиций "социальной проблемы" нельзя всех бедных считать лентяями, или, что у всех бедных – это стиль жизни. Мы должны взглянуть на проблему шире и задать вопросы о структуре занятости и безработицы в обществе, о контроле и распределении богатства и власти, а так же о таких институтах, как образование и экономика (стабильная и нестабильная).

Существует связь между образованием и бедностью, связанной с безработицей. Американские исследователи пришли к следующему выводу: чем больше вы учитесь, тем больше вы получаете, и тем меньше вам угрожает безработица. (Источник: *Дайджест российской и зарубежной прессы. Социология образования. № 6. 2000. С. 7*). Вот данные о соотношении зарплаты, безработицы и уровня образования американских работников, занятых полный рабочий день (старше 25 лет).

Средняя з/п, 1997 г., В долл. США	Степень	Уровень безработицы в %%, 1998 г.
62400	Степень доктора	1,4
50000	Степень магистра	1,6
40100	Степень бакалавра	1,9
31700	Степень кандидата в бакалавры	2,5
30400	Колледж без степени	3,2
26000	Выпускник средней школы	4,0
19700	Уровень образования ниже, чем диплом средней школы	7,1

Далее вернемся к статистике. В США один из восьми американцев живет в бедности, а из 5 бедных – двое составляют дети, а детская бедность не объяснима с точки зрения лени или индивидуальной психологии. Здесь более пригодно объяснение с точки зрения материнских, неполных семей. Поэтому феномен бедности следует концептуализировать и как социальную проблему, а не только как личную. Таким образом, бедность порождает и само общество. Причем, количество бедных в разных странах различно. Есть выражения "бедное общество" и "богатое общество".

Второй пример, связан с разводами. Начнем с цифр.

В 90-е годы в США на 100 браков приходилось 55 разводов,

в Швеции	44,
Англии	42,
Канаде	38,
Италии	8

Почему такие цифры? С точки зрения персональных проблем, мы можем сказать: Разлюбили друг друга, не сошлись характерами. Однако, такой высокий уровень разводов, как в США и Швеции, нельзя объяснить только с этой точки зрения.

С точки зрения социальных проблем необходимо рассмотреть институт семьи, функции и роли мужа и жены (традиционные или современные). Нужно учитывать влияние такого фактора, как трансформация ценностно–нравственных представлений о любви и браке, изменения функций семьи, трансформацию интимности – о чем в одной из своих книг писал Э. Гидденс. Необходимо также будет рассмотреть институт экономики: занятость женщин, что приводит к их экономической независимости. Необходимо также учитывать институт религии (См., например, низкий уровень разводов в Италии, католической стране).

Таким образом, социологическое воображение и мышление позволяет понять, как личные проблемы становятся общественными и наоборот. Вот что пишет Ч.Р. Миллс: "Социологическое воображение как качество интеллекта дает возможность постичь историю и обстоятельства отдельной человеческой жизни, а также понять их взаимосвязь внутри общества" [1, с.14]. И далее автор говорит о том, что "именно воображение отличает ученого от технического исполнителя. Хорошего техника можно обучить за год – два. Социологическое воображение приобретает только в результате длительного самовоспитания" [1. С. 240].

КАК МОЖНО РАЗВИТЬ В СЕБЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ВООБРАЖЕНИЕ

Возникает важный вопрос о том, как развить в себе социологическое воображение?

Ч.Р. Миллса дает следующие советы:

1. Наблюдать за всем, что происходит не только в тебе, но и рядом с тобой.
2. Не отделять работу от жизни.
3. Развивать любознательность, фиксировать интересные идеи для их последующего анализа. Вести записи. Размышлять над тем, что происходит в личной жизни и как это

связано с жизнью общества и, наоборот. “Если Вас поразит какое-либо событие или идея, сделайте так, чтобы они не остались не осмысленными” [1. С. 224].

От себя добавлю, что чтение добротной социологической литературы так же развивает социологическое воображение. Миллс дает следующие рекомендации (попытайтесь *прокомментировать их*).

- избегайте витиеватой игры с понятиями и манерности в изложении,
- избегайте догматизма и не отрывайтесь в своих исследованиях от исторической реальности,
- будьте мастером своего дела. Избегайте фетишизации метода и методики [1. С. 255].

На этот счет весьма метко высказался социолог Питер Бергер в работе “Приглашение в социологию: гуманистическая перспектива”: ”В науке, как в любви, концентрация на технике ведет к импотенции”. Вот именно поэтому для вас важно понимание более широкого контекста, идей, сути вашего исследования, чтобы не получилось так: ”Мы выучили все возможные ответы, но мы не знаем, в чем состоит вопрос” (Арчибальд Маклиш).

В ходе наших практических занятий, работой над собственными исследовательскими проектами мы будем пытаться развивать социологическое воображение.

Задание: творческая работа. *Подумайте и напишите кто такой социолог, и какую роль он играет в обществе? Какими качествами он должен обладать?*

ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИИ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА НЕГО

Каждая наука имеет свой понятийный аппарат, свои методы исследования, свой предмет исследования. Сразу же замечу, что существуют разные определения предмета социологии. Американский социолог Р. Мертон шутил, что в Американской Социологической Ассоциации каждый участник имеет свое определение предмета. Поэтому мы не пойдем по пути определений, а рассмотрим, какие же факторы влияют на определение предмета социологии.

Первый фактор – **время и развитие самой науки**. Предмет социологии меняется, он не может быть фиксированным, однозначным, так как сама наука социология развивается. Например: Дюркгейм говорил, что предметом социологии являются социальные факты, коллективное. Вебер писал о том, что социология – наука о социальном поведении.

Поэтому, когда мы говорим о предмете социологии, следует уяснить, не каков он вообще, но каков в частности на данном уровне развития мировой и отечественной социологии, в данных исторических условиях. Например, не так давно в социологии появились и успешно развиваются новые предметные отрасли: социология гендера, медицины, предпринимательства, инвайеронментальная социология и т.д. Вы уже знаете о существовании макро и микросоциологии. В рамках макросоциологии предметом является общество, система, структура, социальные институты. В рамках микросоциологии – индивид, социальное действие, то есть принадлежность социолога к позиции макро- или микросоциологии также влияет на определение предмета социологии.

Второй фактор, влияющий на предмет социологии – **это социальный запрос, или заказ от общества**, то есть то, что происходит в обществе, находит отражение в социологии, в тематике ее исследований. Для примера сначала рассмотрим американскую социологию. Темы, которыми занимались американские социологи, отражали процессы, идущие в обществе. Так, семья и безработица попадают в поле внимания в годы Великой депрессии (30-е годы XX века); пропаганда, общественное мнение и слухи – во время 2-ой Мировой войны; социология молодежи, проблемы феминизма и гендерной социологии – в 60-е и последующие годы. Это было связано со студенческим и женским движениями. Таким образом, проблематика в социологии является несомненной реакцией на социальную проблематику.

В нашей стране с начала перестройки и демократизации (это середина 80-х годов) особое внимание стали уделять изучению общественного мнения. Таким образом, те процессы, которые идут в обществе, находят отражение в работах социологов. Это видно по тематике статей в ведущих российских социологических журналах. В последнее время в фокусе исследований находятся такие темы, как: бедность, богатство, безработица, предпринимательство, формирование среднего класса, элит и т.д.

Третий фактор, влияющий на предмет социологии – **это политическое (государственное) влияние на развитие социологии.**

Ведь государство как бы регулирует развитие социологии. Например, в 60-е годы XX века у нас в стране в период политической “оттепели” социология была “разрешена”, в это время в ней появились известные имена: Ядов, Кон, Левада, Шкаратан и другие. Затем, 70-ые годы – затишье, цензура в социологии. В начале 80-х годов меня поразило высказывание одного крупного государственного чиновника: ”Мне нужен “кран” на социологическую информацию. Захочу – открою кран, захочу - закрою”. С середины 80-х годов наше государство стало поощрять развитие социологии (в 1988 году вышло постановление Горбачева” О роли социологии”). Стали регулярно проводиться опросы общественного мнения, возникли социологические центры по изучению общественного мнения: ВЦИОМ, Фонд ”Общественное мнение” и другие, открываются кафедры и факультеты, где готовили специалистов социологов, то есть началось развитие социологического высшего образования.

Другой пример: В США уже в 1910 году было проведено 3 тыс. эмпирических исследований, сами же исследования финансируются наполовину от правительства, наполовину – от частного бизнеса. Сейчас в стране около 100 тыс. специалистов по социологии, которые объединяются в ряд ассоциаций, а правительство рассматривает социологию как важный инструмент обеспечения социальной стабильности, социального контроля и управления.

Четвертый фактор – **культурный, т.е. тип национальной культуры, основные ценности в обществе влияют на определение предмета социологии.** Например, в США ведущие ценности: индивидуализм, прагматизм влияли на тематику исследований: проблема вертикальной мобильности, достижение индивидом успеха и т.д. Американская социология не глобальна, прагматична, это проблемно ориентированная поведенческая наука. По определению Американской Социологической ассоциации (1995 год) “социология – это изучение социальной жизни, социальных изменений, социальных причин и следствий человеческого поведения. Социологи изучают структуры групп, организаций, обществ и как люди взаимодействуют друг с другом в этих контекстах”.

Контрольные вопросы и задания

1. Подумайте и покажите, как современные ценности в нашей стране влияют на предмет социологии.
2. Просмотрите журнал ”Социс” за последние 4 и проанализируйте, как процессы, идущие в нашем обществе, отражались на тематике статей и предмете исследований.
3. Приведите свой пример, который демонстрирует, как личные проблемы связаны с общественными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Миллс. Ч.Р. Социологическое воображение. – М: Издательский Дом “Стратегия”, 1998. – 264 с.
2. Ядов. В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет. 1995. – С. 5-20.
3. The Sociological Imagination/ in: The students companion in sociology / Edited by Chet Ballard, Jon Gubbay and Chris Middleton. – Blakwell publisher, 1997. – P. 23–39.

Лекция 2

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ

1. Основные направления исследований в отечественной социологии
2. Этапы развития отечественной социологии и ситуация в области исследовательских методов
3. Дискуссия о качественных и количественных методах: ее основные выводы
4. Специфика качественного и количественного подходов

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ

Конечно, основных направлений исследований в отечественной социологии несколько, они постоянно изменяются, обновляются. Ведь наша жизнь не стоит на месте, а социологические исследования должны ее отражать и изучать. Все это видно по материалам разных социологических журналов. Поэтому далее остановлюсь только на одном из таких направлений: социальная структура российского общества. Хотя и этот вопрос будет представлен достаточно обзорно. Ведь сюда входят проблемы богатства и бедности, формирование элит и среднего класса. Но нам важно представить это актуальное направление, в русле которого проводят эмпирические исследования многие наши социологи. Например, Рывкина Р., Заславская Л., Шкаратан О., Радаев А., Ильин В., Голенкова З. и многие другие. Так же нужно будет упомянуть те методы, с помощью которых проводится исследование социальной структуры.

Изучение вопроса социальной структуры началось в нашей стране давно. Еще в 1917 году в Томске вышла книга профессора Солнцева “Общественные классы”, в которой речь шла о двух биполярных классах: пролетариат и буржуазия. В ней высказывалась мысль, что уничтожение классов есть уничтожение социальных различий вообще. Николай Бухарин, один из идеологов большевиков, возражал против этого, считая, что человечество всегда будет знать социальные различия, ведь профессиональные различия тоже социальные. Вплоть до начала перестройки в советском общественном сознании господствовала формула “2 + 1”, то есть два класса рабочих и крестьянство и прослойка – интеллигенция. Эта формула имела идеолого–манипулятивный характер, а все работы обществоведов того периода были посвящены этим трем силам, а так же в них говорилось о стирании различий и об однородном обществе.

Питерим Сорокин считал, что марксисты не решили проблему классов. Он ввел термин стратификации и страт. Страты можно выделять: по профессии, по уровню доходов, образованию и т.д. Причем, стратификация может быть одномерной и многомерной, когда используется несколько показателей.

Сегодня для российской социологии важно исследовать реальное положение различных страт в обществе. Какие вопросы необходимо изучать, рассматривать сегодня нашим социологам в области социальной стратификации?

1) Из каких групп, слоев состоит наше общество? Это группы, начиная от нищих, кончая богатыми людьми. Непрерывно проводящиеся опросы разных центров по изучению общественного мнения показывают процентное отношение в группах.

2) Каковы основные реальные критерии дифференциации населения в нашем обществе? (Сейчас основными показателями являются доход, собственность, власть).

3) Каковы социальные расстояния, дистанции, отделяющие одни социальные группы от других? Если в Европе идет процесс сглаживания различий в доходах между различными социальными слоями, то для России характерна стремительная поляризация населения по душевому доходу. Если верить Госкомстату, в 2000 году 32,3 процента всех доходов россиян находились в карманах 10 процентов самых обеспеченных граждан страны. Но по–настоящему состоятельных людей в этом слое еще меньше. По выводам исследователей из

Центра социального прогнозирования: богатство начинается в России примерно в 40 тысяч долларов.

4) Какими социальными взаимоотношениями связаны группы в обществе: носят ли они конфликтный или согласованный характер?

5) Какая динамика наблюдается в социальной структуре общества? В каком направлении она меняется: восходящая или нисходящая мобильность? Каких групп становится больше, а каких меньше – бедных или богатых?

Ответив на все эти вопросы, можно достаточно полно описать социальную структуру любого общества, а наши социологи постоянно проводят исследования по всем перечисленным выше вопросам. Для изучения проблемы стратификации российского общества используются разные методы. Часто используется опрос. Например, для изучения доходов населения применяются, так называемые субъективные и объективные вопросы. Субъективный вопрос связан с оценкой самими респондентами своего положения, к какой из групп населения они себя причисляют. Объективные вопросы имеют в закрытых численное указание дохода. Причем, для изучения социальной структуры российского общества наши социологи используют как количественные, так и качественные методы.

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ И СИТУАЦИЯ В ОБЛАСТИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ МЕТОДОВ

В нашей стране социология развивалась с большими перерывами. Можно выделить несколько этапов в развитии отечественной социологии и методов социологического исследования.

1) 20-30-е годы. Это “взрыв” социологических исследований, ведь всегда перемены в обществе вызывают интерес к народному мнению, к статистике. Проводились исследования бюджета времени различных социальных групп, читательских предпочтений населения. В это время появилось само понятие “анкета”. На развитие методов большое влияние оказывала традиция земской статистики, где использовались следующие методы: корреспондентский способ (аналог современного почтового опроса), самосчисление (раздаточное анкетирование), экспедиционный способ (неформализованное интервью). В 1908 году в Психоневрологическом институте была создана кафедра социологии, где работали Ковалевский и де Роберти. В 1920 году в Петроградском университете было создано отделение социологии, которое возглавил Питирим Сорокин. В 30-е- 60-е годы социологические исследования не проводились, что было связано с политической ситуацией в стране. С конца 30-х годов началась идеологизация социологии.

2) 60-е – 80-е годы. В 60-е годы, с началом политической “оттепели” социология была разрешена, хотя не стала самостоятельной наукой, а ей отводился статус эмпирической дисциплины в рамках исторического материализма. В это время начинается освоение опыта зарубежных методик. Одним из популярных методов было анкетирование (групповое и индивидуальное). Использовался метод контент-анализа (Дридзе). Менее популярными по частоте использования были методы наблюдения (Ряжских, Алексеев) и эксперимент (Куприян). В это время был переведен ряд западных учебников: Я. Щепаньского “Элементарные понятия социологии”, Беккера и Боскова “Современная социологическая теория”. Вышло первое издание известной работы Ядова В.А. “Социологическое исследование: методология, программа, методы”. В этот период проводилось много эмпирических исследований, были реализованы крупные исследовательские проекты: “Человек и его работа” (Ленинград с 1965 по 1977 годы); “Таганрог 1,2,3” (Москва с 1975 по 1989 годы); “Методология системного изучения советской деревни” (Новосибирск, с 1967 по 1989 годы). В 1970 году в Варне проходил социологический конгресс, на котором из 164 докладов советских социологов 26 были по проблемам методологии и методам. В этот же период шло активное освоение математических методов в социологии (Новосибирская школа математической социологии).

3) 90-е годы. Социология приобрела статус самостоятельной науки. Начался процесс ее деидеологизации. Развивается высшее социологическое образование. Осваивается опыт других стран, были переведены учебники ведущих зарубежных социологов: Гидденса, Смелзера. Проявился интерес к качественной методологии, исследователями активно используются качественные методы: биографический, метод фокус-групп,

нестандартизованное интервью. Появились первые отечественные учебники по качественным методам: Семенов В.В, Белановского С.А., Ковалева Е.М. и Штейнберга И.Е. Вышли учебники по методологии и методам Батыгина Г. С., Девятко И.Ф. Изменился сам облик социологии, исчезла цензура, появилась свобода высказываний любых научных идей и концепций, организации любых научных свобод международных связей, большие масштабы приобрели не только контакты с зарубежными коллегами, но и совместные исследования. Научные публикации стали разнообразнее и интереснее.

Помимо журнала “Социологические исследования” в этот период стали выходить и другие: “Вопросы социологии”, “Социологический журнал”, “Мир России”, “Социология 4М: методология, методы, математические модели”. Но, несмотря на достижения этого периода, есть и минусы: низкий уровень финансирования, поэтому некоторые научные коллективы распались, не смогли существовать; также из-за недостаточного финансирования были затруднены поездки, командировки, регулярное общение на конференциях в научном сообществе. На смену крупных научных коллективов пришли небольшие группы, которые слабо связаны между собой. Заказчики поменялись: вместо государственных заказов или со стороны предприятий появляются новые заказчики - западные фирмы. По мнению Рывкиной, “Мы изучаем рынок западных жвачек, но не изучаем положение в российской школе” [1. С. 59]. Несмотря на то, что возникло много центров по изучению общественного мнения, были среди них и непрофессионально работающие (особенно коммерческие). Поэтому назрел вопрос о лицензировании деятельности на проведение социологических исследований.

ДИСКУССИЯ О КАЧЕСТВЕННЫХ И КОЛИЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДАХ: ЕЕ ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Начиная с основателя социологии О. Конта, применение количественного подхода, основанного на позитивизме, становится синонимом научности. Мощный толчок развитию этого подхода был дан Полом Лазарсфельдом (США). В середине 60-х годов XX века распространение этого подхода достигло апогея. По подсчетам 90 % публикаций в ведущих социологических журналах опиралось именно на использование количественных методов. Основные количественные методы: анкетирование, стандартизованное интервью, эксперимент. Однако, к началу 90-х годов в нашей социологии ситуация меняется (в западной социологии раньше). Количественный подход испытывает сильное давление со стороны гибких, качественных методов. Основные качественные методы: индивидуальное нестандартизованное интервью, фокус-группа, биографический метод (личные документы), включенное наблюдение. Суть качественного исследования, основанного на

методологической базе феноменологии, заключается в том, что социолог заранее не разрабатывает жесткую схему гипотез. Для качественного исследования достаточно небольшое количество респондентов как объектов наблюдения (изучения). В таком исследовании полностью отсутствует попытка делать жесткие выводы, основанные на процентах и перенесение результатов исследования на все население. Вместо этого социолог стремится к более глубокому пониманию и объяснению установок, причин поведения людей. В 90-е годы в нашей социологии проходила дискуссия по поводу качественных и количественных методов, в результате которой ученые пришли к выводу, что нельзя сказать, что качественные методы - хорошие, а количественные - плохие, или, наоборот. Главное, чтобы исследовательский подход и методы соответствовали задачам исследования.

В нашей стране ситуация неопределенности, появление новых социальных общностей: банкиров, предпринимателей, безработных, бомжей вызвала к жизни иную методологию в социологии (качественную, феноменологическую, а так же иные методы сбора и анализа информации). Качественные методы нужны там, где необходимо понять природу до сих пор неизвестного феномена, либо описать новые аспекты уже известных проблем. Качественная социология – это микросоциология, направленная на познание субъективных значений человеческого поведения. На Западе можно выделить следующие этапы развития качественной социологии:

- 20-40-е годы - Чикагская школа социологии (Р. Парк, В. Палмер, П. Янг, У. Томас, Дж. Мид.): использовали кейс–стади, анализ личных документов, истории жизни.
- 50-е годы – Франкфуртская школа (Э. Фромм, Г. Маркузе, А. Маслоу, Т. Адорно).
- 90-е годы – Англия, Эссекский университет: П. Томсон на факультете социологии; Д. Берто во Франции; Колумбийский университет в Нью-Йорке, США.

В нашей стране в 90-е годы качественные методы активно используются исследователями ИС РАН, МЦГИ, ЦНСИ (СПб) и другими. Отечественные социологи и, в частности В.В. Семенова выделяет 6 моментов, определяющих выбор качественной методологии исследования:

- 1) Если исследователь намерен обратиться к пониманию повседневной жизни людей и в этом ракурсе объяснить “логику” функционирования индивидуального в социальных структурах.
- 2) Если проблема вообще не сформулирована, но лишь туманно просматривается.
- 3) Если необходимо детальное, глубокое описание проблемы, тогда как широкое обозрение массовыми методами не позволяет отразить ее достаточно глубоко.
- 4) Если необходимо описание индивидов в естественной обстановке, в полевых условиях.
- 5) Если требуется подробное текстовое изложение состояния проблемы с привлечением свидетельств непосредственных участников событий.
- 6) Если для раскрытия проблемы нужна позиция активного исследования, когда важно раскрывать ситуацию глазами и словами самих участников, а не с позиции внешнего “научного эксперта”, т.е. при изучении тех аспектов, которые связаны, прежде всего, с эмоциональной сферой человеческой деятельности и практикой жизни.

СПЕЦИФИКА КАЧЕСТВЕННОГО И КОЛИЧЕСТВЕННОГО ПОДХОДОВ

Для того чтобы разобраться в специфике качественного и количественного подходов обратимся к следующей схеме Семеновой В.В., демонстрирующей различия данных подходов [2].

Количественное исследование	Качественное исследование
<p><i>Методология</i></p> <p>Позитивистская традиция, основные ее принципы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Достоверное, объективное знание, истина абсолютна, • Описание логических связей между отдельными параметрами (переменными), • Жесткая детерминация 	<p><i>Методология</i></p> <p>Феноменологическая традиция, основные ее принципы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • релятивизм, • истина относительна, • описание общей картины события или явления, • свобода выбора индивида
<p><i>Цели исследования</i></p> <p>Ответить на вопросы “Как много?”, “Как часто?”, “Сколько?”; измерить количество в процентах; обеспечить подтверждение (гипотезы выдвигаются заранее); исследование вширь</p>	<p><i>Цели исследования</i></p> <p>Ответить на вопрос “Почему?”; понять смысл, значимость; обеспечить глубину понимания; стимулировать открытие, поиск (гипотезы часто формулируются в результате</p>

исследования); исследование вглубь

<i>Вид исследования</i> Чаще описательное или аналитическое (измерить взаимосвязи, дать факторное объяснение)	<i>Вид исследования</i> Чаще разведывательное (интерпретационное), т.е. интерпретировать, понять наблюдаемое
<i>Выборка</i> Обычно случайная выборка, большой объем выборки	<i>Выборка</i> Целевая выборка, небольшой объем; показателем служит насыщенность, повтор информации
<i>Фокус анализа</i> Макроанализ, общее, генеральное, в центре внимания структуры, объективное, массовое	<i>Фокус анализа</i> Микроанализ, особенное, частное; в центре внимания человек, внутреннее, субъективное, индивидуальное, его смысл
<i>Логика анализа</i> Дедуктивная: от абстракций к фактам путем операционализации понятий	<i>Логика анализа</i> Индуктивная: от фактов, из рассказов о жизни – к концепциям. Например: grounded theory – восхождение к теории (Страус и Глейзер)
<i>Критерии надежности</i> Достоверное повторение установленных связей	<i>Критерии надежности</i> Реальное насыщение информации
<i>Стиль изложения</i> Жесткий, холодный, я – абстрактный	<i>Стиль изложения</i> Мягкий, теплый, я – живой, конкретный, вовлеченный
<i>Представление данных</i> В виде статистических распределений, процентов	<i>Представление данных</i> В виде высказываний, фрагментов, документов, наблюдений, транскриптов
<i>Анализ данных</i> Осуществляется статистическими, математическими методами	<i>Анализ данных</i> Производится путем выделения тем или обобщения идей из собранных свидетельств: организация данных нацелена на получение целостной картины события или явления через раскрытие субъективного смысла

Контрольные вопросы и задания

1. Какие этапы можно выделить в развитии отечественной социологии и методов социологического исследования?
2. Чем определяется выбор качественной стратегии и методов исследования?
3. В чем специфика количественного и качественного подхода исследования?

ЛИТЕРАТУРА

1. Рывкина Р.В. Экономическая социология переходной России. – М.: Дело. 1998. – 476 с.
2. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – 292 с.

Лекция 3

МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Понятия методология, методы, методика, техника
2. Классификация методов социологического исследования: методы сбора информации, обработки и анализа
3. Понятие социологического исследования
4. Виды социологического исследования
5. Основные этапы проведения социологического исследования

1. ПОНЯТИЯ МЕТОДОЛОГИЯ, МЕТОДЫ, МЕТОДИКА, ТЕХНИКА

Совершенно очевидно, что достоверность фактов (неких знаний), выводов зависит от того, каким *способом* эти факты (выводы) были получены, то есть каким методом воспользовался исследователь. Аспект науки, который изучает технические, процедурные вопросы организации исследования (получения нового знания), а также вопросы обоснованности, теоретической проработки получения достоверной информации и критериев подтверждения (проверки) нового знания получил название – **методология**. *Методология – это система принципов научного исследования, это путь исследования, общие подходы научного анализа.*

В структуре социологического знания методология отвечает за функциональную сторону науки, то есть пытается разработать механизмы получения нового знания. Методология вбирает в себя совокупность используемых наукой методов (способов) получения и подтверждения нового знания. Традиционно методологию делят на две части: а) исходные принципы познания, так называемые **общенаучные** – *диалектический* (рассматривать объект в развитии), *системный* (ориентация на изучение объекта как системы), *исторический*, *принцип объективности*, *детерминизма* и т.д. и б) **принципы данной науки**, куда входят *специальные приемы, методы, исходные основания данной науки*, которыми пользуется только социолог.

В связи со структурой социологического знания мы можем говорить об уровнях методологии: *теоретическом* и *эмпирическом*. Например, теоретический уровень методологии обеспечивает упорядочение принципов и методов познавательной деятельности социолога в целом; эмпирический уровень формирует систему правил и требований познавательных процедур, технологий, связанных со сбором социальной информации. И в качестве методологии эмпирического уровня выступает программа социологического исследования, количественная или качественная стратегии.

По сути, весь курс по методологии социологического исследования и посвящен знакомству тех стандартов, которые имеют место в социологической практике, а также усвоению технических правил и процедур организации и проведения исследования.

Методология тесно связана с понятием **метод**. *Под методом в самом широком контексте понимается сумма правил и умений.* Но метод – это сложная познавательная конструкция, которая вбирает в себя не только некие правила и технические приемы, но и способы формальной логики, а также разнообразные знания об объекте изучения. Чаще всего можно встретить следующее определение: **метод** – *это основной способ сбора, обработки и анализа информации (данных).* Метод – это потенциальная познавательная система, которая состоит из множества элементов, данная система не используется целиком. Это невозможно, да и не нужно. Всякий раз, прежде чем применить метод, исследователь производит селекцию метода на техники, то есть конкретные действия. В социологии выделяют следующие способы сбора информации: *опрос, наблюдение, документальный метод, эксперимент, биографический метод.* Есть разные классификации методов. Например, *качественные и количественные; методы, оказывающие воздействие на объект* (интервью,

наблюдение) и, не оказывающие влияния на объект (контент-анализ, анализ данных статистики, сравнительно-исторический метод).

Техника – это совокупность специальных приемов для эффективного использования того или другого метода. Например, для анкетирования техникой будут открытые и закрытые вопросы, альтернативные и дихотомические вопросы. Для метода фокус-группы техникой будут зондажные вопросы, ассоциативные вопросы и т. д. Для метода наблюдения можно использовать технику включенного наблюдения.

Методика – это конкретное воплощение метода. Например, анкета и инструкция анкетерам является методикой опросного метода в форме анкетирования. Для фокус-группы методикой будет путеводитель для модератора, отборочная анкета для участников.

Понятие методологии более широкое, оно включает и метод, и технику, и методику. Ядов В. подчеркивает [1. С. 62], что методология связана с операциями, при помощи которых конструируется знание. **Поэтому термином “методология” принято обозначать совокупность исследовательских процедур, техники и методов, включая приемы сбора и обработки данных.** В ней заключен вопрос: "Как проводить исследование?", а также ответ о нормах и стандартах получения нового знания.

2. КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ, ОБРАБОТКИ И АНАЛИЗА

Методы социологического исследования образуют целую систему получения знания, информации. В работе Ядова В. "Стратегия социологического исследования [1. С. 66] представлена следующая классификация методов и техники сбора данных и анализа первичной информации:

Методы сбора первичной информации	Система отбора единиц наблюдения	Анализ первичной информации
Наблюдение Изучение документов Опросы	Монографическое Сплошное Выборочное	Описание и классификация Типологизация Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных Статистический анализ (поиск статистических закономерностей) Экспериментальный и анализ (реальный и мысленный эксперименты) Системный анализ Генетический или исторический анализ Социальное моделирование

3. ПОНЯТИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Термин “социологическое исследование” был введен в оборот Эмилем Дюркгеймом в работе “Самоубийство”. Но начнем с современных определений. “Социологическое **исследование** – это совокупность последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные данные об изучаемом явлении или процессе для их использования в практике” [1. С. 20]. Еще одно определение американского социолога Е. Вабби: “социологическое исследование – это систематическое изучение жизни общества с помощью определенных методов и процедур целью его понимания, объяснения и прогнозирования” [2. Р. 85]. Необходимо заметить, что социологическое исследование, как впрочем и вся наука, организовано вокруг двух основных видов деятельности: измерение и интерпретация. *Под измерением мы понимаем особую форму наблюдения или исследования социальных процессов, явлений (как сбор данных), а само измерение выполняется систематически и по определенным критериям.* В социологическом исследовании измерение может быть представлено в количественной форме, то есть с помощью цифр: например, мы провели опрос и увидели, что мужчины в два раза чаще, чем женщины будут голосовать за кандидата какой-то партии. И в качественном виде: например, изучая телевизионную рекламу, мы пришли к заключению, что образы мужчин и женщин представлены в форме традиционных ролей. В естественных науках, например, в физике используются специальные приборы и оборудование. Такие, например, как спектрограф, микроскоп. Социологи используют не приборы, а специальные технические приемы, чтобы проводить измерение. Например, анкеты, бланки наблюдений или кодировочные карточки для контент-анализа, путеводитель для фокус-группы. Иногда используются магнитофоны, диктофоны, видеокамеры, но это не способ измерения, а вспомогательная техника.

Другой важный элемент социологического исследования связан с понятием **интерпретации** или с **анализом полученных данных**. Процедура интерпретации данных будет во многом зависеть: 1) от опыта и квалификации исследователя; 2) от его теоретических и методологических установок (именно теория придает смысл полученным данным, объясняет их); 3) от имеющихся уже данных по теме изучения, которые получили другие исследователи.

4. ВИДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Социологические исследования можно классифицировать по разным основаниям. Прежде всего а) по масштабам и задачам, по глубине и степени сложности; б) от изучения объекта в статике или в динамике; в) в зависимости от используемых методов; а также г) по срокам проведения; и д) субъекту финансирования.

Итак, в зависимости от глубины, масштаба задач, степени сложности эмпирического анализа выделяются:

1) **Разведывательное** (пилотажное, зондажное) исследование. Оно основано на упрощенной программе, охватывает небольшие исследуемые совокупности, решает ограниченные по своему содержанию задачи. Цели такого исследования заключаются в том, чтобы очертить границы проблемной ситуации, границы изучаемого объекта; а также провести предварительное исследование тогда, когда объект исследования либо мало изучен, либо вообще не изучен (сформулировать гипотезы для дальнейшего исследования); либо необходимо провести пилотаж будущего исследования; либо проверить используемые методы и апробировать методику. Оперативные опросы (экспресс-опросы) относятся к

данному виду исследования, их называют зондажем общественного мнения, которые проводятся с целью выявления отношения к каким-либо актуальным событиям, или эффективности проведенного мероприятия. Обычно в разведывательном исследовании используется метод опроса в разных разновидностях: опрос экспертов, интервью, фокус-группа. Анализ полученной информации представляется либо в виде процентных распределений, либо в виде основных тенденций. Главным недостатком в использовании этого типа исследования является то, что часто такому типу исследования не присуща репрезентативность.

2) **Описательное** исследование. Это более сложный вид исследования. Проводится по полной, подробно разработанной программе, на базе апробированной методики. Цель этого исследования – описать объект исследования, его основные свойства, влияющие на функционирование и деятельность объекта изучения, или описать ситуацию. Обычно описательные исследования применяются в тех случаях, когда объектом служит относительно большая общность людей, отличающаяся разнообразными характеристиками: население города, региона, страны. Например, опрос населения накануне выборов. Описательное исследование дает возможность составить целостное представление об изучаемом объекте и его элементах, а так же выявить есть ли связь между характеристиками изучаемого явления, например, между удовлетворенностью работой и профессией или образованием участников исследования. В описательном исследовании при использовании метода опроса большое внимание уделяется проблеме выборки.

3) **Аналитическое** исследование представляет собой самый углубленный вид социологического анализа. Цель его – не только описание структурных элементов изучаемого явления, но и выяснение причин, которые лежат в его основе. Таким образом, в ходе аналитического исследования выясняется: носит ли обнаруженная связь причинный характер. Например, является ли род деятельности, профессия, единственным фактором, влияющим на удовлетворенность работой. Или, когда Вы изучаете намерения избирателей, то Вам часто бывает необходимо ответить на вопрос: "Почему люди чаще хотят голосовать за депутата А, а не за депутата В?" Или, изучая уровень преступности в разных городах, Вы должны ответить на вопрос: "Почему в одном городе уровень преступности выше, чем в другом?"

Часто в аналитическом виде исследования применяется комплекс методов – разные формы опроса, наблюдение, анализ документов, эксперимент, а также для анализа полученных данных используется факторный анализ.

Таким образом, если разведывательное исследование – это первоначальная попытка предварительного понимания феномена, то описательное – это строгое измерение и описание характеристик изучаемого феномена, как бы отвечает на вопрос "Что это?". Аналитическое – это выяснение различных взаимосвязей в анализируемом объекте, отвечает на вопрос "Почему?"

В зависимости от того, изучается ли объект в статике или динамике выделяются **повторные** и **разовые** (точечные) исследования. **Разовые** – это такие исследования, которые могут предоставить информацию о состоянии объекта и его характеристиках в момент его изучения. Такая информация статична. Поскольку отражает моментальный "срез" свойств объекта исследования. Подобные исследования не дают ответа на вопрос о тенденциях развития изучаемого явления.

Повторные исследования дают возможность сравнения, позволяя проследить динамику объекта, его изменения во времени. В свою очередь повторные исследования делятся на: **панельные**, когда исследуются одни и те же люди, через временной интервал, по одной и той же методике. **Когортные**, когда исследуются люди одного года рождения, они могут меняться, но обследуются по одной и той же методике. **Трендовые**, тип выборки один и тот же, одна и та же методика, люди разные, но в рамках единой генеральной совокупности.

К повторным исследованиям относится *социологический мониторинг*. Это определенная система отслеживания происходящих в обществе (сообществах) изменений на основе изучения массовых представлений о них. Цель мониторинга – получить новую социологическую информацию в различных сферах через небольшие периоды времени. Основные принципы мониторинга: – охват наиболее значительных социальных явлений; – использование единообразной методики; – пополнение и сохранение банка социальной информации.

Международные и межрегиональные исследования позволяют выявить общее и специфическое в сравниваемых объектах. С 60-х годов в нашей стране наметилась тенденция к их проведению. Как отмечает Ядов В.: ”Основная цель международных исследований – это выявление общего и специфического в изучаемых социальных процессах и явлениях, где последнее обусловлено особенностями социально – экономической природы, культуры, истории отдельных стран или особенностями условий и образа жизни населения” [3. С. 231]. Поэтому при интерпретации международных исследований очень важно учитывать воздействие социально-экономических и социально-культурных факторов. При проведении международных сравнительных исследований надо большое внимание уделять методике: вопросам для опросного метода (проблема перевода анкеты), или разработке показателей, по которым будет проводиться сравнение.

5. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследовательская практика накопила большой опыт в проведении социологических исследований. Обычно выделяют следующие этапы в структуре данного исследования: 1) **Подготовительный этап**, на котором разрабатывается программа (дизайн) исследования; происходит общение с заказчиком, если это исследование договорное, обсуждаются основные моменты договора; анализируется имеющаяся литература по проблеме исследования. Инициатором исследования может быть не только заказчик, но и сам исследователь: это распространенная сегодня форма работы по грантам. После оформления всех договорных обязательств (документов), социолог приступает к разработке программы социологического исследования, в которой отражаются теоретические, методические и организационные представления всего хода исследования. На данном этапе также обосновываются методы исследования, составляется инструментарий (например, анкета) и осуществляется проект выборки. Более подробно об этих процедурах мы будем говорить на следующих лекциях.

2) **Основной или полевой этап**, на котором проводится само исследование, сбор эмпирической информации с помощью выбранного метода и отбора респондентов по определенным правилам, а также контроль за работой участников исследования.

3) **Завершающий этап**. На этом этапе обрабатываются и анализируются данные; формулируются выводы и рекомендации; пишут отчеты, статьи, монографии.

Контрольные вопросы и задания

1. Что такое социологическое исследование?
2. Каковы основные этапы социологического исследования?
3. Как можно классифицировать социологические исследования?
4. Какие цели разведывательного, описательного и аналитического исследований?
5. В чем сущность панельных, трендовых и когортных исследований?
6. Что такое методология, метод, техника?
7. Чем методология качественного исследования отличается от методологии количественного?
8. Какие существуют методы сбора и анализа информации?

9. Подумайте и ответьте, какие методологические принципы лежат в основе теории структурного функционализма, теории конфликта?
10. Какова методология Вашего исследовательского проекта?

ЛИТЕРАТУРА

1. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2001. – 596 с.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
3. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред. Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Том 1. – 98 с.
4. Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство "Самарский университет", 1995. – 331 с.

Лекция

ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Общее назначение и задачи программы исследования
2. Методологическая часть программы
 - 2.1. Формулировка проблемы, объекта целей и задач исследования
 - 2.2.. Интерпретация понятий
 - 2.3. Выдвижение гипотез
3. Процедурная часть программы

1. ОБЩЕЕ НАЗНАЧЕНИЕ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Научное исследование в любой области предполагает предварительную работу, целью которой является построение общих контуров исследования, четкую формулировку его проблемы и задач. В социологии эта работа приобретает особое значение в силу того, что объект науки достаточно специфичен, как говорят, отягощен сознанием и волей, а значит, изменчив, и трудно прогнозируем. Поэтому в практике социологического исследования уделяется большое внимание составлению теоретической и организационно-процедурной базы исследования, которая получила название - программа. Дается следующее определение, этого документа. **Программа** – это изложение теоретико-методологических предпосылок исследования (общей концепции) в соответствии с основными целями и гипотезами предпринимаемой работы с указанием правил и процедур, а также логической последовательности операций и их проверки.

Основное назначение программы раскрывается через ее функции: методологическую, методическую и организационную.

Первая, **методологическая**, функция позволяет определить научную проблему, для решения которой проводится исследование; установить систему внешних связей данного исследования с другими ранее выполненными, по аналогичной проблеме; зафиксировать исходное представление о первоначальном состоянии изучаемого объекта; точно сформулировать общую цель и необходимую для ее достижения совокупность конкретных задач.

Методическая – выражается в том, что помогает исследователю на основе плана осуществить переход от теории к эмпирическим фактам, а от них к теоретическим обобщениям.

Программа задает требования к использованию методов сбора и анализа данных; упорядочивает средства и процедуры в соответствии с задачами исследования; благодаря ей характеризуются планируемые результаты социологического исследования, обеспечивается возможность сопоставления с другими исследованиями.

Организационная – позволяет объединить усилия членов исследовательской группы для решения поставленной задачи; способствует четкому разделению труда между исследованиями; облегчает контроль за ходом исследования; создает основу для систематизации и накопления банка социологической информации.

Таким образом, программа вбирает в себя весь комплекс теоретических, методических и организационно-технических задач, которые решает исследователь, и является с одной стороны, неким наброском всего хода исследования, а с другой – определенным «документом», позволяющим обеспечивать надежность получаемых данных (информации) и на их основе делать необходимой достоверности выводы.

Сложилось два подхода к вопросу о том, каков должен быть объем и требования к построению программы исследования. Одни авторы считают, что «нельзя жалеть сил и времени на разработку программы» и в конце исследования это оправдывается адекватными

результатами. Другие авторы не считают, что данный «документ» должен быть тщательно проработан, ибо в ходе исследования многое может измениться.

Определение продуктивности того или иного подхода не является серьезным вопросом, всякий раз сам исследователь выбирает степень проработки программы, но безусловным остается то, что к любой деятельности нужно подготовиться, а к научной тем более. «Создание гносеологического идеала, как некоторого предела, к которому можно стремиться, никогда его не достигая – необходимый момент и предпосылка понимания природы научного исследования».

Вне зависимости от способа, степени разработки программы исследования существуют требования к ее составлению. Полезно перечислить эти требования: необходима разработка теоретической основы исследования; выбор методов; составление методических документов для сбора, измерения и анализа эмпирических данных.

2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ ПРОГРАММЫ

Условно работу над программой делят на две части: методологический и процедурный разделы.

I. Методологический раздел вбирает в себя следующий круг вопросов:

а) определение проблемной ситуации, формулирование проблемы, объекта и предмета исследования;

б) формулировка цели и задач исследования;

в) интерпретация или уточнение понятий, используемых в исследовании;

г) предварительный системный анализ объекта;

д) выдвижение гипотез исследования.

II. Процедурный раздел включает:

а) рабочий план исследования;

б) набросок (описание) методов сбора;

в) описание методов анализа данных.

2.1. Формулировка проблемы, объекта, целей и задач исследования

а) Рассмотрим каждый пункт программы в отдельности. Начнем с методологического раздела и его пункта – **определения проблемной ситуации**. Под **проблемной ситуацией** следует понимать «некое *противоречие*, которое возникло либо в практической, либо в теоретической деятельности, и состоит оно в том, что субъект (человек или группа) этой деятельности осознает неадекватность (несоответствие) методов своей работы тем целям, которые желает достичь». То есть проблемная ситуация – это такое состояние в развитии социального объекта (явления или процесса), которое характеризуется неустойчивостью, несоответствием функционирования объекта потребностям его дальнейшего развития. В качестве проблемной ситуации могут выступать социальные разногласия, конфликты; трудности в реализации целей какой-либо деятельности или ее неэффективность; невозможность изменения форм имеющейся работы и т.д. Таким образом, проблемная ситуация это то, что «находится» в социальной реальности, проистекает из нее, это реальные объективные противоречия, которые сопровождают нашу жизнь.

В любом научном исследовании постановка проблема является исходным пунктом, то есть всякое исследование начинается с **постановки проблемы**. Под **проблемой** понимается вопрос, ответ на который не содержится в накопленном знании и поэтому требует определенных практических и теоретических действий для его разрешения, отличных от поиска в уже имеющемся знании. Поэтому **проблема** – это всегда, выход за пределы изученного в сферу того, что должно быть изучено. Таким образом, проблема с одной стороны, является формой отражения проблемной ситуации, реальных противоречий

социальной жизни, а с другой – указывает на противоречия между знаниями и незнанием исследователя.

Чаще всего научная проблема формулируется как некое множество задач. Например: необходимость изучения определенной области, сферы социальной жизни; разработка теоретических (практических) средств, которые направлены на выявление причин, возникновения проблемной ситуации и т.д.

Для того чтобы сформулировать проблему исследователю необходимо сделать следующее: – разграничить, что ему известно об изучаемой ситуации и что не известно (какие количественные статистические показатели имеются, какие нет, насколько достоверны имеющиеся данные);

- разграничить существенное и несущественное, то есть разделить случайные факторы от закономерных, вычленив социальные аспекты из всего многообразия условий (экономических, политических, психологических);
- выявить приоритетные направления исследования среди всех имеющихся;
- проанализировать имеющиеся решения подобных проблем на основе изучения других исследований.

После того как сформулирован основной вопрос исследования (проблема), социолог приступает к формулировке **объекта и предмета исследования**. *Под объектом исследования понимается некая конкретная область социальной реальности или социальная группа, которая является носителем проблемной ситуации или содержит ее в себе.* То есть **объект** исследования – это то, на что направлен процесс познания. Его выделение происходит на основе анализа проблемы. В качестве объекта может выступать сфера деятельности, социальное явление (события) или процесс, содержащие научную или реальную проблемную ситуацию, а также – различные социальные группы (трудовые, профессиональные, этнические и т.д.) и социальные организации (государственные, частные предприятия, общественные, политические структуры и т.д.).

Определение объекта предполагает получение, с одной стороны, пространственно-временных характеристик объекта, а с другой – качественно-количественных характеристик. Так, к определенным признакам объекта изучения можно отнести: место нахождения (страна, город, район); время (когда происходит ситуация); сфера, отрасль действительности (экономика, культура, наука и т.д.); социально-демографические характеристики (пол, возраст, образование и т.д.).

Требования к объекту исходят из задач исследования, часто выбранный объект велик, его нельзя весь охватить исследованием, тогда возникает проблема отбора исследуемых единиц, но об этом более подробно в теме «Выборочный метод». Итак, сформулированный объект исследования может «выглядеть» образом: население города Томска февраля 2002 года, выпускники школ Омской области 1999 года, руководители городских администраций федеральных округов России 2002 года и т.д.

Таким образом, объект – это конкретные элементы социальной действительности (люди, учреждения, группы), которые выбираются для исследования как типичные представители множества, в которые они входят. Но следует различать *идеализированный объект*, под которым понимается теоретическая модель исследуемого объекта, вводимая на теоретическом уровне анализа. Все теоретические выводы строятся относительно идеализированного объекта. И *эмпирический объект* – это реально существующая группа, явлений и т.д. Взаимосвязь между идеализируемым и эмпирически наблюдаемым объектом реализуются через интерпретацию основных понятий.

Помимо объекта следует различать **предмет исследования**. *Предмет исследования – это наиболее существенные свойства и характеристики изучаемого объекта.* Их познание важно для решения основной проблемы исследования. Построение предмета зависит от многого:

- характера исследуемой проблемы;

- свойств и отношений объекта с другими;
- наличных исследовательских средств, которыми располагает социолог.

Предмет формируется на основе анализа свойств и признаков изучаемого объекта, но не совпадает с ним. Один и тот же объект (население города Томска) может изучаться для разных проблем (отношение к предпринимательству, наркомании, экономической нестабильности и т.д.), и, следовательно, предполагает множество предметов. Предмет устанавливает *познавательные границы исследования*, и именно в них должен изучаться объект.

Предмет имеет сложную структуру, например, выяснение объективных и субъективных условий формирования, мотиваций, ценностных ориентаций и предпочтений. Следует различать предмет теоретического и эмпирического исследований. Предметом теоретической социологии являются теоретические понятия, а также создание идеализированной модели реального объекта. Предметом эмпирического исследования – это признаки, свойства объекта, которые непосредственно поддаются описанию, классификации, доступны измерению и статистическому обобщению. Например, в классическом исследовании по теме «Выбор профессии выпускниками школ», предметом будет – отношение между планами выбора и их реализации на практике.

б) Следующий пункт методологического раздела программы – это *определение цели и задач исследования*. **Под целью** понимается конкретное представление планируемого конечного результата деятельности социолога, который достигается посредством проведения социологического исследования. Достижение цели служит необходимым критериям эффективности предпринятых им теоретических, практических и технических процедур.

Характер цели определяет доминирующую ориентацию исследования: теоретическую ли, методическую ли или практическую. Результатом теоретического исследования может быть построение некой теории, разработка метода изучения социального объекта, новое знание о структуре, функциях, механизмах развития социального объекта.

Результатом эмпирического исследования может быть описание исследуемого объекта (социального явления, группы, процесса), прогноз его развития, проекты, новые алгоритмы типового решения уже изученных проблем применительно к специфике конкретных условий. В прикладном исследовании цель всегда согласуется с заказчиком, то есть цель – это то, ради чего проводится исследование. Таким образом, целью или результатом исследования может быть получение: нового теоретического знания; описательной информации относительно изучаемого объекта; методической разработки, или исследовательской процедуры и, наконец, практических рекомендаций.

Конкретизируется цель через *задачи*. **Задачи** исследования – это система конкретных требований, предъявляемых к анализу и решению сформулированных проблем. По отношению к цели – они являются средством ее реализации и носят инструментальный характер. То есть задачи – это то, что делается ради достижения цели.

Задачи теоретического исследования заключаются в выработке новых знаний, которые могут принимать различную форму. Это может быть знание отдельных эмпирических фактов, воспроизведенные системы факторов (условий), их взаимосвязи, получение цельной картины изучаемого процесса в виде модели или теоретической схемы. В прикладном исследовании формируются задачи практического социального действия, которые направлены на обеспечение конкретного результата. Подобные задачи раскрывают содержание предмета исследований.

Из-за сложности изучаемого объекта задачи делятся на *основные и дополнительные*. **Основные** ориентированы на решение центральной проблемы исследования, а **дополнительные** – касается отдельных аспектов (возможно не очень существенных) исследуемой проблемы. Примером соотношения цели и задач может быть следующее. Целью исследования является выявление мотивов получения высшего образования школьников Томской области. Цель достигается благодаря задачам: – дать анализ иерархии

ценностей выпускников и определить место образования в системе этих ценностей, выявить степень информированности о томских вузах, определить

Таким образом, задачи выступают в роли неких ступенек движения исследователя к достижению цели, это система, так сказать промежуточных целей, заключенных в практических соображениях. Уточнение задач максимально дисциплинирует исследователя и систематизирует его процедуры.

Трудности, которые возникают в связи с формулировкой задач, требуют использования единого понятийного аппарата для данного исследования. Этому посвящен следующий пункт методологического раздела программы: интерпретация или уточнение основных понятий.

2.2. Интерпретация понятий

в) **Интерпретация понятий.** Суть данного подраздела заключается в том, чтобы уточнить, «истолковать» те основные (теоретические) понятия, с которыми будет работать социолог для исследования сформулированной проблемы и достижения цели данного социологического обследования. Важность этой процедуры объясняется тем, что термины, которые используются в определении проблемы, предмета, цели и задач, не являются эмпирическими признаками, показателями, которые можно измерить, подсчитать. Для того, чтобы измерить необходимые свойства изучаемого объекта, необходимо перевести используемые понятия на язык эмпирических признаков (величин), которые можно будет измерять, наблюдать и т.д.

В целом процедура интерпретации понятий заключается в логическом структурировании (анализе) основных терминов (понятий) данного исследования. Этот анализ предполагает точное объяснение содержания понятия, его структуры: из каких терминов может состоять данное понятие. Социолог прибегает к косвенному «расчленению» понятия, в котором собственно отражен предмет данного исследования; расчленяется не само явление, а его «зеркальное отображение» – понятие. Понятия исследования «расщепляются» до так называемых переменных. *Переменная* – это свойства (величины) объекта изучения, включенные в систему тех или иных связей (отношений), и изменяемые во времени. Каждая переменная величина содержит ряд конкретных показателей. Ведет этот анализ к проекту исследовательского инструментария (например, анкеты, бланка интервью или бланка наблюдения).

Интерпретация непростая процедура, она состоит из нескольких этапов: – ***теоретическая интерпретация, эмпирическая интерпретация и операционализация.*** *Первый этап или уровень интерпретации* связан с прояснением, выделением основных понятий данного исследования; их иначе называют «ключевые» понятия. Они входят в формулировку предмета, цели, задач или гипотез исследования. Данные понятия необходимо включить в сеть теоретических представлений, для этого следует обратиться к научной литературе, изучить полемику по данному термину или просто найти в словаре адекватное определение этого ключевого понятия. Результатом подобных действий будет сужение ключевого понятия либо в рамках определенной теории, либо с учетом возможностей заказчика, с одной стороны, а с другой – формирование общего целостного представления о том явлении, которое отражено в понятии.

Второй этап – эмпирическая интерпретация – ставит своей целью соотнести, сопоставить теоретические понятия исследования с определенными фактами реальности. Иными словами – осуществляется поиск эмпирических эквивалентов, фрагментов реальности данному ключевому понятию. Если на первом этапе формируется целостное представление о понятиях исследования, то на данном этапе идет работа по «расщеплению» целостности ключевого понятия на некоторые элементы, характеристики, которые полнее описывают то явление (предмет исследования), которое изучается. Выделяются,

устанавливаются конкретные признаки, свойства теоретического понятия, а точнее, предмета, объекта нашего исследования, которые и заключены в эти понятия, термины. Под *признаком* понимается характеристика, свойство объекта изучения.

Например, нас интересует, в качестве исследовательской задачи, компетентность государственных служащих. (Это и есть предмет нашего исследования). Собственно, ключевым понятие будет выступать «компетентность госслужащих». Общее содержание данного понятия, условно говоря, найдено в словаре и трактуется как совокупность опыта и знаний. Опыт и знания будут являться теми эмпирическими признаками, с которыми мы будем вести дальнейшую работу. После выбора признаков, можно переходить к *ключительному этапу: операционализации понятий*. Суть данного этапа заключается в дальнейшем «расщеплении» основных понятий до так называемых индикаторов (указателей), которые исследователь будет замерять. Под *индикатором* исследования понимается доступная измерению характеристика объекта. Например, основное понятие исследования «престиж вуза», индикаторами в данном случае могут выступать те характеристики, которые демонстрируют момент проявления этого престижа, а именно – «высокий проходной балл», или «количество международных конференций, проводимых в вузе», или «количество стажировок за рубежом». Индикаторы позволяют адекватно выстроить инструментарий (например, анкету) исследования. Индикаторы могут складываться из различных характеристик, которые в анкете выступают в качестве вариантов ответов. Они располагаются в определенной последовательности и образуют шкалу измерения. *Индикатор* – это, прежде всего, *показатель степени проявления того или иного признака объекта*. Например, нас интересует такое свойство (переменная) объекта как образование. Индикатором образования, степенью проявления данного свойства объекта является – уровень образования, а его характеристики – это начальное, среднее, высшее.

Существуют общие требования к процессу интерпретации понятий: целостность всех этапов интерпретации, терминологическая точность определений, адекватность эмпирических индикаторов объекта, точность процедур операционализации.

Таким образом, основной целью данной процесса, процесса разбиения понятий на переменные и индикаторы, является поиск количественных способов отражения свойств объекта изучения, объекта данного исследования.

г) После того как концептуализированы основные понятия исследования, предполагается еще одна теоретическая процедура – **системный анализ объекта исследования**. Суть данного анализа – дать гипотетически развернутое описание объекта исследования как систему, то есть с точки зрения системного подхода. Напомним, его ключевыми характеристиками являются следующее: – рассмотрение объекта изучения в качестве целостной системы, – система состоит из элементов, которые функционируют, находятся во взаимодействии между собой, тем самым, образуя структуру системы, – система помещена в определенные условия, которые также влияют на ее функционирование.

Это означает, что при изучении объекта исследования необходимо с одной стороны, рассматривать его как некоторую систему, которая содержит элементы, фиксировать отношения между ними, то есть учитывать *внутренние связи*, характеризующие данный объект. А с другой стороны, необходимо рассматривать объект как элемент социальной системы в целом, то есть учитывать *внешние связи* объекта изучения. Таким образом, выстраивается некая предварительную модель объекта, которая как бы замещает сам объект изучения. Проводя этот анализ, объект мысленно расчленяется на элементы и связи. Данная модель называется концептуальной и строится она для того, чтобы определить какой из элементов порождает проблемную ситуацию, или же какие связи (внешние, внутренние) в большей степени влияют на функционирование данного объекта.

В методологии социологического исследования принято по-разному классифицировать выделенные связи, да, и предлагается эти связи объекта изучения рассматривать в качестве факторов, влияющих на функционирование, поведение данного объекта. Прежде всего, выделяют *внешние*, исходящие из окружающей среды, и *внутренние* факторы, содержащиеся

в самом объекте исследования. *Общие* факторы – такие, которые присущи всему классу подобных объектов. Например, общим фактором студенческой группы является учебная деятельность. *Специфические* факторы – такие, которые проявляются не во всем классе подобных объектов (проживание в общежитии является специфическим фактором). *Прямые связи* – результаты их действия проявляются непосредственно, а косвенные – действуют опосредованно через взаимодействие с другими факторами. *Функциональные* факторы обуславливают функционирование элементов объекта. *Структурные* – обуславливают способ связи элементов объекта, а генетические – последовательность состояний объекта изучения.

В системном анализе объекта исследования необходимо по возможности учитывать всю совокупность факторов. Они могут быть представлены в виде схем, графиков или посредством простого описания. Это имеет принципиальное значение в связи с тем, что посредством данного анализа исследователь не только называет объект изучения, но и описывает его в системе факторов, которые влияют на функционирование этого объекта, а значит, могут вызывать, породить проблемную ситуацию.

Таким образом, в результате системного анализа объекта исследования раскрывается его структура, условия его функционирования, механизмы, обеспечивающие устойчивость системы или факторы, способствующие ее изменению. Теоретическая модель объекта представлена в виде суждений, описывающих основные стороны и элементы изучаемого явления.

2.3 Выдвижение гипотез

д) **Выдвижение гипотез.** Важными вопросами этого пункта являются: суть гипотез, правила их построения и виды гипотез. Вся предварительная аналитическая работа не является самоцелью исследователя, это некое средство для построения гипотез. *Под гипотезой* понимается логически обоснованное предположение, справедливость которого принимается за основу для дальнейшего изучения. Гипотеза представляет собой систему знаний вероятностного характера, которое содержит предварительное описание или объяснение изучаемого объекта (предмета). Роль гипотез в познании огромна, ибо всякое познание начинается с предположения, которое впоследствии сравнивается с полученными фактами (опытом), а затем либо становится новым знанием, либо отбрасывается как неподтвердившиеся, то есть гипотеза является средством движения к новому знанию. В науке гипотеза выступает своего рода звеном между теорией и эмпирией.

Гипотеза в социологическом исследовании позволяет сформировать предмет поиска социолога или ответить на вопрос: «что надо искать?» Тем самым гипотеза является методологическим инструментом, который организует весь процесс исследования, подчиняя его внутренней логике.

Конкретно роль гипотезы проявляется, во-первых, в том, что она помогает отобрать круг фактов, необходимых для ответа на основной вопрос исследования, то есть для решения исследуемой проблемы. А, во-вторых, гипотеза позволяет наметить ход исследования, организацию этих фактов наилучшим образом, для обоснованных выводов.

Формирование гипотез связано с интерпретацией понятий и системным анализом объекта исследования и предполагает наличие различных источников. Вопрос об источниках возникновения гипотез не праздный, ведь ответить: как рождается гипотеза очень трудно, для этого и называются возможные пути формирования гипотезы. Прежде всего, гипотеза может возникнуть на основе представлений, образов о предмете исследования; далее – на основе прежних исследований, на основе наблюдений социолога, на основе теоретических предпосылок, анализе концепций; и, наконец, на основе здравого смысла ученого. Как говорят исследователи: «Гипотезы возникают у людей, которые думают».

Но, тем не менее, даже у думающего социолога могут возникать трудности при формулировке гипотез. Эти трудности связаны: с многообразием и сложностью социального

объекта; с отсутствием теорий или слабостью их разработанности; с отсутствием исследовательской техники. Для того, чтобы социолог мог сделать набросок предположений относительно изучаемого объекта, его свойств и характеристик, разработаны следующие **правила построения гипотез:**

а) гипотеза не должна содержать понятий, которые не проинтерпретированы (не уточнены);

б) она не должна допускать ценностных, оценочных суждений;

в) она не должна противоречить ранее установленным фактам;

г) не должна включать различного рода ограничения и допущения;

д) она должна быть проверяема при помощи тех исследовательских средств (инструментария), которыми располагает социолог.

Существует некоторое разнообразие гипотез, и, чтобы наиболее полно их представлять, обратимся к классификации. Первая группа гипотез выстраивается в зависимости от их отношения к исследовательским задачам. Здесь выделяют – **основные** гипотезы, которые характеризуют существенные связи объекта, возможно порождающие проблемную ситуацию и **неосновные** – указывающие на некоторые характеристики, которые, если напрямую и не связаны с центральным вопросом исследования, но, тем не менее, важны для его понимания. Вторая группа связана со степенью разработанности и научной обоснованностью предположений и делится на **первичные** гипотезы, выдвигаемые в начале хода исследования, и **вторичные**, выдвигаемые взамен первичных, на основе их проверки и уточнения. Третья группа гипотез делится в зависимости от их содержания на **описательные** и **объяснительные**. Описательные – это предположения о фактическом состоянии объекта исследования, о свойствах объекта, его структуре, связях и функционировании. Они относятся к эмпирическим фактам и носят характер количественных соотношений. Объяснительные гипотезы – это предположения о причинно-следственных связях в изучаемом объекте, о степени тесноты этих связей, их влиянии на функционирование данного объекта, а также о факторах, порождающих проблемную ситуацию. На основе этих гипотез делается попытка раскрыть причины социальных фактов. Это наиболее сильные гипотезы, проверка которых требует зачастую проведение эксперимента.

Четвертая группа разделяет гипотезы, исходя из логической структуры доказательств, на **гипотезы-основания** и **гипотезы-следствия**. Гипотезы-основания доказываются с помощью выводимых из них гипотез, их характерная черта заключается в том, что они могут не иметь прямых эмпирических признаков. Гипотезы-следствия выводятся из основных предположений и служат средством их доказательства. Они обязательно предполагают наличие эмпирических признаков, которые проверяются средствами измерения или анализа. В эмпирических исследованиях проверяются именно гипотезы-следствия. Они формулируются в менее абстрактных понятиях, чем гипотезы-основания. Это делается для того, чтобы проверить имеющиеся гипотезы.

Таким образом, по своему логическому объему гипотеза совпадает с проблемой. Но если проблема – это основной вопрос исследования, то гипотеза – это гипотетический (предположительный) ответ. По своему содержанию гипотеза представляет собой единство достоверного и предположительного знания.

3. ПРОЦЕДУРНАЯ ЧАСТЬ ПРОГРАММЫ

Процедурный раздел программы ставит своей основной целью рассмотрение вопросов **процедуры и техники сбора и обработки социальной информации**. Под **процедурой** понимается *общая система действий социолога как познавательного, так и организационного характера*. Процедурный раздел состоит из трех частей. Во-первых, так называемого «рабочего плана» (или «календарного плана») исследования, который отражает

практические мероприятия всего хода исследования. Основные задачи этого плана: представить обзорно перечень видов работ; рассчитать количество участников; рассчитать затраты времени. Видами работ, которые отражены в плане, могут выступать следующие:

- а) построение концепции исследования (составление программы);
- б) разработка инструментария (методик, анкет, бланков наблюдения и т.д.);
- в) сбор информации (обследование, опрос единиц наблюдения);
- г) обработка данных (полученных сведений) исследования;
- д) анализ и интерпретация результатов (данных) исследования.

Во второй части раздела представлено описание методов и техники сбора данных, в котором допускается некоторое многообразие способов изложения: либо в программе дается перечисление используемых методов, либо дается подробное обоснование использования каждого метода, а также их описание с приложением методик, инструментария. Выбор того или иного метода сбора информации зависит от целей и задач исследования, и в большей степени от гипотез исследования, а также от квалификации социолога, его оригинальности мышления и нестандартного видения изучения данной проблемы.

Третья часть процедурного раздела связана с описанием методов анализа полученной информации. Какими бы оригинальными методами не были получены данные, они не позволяют сделать выводов. Для этого необходимо наметить способы обработки и анализа информации. Методы анализа напрямую связаны с гипотезами исследования, и благодаря этим методам идет их проверка. Существуют различные способы (методы анализа социальной информации, в частности: статистический, факторный, корреляционный, типология и т.д.).

Таким образом, процедурный раздел программы реализует связь между содержанием (концептуальной частью) исследования и реальными действиями (процедурами) социолога.

Завершая разговор о программе социологического исследования, следует подчеркнуть, что в программе органично должны быть соединены теоретический и эмпирический материалы. В ней решается вопрос о «переводе» теоретических положений социологии в плоскость средств (методов) сбора и анализа социальной информации, и в дальнейшем – эмпирических данных (полученных фактов) в теоретические обобщения, качественные знания.

Исходя из практики составления программы исследований, можно сформулировать следующие наиболее распространенные ошибки:

1. Сформулированная проблема не отражает реальной проблемной ситуации, либо поставленная проблема ранее уже решена;
2. Выделенный объект косвенным образом отражает сформулированную проблему; не определены границы объекта исследования, нет предмета исследования, либо предмет не является тем свойством, характеристикой, которые порождают данную проблемную ситуацию;
3. Цель не связана с проблемой, либо сформулирована абстрактно; задачи не раскрывают поставленную цель, либо сформулированные задачи не могут быть достигнуты в виду отсутствия исследовательских средств у исследователя;
4. Смешаны теоретический и эмпирический уровни интерпретации, интерпретация проведена фрагментарно, отсутствует логическая связь между ключевыми и операциональными понятиями, нет индикаторов;
5. Нет системного анализа объекта исследования, выделенные факторы являются косвенными;
6. Нет логической связи гипотез с задачами исследования, гипотезы сформулированы с нарушением требований формирования, гипотезы выражают положения, неподдающиеся прямой эмпирической интерпретации;
7. Нет рабочего плана исследования, либо не учтены все процедурные мероприятия исследования; выбранные методы не являются адекватными задачам данного исследования.

Контрольные вопросы и задания

1. Что лежит в основе проблемной ситуации?
2. Каково содержание предмета исследования?
3. Какова связь цели и задач исследования?
4. Какова роль интерпретации понятий?
5. Назовите основные требования к построению гипотез

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: “Тетра Системс”, 1998. – С. 452-466.
3. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред. Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т. 1 и 2. – 191 с.
4. Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство “Самарский университет”, 1995. – С. 42-76.

Лекция 9

ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД

1. Сущность выборочного метода и его преимущества
2. Основные понятия выборочного метода
3. Объем выборки
4. Типы выборок (способы отбора)
5. Понятие репрезентативности

1. СУЩНОСТЬ ВЫБОРОЧНОГО МЕТОДА И ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Выборочный метод – это такой метод исследования, который позволяет делать заключения о характере распределения изучаемых признаков всего объекта исследования на основании рассмотрения некоторой его части. Выборочный метод – это определенная разновидность системы сбора данных, которая предусматривает возможность обследовать не весь объект изучения, а только некоторую его часть. Надо заметить, что существует и другая разновидность в системе сбора данных – так называемое *сплошное* исследование, суть которого заключается в том, что обследуются все единицы объекта наблюдения. Понятно, что подобная система возможна и оправдана, если наш объект не велик. Но если объектом является весь город, регион или страна, то, разумеется, всех обследовать мы не можем. Здесь на помощь социологу и приходит *выборочный метод*.

Сущность выборочного метода видна в повседневной жизни: чтобы сделать заключение о качестве (вкусе) меда достаточно попробовать ложку. То есть, когда материал однороден, то для того, чтобы сделать заключение о целом достаточно взять лишь часть этого целого. В социологии процесс выборочного метода основан, на том, что характеристики и признаки социального объекта находятся в некоторой взаимозависимости.

Содержание выборочного метода составляет строгая система правил, приемов, способов отбора (выделения) обследуемой совокупности (некоторой части) из всего объекта исследования. Эта обследуемая совокупность получила название – *выборка*.

Данный метод обладает рядом *преимуществ*. Во-первых, он экономит денежные средства: дешевле опросить 300 человек, нежели – 300000 человек. Во-вторых, экономит труд: проще опросить 300 человек, нежели – 300000 человек. В-третьих, – экономит время: быстрее обследовать меньшее число людей. В-четвертых, экономия разного рода ресурсов позволяет обеспечить высокое качество получаемой информации. Решать проблему качества возможно благодаря следующему: уделить большее время на проектирование, разработку выборки, осуществить более тщательный контроль за интервьюерами (людьми, собирающими информацию), уделить большее внимание обработке и, главное, анализу полученной информации.

2. Основные понятия выборочного метода

Выборочный метод – это старейший метод статистической науки, который в ее целях начал применяться более ста лет назад. Социологи пользуются им, и для успешного овладения этим методом понимают необходимость знакомства с основными понятиями данного метода. Рассмотрим следующие понятия: *генеральная и выборочная совокупности, единицы отбора и единицы наблюдения, параметр и статистическая величина*.

Под *генеральной совокупностью* следует понимать объект исследования, который «локализован» территориально, производственно и во времени и, на который будут распространяться выводы данного исследования. Любая генеральная совокупность характеризуется некоторым заданным признаком (или набором признаков), по которому можно однозначно определить относиться ли некоторая единица наблюдения (например,

индивид, группа и т.д.) к данному объекту исследования (генеральной совокупности). Так, генеральной совокупностью могут выступать жители региона, города, района, сотрудники предприятия, пенсионеры, студенты и т.д.

Под **выборочной совокупностью** понимается часть генеральной совокупности, отобранная специальным образом, и, которая будет подвергнута непосредственному обследованию (опросу, наблюдению и т.д.). Отсюда и термин **выборка**, обозначающий часть изучаемого объекта, отобранная специальным образом.

Единица отбора – это элемент (признак) генеральной совокупности, который будет выступать единицей счета для формирования (проектирования) выборки. **Единица наблюдения** – это элемент выборочной совокупности, который непосредственно подвергается обследованию (наблюдению, опросу и т.д.). В простых схемах отбора, когда величина генеральной совокупности невелика, единица отбора и единицы наблюдения могут совпадать. Например, объект исследования – студенты философского факультета ТГУ, единица отбора – студенты, единица наблюдения – студент. Но в сложных схемах, при значительной величине генеральной совокупности (объекта исследования), данные единицы не совпадают. Например, объект изучения – студенты томских вузов, единицей отбора могут выступать сами вузы, затем факультеты и учебные студенческие группы, единицей наблюдений – непосредственно отобранные студенты.

Под **параметром** следует понимать среднюю величину того или иного признака генеральной совокупности, то есть параметр относится к значению признака объекта исследования. **Статистическая величина** – это средняя величина признака выборочной совокупности. Через соотнесение данных величин социолог имеет возможность проверять правильность проектирования (формирования) выборки. Существуют различные способы проектирования выборочной совокупности, которые получили название типы выборок, но об этом несколько позже.

3. ОБЪЕМ ВЫБОРКИ

Прежде следует рассмотреть вопрос об **объеме выборки**. Под **объемом выборки** понимается число единиц наблюдения, включенных в выборочную совокупность, то есть это определенное количество индивидов, которые будут обследоваться (опрашиваться, наблюдаться) в ходе социологического исследования. Определение объема выборки очень важный вопрос во всей теории выборки. Численность выборки зависит от многих факторов.

Прежде всего численность выборки зависит от целей и задач исследования, также от степени однородности признаков объекта изучения, от точности результатов исследования, которые хотелось бы получить социологу (так называемая величина допустимой ошибки репрезентативности), и наконец, от некоторых математических коэффициентов (так называемых величин доверительной вероятности) Не вдаваясь в подробности математических доказательств и статистических построений величины выборки, заметим, что с точки зрения содержательного анализа, объем выборки, с одной стороны, должен быть «статистически значимым», то есть достаточно большим, чтобы действовал «закон больших чисел», имеющий строгое теоретико-вероятностное обоснование; а с другой – «экономным», оптимальным, то есть без излишне затраченных ресурсов (денежных, временных и т.д.). Иначе теряются преимущества выборочного метода.

Говоря об объеме выборки, следует избегать рассуждения по поводу того, что чем больше опрошено человек, тем лучше. Исследовательская практика имеет примеры, ситуации, когда увеличение объема выборки не приводило к положительным результатам, а наоборот, могло привести к еще более серьезным отклонениям или увеличению разного рода ошибок.

Так все-таки, сколько человек необходимо обследовать в том или ином исследовании? Отвечая на данный вопрос, воспользуемся результатами математических расчетов,

сделанными социологами. Так, объем выборки связан с объемом генеральной совокупности и исходя из этого, предлагается следующее:

Объем генеральной выборки, человек	Объем выборочной, человек
500	222
1000	286
2000	333
3000	350
4000	360
10000	385
100000	398
более 100000	400

4. ТИПЫ ВЫБОРОК (СПОСОБЫ ОТБОРА)

Существует большое разнообразие способов, правил, методов отбора выборочной совокупности (некоторой части) из генеральной (объекта изучения). Все множество этих способов, методов принято называть **типы выборки**. То есть типы (виды) выборок основаны на различиях в способах отбора единиц наблюдения из объекта исследования. Принято подразделять все типы выборок на два больших класса: **случайный (вероятностный)** отбор и **целенаправленный (неслучайный)** отбор. Каждый из них имеет собственные принципы отбора, а также разнообразие методов. Рассмотрим каждый из видов отбора или типов выборки.

1. Случайная выборка основана на принципах теории вероятности, суть данного отбора заключается в том, что все единицам объекта исследования (каждому жителю города, каждому работнику организации) должны быть обеспечены равные шансы попадания в выборочную совокупность. Данный тип выборки считается эталоном для организации социологического исследования. Механизм попадания каждого элемента генеральной совокупности в выборку обеспечивается за счет так называемой *основы выборки*. Под *основой выборки* понимается перечень (список) всех элементов генеральной совокупности, то есть объекта исследования. В этом перечне должна быть отражена необходимая информация обо всех единицах данного объекта. При составлении основы выборки социолог должен руководствоваться следующими критериями: а) *полнотой информации* – то есть в список должны быть включены все единицы объекта изучения (жители города, работники предприятия и т.д.) с указанием фамилии, имени и отчества, а также их года рождения и адреса проживания; б) *точностью* – информация обо всех единицах должна соответствовать действительности; в) *адекватностью* – список не просто должен быть полным, а составлен в соответствии с целями и задачами данного исследования; г) *удобством* – то есть простотой работы с данным списком, он должен быть пронумерован и фамилии зарегистрированы по алфавиту.

После того как основа составлена, социолог будет ее использовать в соответствии с тем или иным методом (процедурой) отбора. В рамках класса случайного отбора существует несколько приемов (методов), каждый из которых имеет свою специфику и название: простая случайная выборка и модифицированная: районированная (выбор слоями) и гнездовая выборка. Прежде всего рассмотрим простой случайный отбор или так называемую

чисто случайную выборку. Данная выборка может осуществляться с помощью двух основных методов: – "лотерейный метод" и "механический". Процедура первого очень проста: номера основы выборки заносятся на карточки, затем они перемешиваются, и наугад вытаскивается нужное количество карточек в соответствии с объемом выборки. Данная процедура будет очень трудоемкой, если объект нашего исследования велик, но на малых генеральных совокупностях лотерейный метод незаменим. Механический отбор используется на больших генеральных совокупностях, с помощью его можно построить выборку не только крупного предприятия, организации, но и целого города. Принцип этого метода заключается в том, что из основы выборки, где сведены все элементы генеральной совокупности, через равные интервалы отбирается необходимое число единиц наблюдения. Шаг интервала (K) определяется по формуле:

$K = N:n$, где N – численность генеральной совокупности, а n – численность выборки.

Простая случайная выборка требует большого объема информации и, прежде всего, основу выборки. Она используется в локальных исследованиях или на завершающей ступени отбора в сложных схемах, так называемых модифицированных выборках.

Модифицированные выборки также основаны на случайном отборе, но отбор проводится в несколько этапов (ступеней), где на каждой ступени меняется единица отбора. Модифицированные выборки разнообразны, рассмотрим некоторые из них. **Гнездовая выборка** – основана на выборе "гнезд". Под "гнездом" понимается промежуточный объект исследования, который отбирается из генеральной совокупности и служит исходной совокупностью для последующего отбора (например, регион, город, населенный пункт, или предприятие, подразделение, группа). При разделении генеральной совокупности на гнезда необходимо учитывать следующее: – каждый элемент генеральной совокупности может принадлежать только одному гнезду; – гнезда должны быть между собой однородными по ряду признаков; – сами гнезда должны иметь неоднородную структуру по выбранным признакам. Выбор осуществляется число случайной выборки, а сами гнезда, попавшие в выборку, как правило, подвергаются сплошному обследованию.

Гнездовая выборка имеет ряд преимуществ: генеральная совокупность обладает четким естественным расчленением на группы (например, объект – студенты вуза, делятся на факультеты и группы), а также респондент не отрывается той социальной группы к которой принадлежит.

Районированная выборка – основана на расслоении объекта изучения на части, такое расслоение обусловлено сложной структурой данного объекта. В статистическом смысле районирование (расслоение) соответствует выделению из генеральной совокупности такого числа и таких статистически однородных групп, чтобы разброс изучаемых признаков внутри группы был меньше, чем между ними. Признаки, на основании которых производится расслоение генеральной совокупности, называются признаками расслоения (районирования), а однородные группы, полученные в результате расслоения и, из которых затем будет производиться отбор, называются типическими. Идея типической районированной выборки принадлежит русскому математику Ковалевскому и описана в книге "Основы теории выборочного метода". Саратов, 1924 г.

В свою очередь районированные выборки из-за сложности и разнообразия социальных объектов изучения делятся на типические и стратифицированные. **Типические выборки**, основанные на отборе естественных образований как территориальных (края, области, города, районы), так и производственных (министерства, отрасли, тресты, предприятия и т.д.). По этим признакам и сформирован первый этап районированной выборки, после чего лотерейным или другим методом отбирается некоторое количество этих подобъектов, а затем по выбранным объектам (предприятиям) готовится основа и на заключительном этапе осуществляется механический отбор.

Стратифицированная выборка осуществляется на основе расслоения генеральной совокупности на группы (так называемые страты), но исходя из произвольного деления, точнее в зависимости от целей и возможностей исследователя. Социолог объект своего

изучения делит на произвольные группы – например, на мелкие, средние, крупные города, а затем из каждой страты производится механическим способом отбор единиц наблюдения.

Районированные выборки применяются чаще всего при всероссийских исследованиях.

Основное преимущество всех случайных выборок состоит в том, что при расчете объема выборки используются формулы, которые могут учитывать ошибки формирования выборки или на языке выборочного метода – ошибки репрезентативности, но об этом несколько позже.

2). **Целенаправленные или неслучайные выборки** характеризуются тем, что к ним не применимы правила теории вероятности, выбор основан на типичных элементах объекта изучения и производится по усмотрению исследователя. В западных исследованиях подобный класс выборок не считается научным, но в отечественной социологической исследовательской практике различные подвиды данного класса применялись, да и применяются сейчас очень часто. К целенаправленным выборкам следует относить стихийную, квотную, маршрутную выборки и метод основного массива.

Стихийная выборка заключается в том, что исследователь готов иметь дело с максимально доступными единицами наблюдения. Используется подобный отбор из-за ограниченности ресурсов исследователя или в разведывательных целях. Стихийный отбор имеет свои разновидности:

– "первого встречного" – обследуется (опрашивается) первый, кто попадется исследователю, независимо от места и времени;

– отбор "себе подобных" – опрашиваются те, кто находится в кругу знакомых, то есть из своего окружения;

– "прессовый опрос" – это разновидность анкетирования со своими техническими приемами.

У стихийного отбора имеются серьезные недостатки: – исследователь не знает какова исходная совокупность обследуемых, а значит нельзя построить репрезентативную выборку; – нельзя определить ошибки и просчеты выборки. Но так или иначе подобный отбор используется в предварительных исследованиях, когда необходимо выяснить общие черты обследуемых.

Метод основного массива используется на небольших объектах исследования, когда стоит задача выявить (очертить) границы объекта, определить его основные характеристики.

Квотная выборка – наиболее применяемый метод отбора и строится как модель, воспроизводящая структуру генеральной совокупности в виде пропорций (квот) распределения признаков объекта изучения. Данный метод используют тогда, когда до начала исследования социолог имеет статистические данные (так называемые параметры) по тем признакам объекта (например, пол, возраст, образование), которые будут выступать в качестве квот. Пропорции по выбранным признакам в генеральной совокупности должны соответствовать пропорциям в выборочной, то есть, число единиц наблюдения в каждой квоте должно соответствовать распределению этих признаков в генеральной совокупности. Таким образом, при квотной выборке обследуемые отбираются целенаправленно с соблюдением параметров (числовых значений) того или иного признака. В качестве квоты следует выбирать не более трех-четырех признаков, так при большем числе будет значительно затруднен отбор единиц наблюдения (обследуемых). Так, например, исходя из распределений по полу (пусть это первый признак), генеральная совокупность представлена: 40% – мужчин и 60% – женщин, следовательно, в выборке также должны сохраняться эти пропорции по полу. Вторым признаком может быть возраст или образование. Тогда возрастные (образовательные) пропорции генеральной совокупности должны быть отражены в выборочной: 30% составит молодежь, 50% – люди среднего возраста и оставшиеся – 20% – люди пожилого возраста.

Преимущество целенаправленной выборки состоит в том, что относительно легко и экономно можно осуществить отбор (ведь требование случайного отбора – составление основы – перечня элементов генеральной совокупности – здесь отсутствует).

5. ПОНЯТИЕ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТИ

Выборочный метод – это способ статистического наблюдения и, чтобы ему можно было бы доверять, необходимо учитывать ошибки, которые неизбежно случаются. Зависит от многих факторов и, прежде всего: – от объема выборки, – от изменчивости признаков изучаемой совокупности, – от методов (способов) отбора, – от качественной однородности признаков объекта изучения. Применения выборочного метода обнаружило проблему репрезентативности. Что это означает? Под **репрезентативностью** принято понимать *свойство выборки представлять, отражать значимые, с точки зрения задач, характеристики генеральной совокупности*. Репрезентативность выборки означает, что с некоторой долей погрешности можно отождествить установленные на выборочной совокупности распределения признаков с их действительным распределением в генеральной совокупности. Проще говоря, **репрезентативность означает насколько выборка, как специальным образом отобранная часть генеральной совокупности, показательна для всего объекта изучения**.

Данные, полученные в ходе выборочного исследования, могут отклоняться не только от истинных, но и действительных значений, которыми обладают реальные объекты изучения. Чем меньше эти отклонения, тем репрезентативнее (представительнее) выборка.

Отклонения результатов выборочного исследования от значений генеральной совокупности образуют так называемые ошибки репрезентативности. Существуют разного рода ошибки репрезентативности, прежде всего следует назвать случайные и систематические. **Случайные ошибки** – это отклонения характеристик выборочной совокупности от генеральных распределений. Они носят вероятностный характер, а значит, по законам вероятности могут "гаситься" сами собой. Например, определяя какую-то характеристику выборки, мы будем получать отклонения этой характеристики то в одну, то в другую сторону от истинного значения приблизительно с одинаковой частотой, а значит, средняя ошибка будет приближаться к нулю. Эти отклонения можно оценить, но нельзя предотвратить, но они не так сильно влияют на показатели.

Систематические ошибки – это отклонения, смещения распределения признака в одну сторону либо преувеличения, либо преуменьшения истинного значения характеристик генеральной совокупности. Сама собой эта ошибка не гасится, поэтому очень важно выявлять причины образования подобных ошибок.

Могут быть вызваны систематические ошибки следующими обстоятельствами. Во-первых, на стадии проектирования (разработки) выборки могут быть допущены просчеты либо из-за неполной, или искаженной информации о параметрах того или иного признака генеральной совокупности; либо из-за слишком малого (статистически незначительного) объема выборочной совокупности; либо из-за некомпетентности лиц, осуществляющих проект выборки. Во-вторых, на стадии осуществления выборки допускаются ошибки либо из-за замены или неполного охвата единиц наблюдения, либо из-за недобросовестности интервьюеров.

Исследователи разработали методы отслеживания ошибок репрезентативности. Выделяют реальные методы, с их помощью выявляются фактические ошибки репрезентативности. Ошибки можно исправить, осуществляя контроль за деятельностью интервьюеров, а также "коррекцией" или пересчетом выборки. Сами фактические ошибки представляют разность между известными социологу распределениями характеристик генеральной совокупности и полученными распределениями выборочной. Или другими словами, фактические ошибки – это разность между параметром и статистической величиной. Например, известно, что средний показатель распределения (параметр) по признаку "уровень образования" в генеральной совокупности таков: начальное – 13%, среднее – 21%, среднее специальное – 39%, незаконченное высшее – 9% и высшее – 18%.

При подсчете в выборочной совокупности должны быть получены те же процентные соотношения (статистическая величина). Подобную процедуру можно осуществить и по другим признакам. Однако у социолога может не оказаться данных по какому-либо признаку генеральной совокупности. Что тогда? Тогда можно прибегнуть к другим методам определения ошибки репрезентативности.

Подобный расчет ошибок может быть связан с так называемыми косвенными методами. Среди них наиболее распространенным является метод независимых подвыборок. Суть данного метода заключается в том, что объем выборки распределяется на несколько групп (подвыборок), а затем в каждой из них исчисляется статистическая величина какого-нибудь признака объекта изучения. После этого по определенной формуле исчисляются отклонения выбранного признака в подвыборках и сравниваются.

Другой косвенный метод определения ошибок репрезентативности связан со сравнением результатов данного исследования с результатами подобных исследований, проводимых ранее. Хотя гарантии достоверности результатов этих исследований у социолога нет, считается, что наличие близости сравниваемых результатов свидетельствует об их надежности.

Еще один метод проверки репрезентативности выборки связан с поиском теоретических (или предполагаемых) ошибок. Смысл этого метода заключается в том, что социолог может проанализировать факторы, влияющие на различного рода отклонения в выборке. Например, размышляет по поводу объема выборки: достаточен ли он, что могло повлиять на данный фактор на стадии ли проекта выборки или на стадии ее осуществления. Можно обратиться к анализу такого фактора как способ отбора (или тип выборки) и проанализировать как осуществлялся отбор, что могло спровоцировать отклонения, ошибки и т.д.

Таким образом, репрезентативность выборки это важный показатель качества как проведения самого исследования, так и получаемой информации, а затем и выводов, сделанных в результате анализа распределений признаков изучаемого объекта.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите основные отличия случайной от неслучайной выборки?
2. На каком принципе строится случайная выборка?
3. Каковы основные факторы, влияющие на определение объема выборки?
4. Что следует понимать под репрезентативностью выборки?
5. Что означает многоступенчатый отбор?
6. Проведите механический отбор выборки

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Кокрен У. Методы выборочного исследования. – М.: Статистика, 1976. – 175 с.
3. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – 477 с.
4. Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования. – Киев: Наукова Думка, 1986. – 184 с.

2. ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ СБОРА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Лекция 12

2.1. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС

- 2.1.1. Метод опроса в рамках других наук. Сущность и особенности метода опроса в социологии
- 2.1.2. Познавательные возможности опросного метода
- 2.1.3. Разновидности метода опроса
 - 2.1.3.1. Анкетирование как разновидность опроса
 - 2.1.3.1.1. Структура анкеты
 - 2.1.3.1.2. Виды анкетирования
 - 2.1.3.2. Интервьюирование: особенности и виды интервью
- 2.1.4. Вопрос как исследовательский инструмент в социологическом опросе
 - 2.1.4.1. Основные функции вопросов
 - 2.1.4.2. Виды вопросов и их классификация: по форме, функциям и содержанию
 - 2.1.4.3. Логические требования к вопросу (логические ошибки)
 - 2.1.4.4. Проблема неответивших
- 2.1.5. Экспертный опрос
 - 2.1.5.1. Особенности экспертных опросов
 - 2.1.5.2. Практика применения анкетных опросов

2.1.1. МЕТОД ОПРОСА В РАМКАХ ДРУГИХ НАУК. СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МЕТОДА ОПРОСА В СОЦИОЛОГИИ

Несмотря на то, что на уровне массового сознания деятельность социолога ассоциируется в первую очередь с опросным методом, сам опрос не является изобретением социологов. Во всех отраслях знания, где для получения информации исследователь обращается с вопросами к человеку, он имеет дело с различными модификациями этого метода. То есть опрос используется в рамках и других наук. Например, – в медицине (врач задает вопросы больному для сбора анамнеза: как началось заболевание и как оно протекало); – в статистике (переписи населения); - в педагогике (учитель задает вопросы ученику); – в журналистике (интервью со знаменитостями); – в психологии (беседа психотерапевта с пациентом); в юриспруденции (опрос свидетелей, допрос подозреваемых).

Что общего в применении опросного метода в различных сферах? Во-первых, источником информации является человек; во-вторых, используется вопросно-ответная форма разговора, беседы; в третьих, информация получается посредством процесса общения, хотя формы общения различны (личная или заочная, устная или письменная, индивидуальная или групповая). Социологический опрос, безусловно, имеет свои особенности: методические принципы и технику проведения. В чем она заключается?

Начнем с определений, которые в своей формулировке выражают специфические черты опросного метода.

1. Опрос в социологии – метод опосредованного сбора первичной вербальной информации. В этом определении Ф. Шереги два ключевых слова: опосредованный сбор (т.е. анкета или анкетер при анкетировании, и путеводитель и интервьюер при интервьюировании); вербальная информации, т.е. словесная, выраженная в устной или письменной форме.

2. Опрос – незаменимый прием получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности, мнениях (В.А. Ядов). В этом определении сделан акцент на субъективном характере получаемой информации.

3. Опрос – это вопросно-ответный метод сбора социологических данных, при котором источником информации является словесное общение людей. Здесь автор акцентирует внимание на важности умения задавать, конструировать вопросы.

Все эти определения подчеркивают важные особенности опросного метода в социологии.

В целом опрос имеет давнюю традицию. Он использовался еще в древности для переписи населения, например, в Египте, Древней Руси, чтобы узнать, сколько платежеспособного населения и сколько потенциальных воинов в обществе.

В 1880 году среди французских рабочих было предпринято одно малоизвестное исследование. Один немецкий ученый разослал по почте 25 тысяч анкет, чтобы выявить размер эксплуатации рабочих их нанимателями. Среди довольно многочисленных вопросов анкеты были и такие: «Прибегает ли Ваш наниматель к обману, чтобы выманить у Вас часть Ваших заработков?» Этим исследователем был Карл Маркс. Было разослано 25 тысяч анкет, но нет сведений, сколько из них вернулось. Возвращаясь к нашим дням, отметим, что опрос дает возможность получить информацию, которая не всегда отражена в документальных источниках, и не всегда доступна прямому наблюдению. Опросный метод используется тогда, когда необходимо выявить субъективные представления, мнения, оценки людей. Например, если Вы хотите выявить возможные причины увольнения работников с предприятия, то Вам надо использовать опросный метод, но, если Вы хотите получить объективную картину по проблеме текучести кадров, то Вам надо обратиться в отдел кадров предприятия, где Вам предоставят данные о том, сколько человек уволилось за определенный срок, каков их пол, возраст, семейное положение и т.д.

Специфика социологического опроса заключается в следующем:

А) **Целенаправленность.** Цель опроса задается не непосредственно интересами общающихся сторон, а задачами и программой исследования;

Б) **Асимметричность.** Разные роли, активность и инициатива сторон общения, хотя существуют методические приемы, позволяющие сделать ситуацию общения более симметричной (снять напряжение у респондента, расположить его к беседе и т.д.);

В) **Опосредованность.** Опрос опосредован дважды: анкетой (бланком интервью) и анкетером (интервьюером, человеком, проводящим беседу). Это требует от социолога обращать особое внимание как на составление анкеты, так и на подбор интервьюеров;

Г) **Массовость общения.** Обычно опрашиваются большие общности (группы) людей;

Д) **Анонимность.** В социологическом опросе исследователя не интересует фамилия, имя опрашиваемого, исключение составляет опрос экспертов.

Итак, опрос в социологии является одним из распространенных методов получения информации, так, до 60-70%. Но, с другой стороны, существует ситуация некоторой абсолютизации возможностей данного метода в ущерб использования других социологических методов. Зачастую, начинающие социологи обращаются к опросу в любом случае (иногда и не по назначению), что сужает аналитические возможности социологических методов, ограничивая эмпирическую базу социологии.

Лекция 13

2.1.2. ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ОПРОСНОГО МЕТОДА

Каковы познавательные возможности данного метода? Что может дать опрос исследователю? Опросный метод позволяет получить информацию, связанную с мнениями, суждениями людей, их оценками, мотивами их деятельности, то есть ту, которая не отражена в документах или не доступна прямому наблюдению. Но метод опроса имеет свои **ограничения в применении:**

А) Информация ограничена здесь сферой сознания опрашиваемых. Необходимо помнить, что полученные данные не сама реальность, а ее отражение, преломленное в

сознании опрашиваемых. Следовательно, получаемая информация соответствует реальности ровно настолько, насколько респонденты могут и считают возможным выразить ее в вербальном (устном или письменном виде);

Б) Использование метода опроса связано с проблемой качества элементов данного метода. Основными элементами опроса являются:

- социолог, конструирующий инструментарий (анкету), его опыт, профессионализм влияют на качество получаемой информации;
- анкетер или интервьюер, лица, осуществляющие опрос, их подготовка, личные и профессиональные качества, умение общаться, также влияют на качество информации;
- анкета (бланк интервью), перечень вопросов, их формулировка, ясность изложения и т.д.;
- ситуация опроса (место проведения);
- сам респондент, человек, отвечающий на вопросы, учет его психологического настроения, его знания, расположение к ситуации опроса - влияют на получаемую информацию.

В) Ограничение, связанное с влиянием социокультурных факторов. Например, в международных исследованиях при использовании опроса встают такие проблемы, как – национальность интервьюера; – проблема адекватного перевода вопросника; – языковая подготовка интервьюера.

Таким образом, искусство использования опросного метода состоит в том, чтобы знать, о чем именно спрашивать (содержание), как спрашивать (форма вопроса), кого спрашивать (выборка), где вести опрос, как обрабатывать полученную информацию.

Выделяют две основные разновидности опроса: **анкетирование и интервьюирование**. Рассмотрим каждый из них подробнее в следующей лекции.

Лекция 14

2.1.3. РАЗНОВИДНОСТИ МЕТОДА ОПРОСА

2.1.3.1. Анкетирование как разновидность опроса

Анкетирование – это общение исследователя с респондентом, человеком к которому обращается социолог, посредством специального инструмента – анкеты. Данный метод основан на письменном сборе информации, опосредованном анкетой. Анкетирование предполагает, что с вопросами работает (читает и заполняет) – сам респондент. Анкету он получает от специальным образом проинструктированного анкетера, который может попросить заполнить анкету в его присутствии или отсутствии. Можно выделить две особенности анкетирования: а) высока самостоятельность респондента из-за опосредованности метода, где в качестве опосредователя выступает анкета, б) высока роль инструментария (анкеты). С этими особенностями связаны достоинства и недостатки данного метода сбора информации.

Достоинства метода:

- а) за короткий промежуток времени позволяет собрать большой объем информации;
- б) анкетный опрос дает массовую представительную картину мнений, суждений людей;
- в) обеспечивает принцип анонимности, за счет опосредованной связи между респондентом и анкетером, что позволяет получить более откровенные ответы;
- г) обеспечивает относительно дешевую стоимость метода, за счет того, что анкетирование проводится людьми, не обладающими высокой квалификацией;
- д) на респондента не оказывает влияние личность интервьюера.

Недостатки метода:

- а) социолог не может контролировать понимание смысла вопросов респондентами;
- б) большая вероятность пропуска вопросов при самостоятельном заполнении;
- в) высокие требования к качеству инструментария;
- г) возможно влияние третьих лиц.

Таким образом, возрастает роль, значение, а значит и качество инструментария – анкеты, так как именно анкета является условием получения информации.

2.1.3.1.1. Структура анкеты

Особенностью метода анкетирования является высокая степень самостоятельности инструментария, следовательно, анкете, ее конструированию необходимо уделить особое внимание. **Анкета** – это система вопросов, упорядоченных по форме и содержанию. Составлению анкеты предшествует программа, где отражены, представлены основные цели, гипотезы, задачи исследования. Поскольку реакции респондентов в процессе их работы над анкетой остаются скрытыми не только от исследователя, но и зачастую от анкетера, при подготовке анкетирования важно приложить максимум усилий составителю анкеты (да и анкетеру – человеку, который проводит опрос) для создания у респондентов установки на сотрудничество. Самостоятельность работы респондента с анкетой заставляет социолога делать ее более простой по сравнению с вопросником, заполняемым интервьюером. Кроме того, самостоятельность работы респондента предполагает включение в анкету для самозаполнения следующие компоненты:

Анкета состоит из трех основных частей: А) вводной, Б) основной, В) заключительной.

А) **Вводная часть** содержит обязательно: обращение к респонденту; сообщение об организации, проводящей опрос; сообщение о целях исследования; инструкции о заполнении. Инструкция преследует две цели: убедить респондента в посильности задачи и рассказать о том, как ее выполнять, а также указание объема предполагаемой работы, акцент на анонимности опроса и об обработке данных в обобщенном виде, комментариев о том, как правильно заполнять анкету, и благодарность за сотрудничество.

Б) **Основная часть** состоит из вопросов и вариантов ответов. При построении анкеты необходимо учитывать следующие моменты:

1. Вопросы должны располагаться от простых к сложным, сложные вопросы должны располагаться в середине анкеты ("правило воронки");
2. Не начинать с открытого вопроса;
3. Не начинать с вопроса в табличной форме;
4. Соблюдать логическую последовательность вопросов;
5. Учитывать эффект сопряженности, т.е. влияние одного вопроса на другой.
6. Не допускать скопления однотипных вопросов;
7. Вводить пояснительные фразы (например, сколько можно выбрать альтернатив).

В) **Заключительная часть** обычно содержит вопросы, связанные с социально-демографическими характеристиками респондента: пол, возраст, образование и т.д., то есть, так называемая паспортика. Это последняя часть анкеты и ее полное заполнение респондентом обязательно.

Анкета обязательно должна заканчиваться словами благодарности: "Большое спасибо за ответы", "Благодарим за участие в исследовании", "Спасибо вам за помощь". Иногда респондентам дают возможность высказать свое мнение по поводу опроса: "Ваши замечания, предложения Вы можете изложить на свободном месте".

Анкета – это система вопросов, посвященных какой-либо теме, существуют определенные правила, принципы ее составления.

1. Прежде всего, разработке анкеты должна предшествовать разработка программы исследования. В большинстве случаев (за исключением экспресс опросов) в программе обозначается проблема, цель, задачи, гипотезы исследования. Таким образом, настоящее социологическое исследование начинается не с составления анкеты, как это может показаться дилетантам, а с теоретической проработки темы исследования, с составления программы.

2. Формулировки вопросов должны быть нейтральны по форме, чтобы не склонять респондентов к какому-либо ответу. Ведь вопрос в значительной степени определяет ответ.

3. В анкете нужно говорить на языке, понятном для респондента, избегая витиеватости, иностранных слов, учитывая род занятий и уровень образования респондентов. Например, несколько лет назад проводилось исследование среди безработных лесозавода в одном из районов Томской области. В анкете был вопрос “Что Вы испытываете: оптимизм или пессимизм?”, который, по мнению исследователей, не должен был вызывать затруднения. Однако несколько человек просили объяснить значение этих слов. Таким образом, не был учтен уровень образования опрашиваемых.

Оформлению анкеты также необходимо придавать значение.

1. Графическое оформление анкеты: четкий шрифт, достаточное место для записи открытых вопросов, стрелки-указатели для обозначения переходов, иллюстрации.

2. Размер анкеты: для опросов используют анкеты самой различной длины. Встречаются анкеты из 3-5 вопросов и из 100 и более. Определяя метод сбора данных, уже на стадии разработки программы социолог решает для себя вопрос о ее размере, учитывая, что: – чем больше вопросов, тем богаче и разнообразнее могут быть ответы; – а чем вопросов меньше, тем оперативнее процедура опроса и обработки данных.

В то же время громоздкие анкеты вызывают большее число отказов от ответа, люди в них чаще проявляют небрежность, лаконичнее отвечают на открытые вопросы. Короткие анкеты, в свою очередь, создают впечатление о незначительности обсуждаемого предмета или самого факта обращения к мнению людей. На практике считается, что 20-30 минут – это тот срок, который позволяет респонденту высказаться и не утомиться. Если анкета оставляется респонденту на какое-то время, то считается допустимым сделать ее длиннее.

Нельзя забывать, что анкета – это язык общения между исследователем и респондентом, поэтому необходимо: – говорить на языке респондента; – не злоупотреблять иностранными словами; – вопросы и альтернативы должны формулироваться кратко и четко; – вопросы должны быть составлены грамотно.

Лекция 15

2.1.3.1.2. Виды анкетирования

Различается несколько видов анкетирования в зависимости от того, в непосредственный или опосредованный контакт с респондентом вступает анкетер, то есть по способу общения различают – очный и заочный опрос. В первом случае речь идет о раздаточном *индивидуальном* и *групповом* опросе, во втором – о *почтовом* и *прессовом* анкетировании.

А) **Индивидуальное** анкетирование. Данный вид анкетирования проводится по месту жительства или по месту работы. Одна из сложностей связанных с индивидуальным анкетированием заключается в том, что анкетер не может проверить факт заполнения анкеты именно тем человеком, который требовался по выборке, а не другим членом семьи. Так же возможен вариант последующего отказа от заполнения анкеты. **Преимущества** этой разновидности: – обеспечивает высокий процент возврата анкет; – дает возможность исправить, восполнить некоторые пропуски. **Недостатки:** – трудоемкость проведения; – меньший охват; – проблемы с анонимностью.

Процедура проведения. Он предполагает две встречи анкетера и респондента. На первой встрече необходимо убедить человека принять участие в исследовании, но не нужно настаивать и давить на респондента. После того как опрашиваемый дал согласие на заполнение анкеты, анкетер проводит небольшой инструктаж. Опрашиваемому напоминает, что анкету нужно заполнить обязательно самому, без посторонней помощи и советов. Затем анкетер указывает на то, что заполнять анкету несложно и что правила заполнения изложены на ее первой странице. Обязательно оговаривается время следующей встречи для возврата заполненной анкеты. Эти сроки не должны быть большими (1-2 дня). Основная цель второй встречи анкетера с опрашиваемым – это проверка правильности

заполнения анкеты. Ни один вопрос анкеты не должен оставаться без ответа – это основное правило приема анкет. После приема анкет анкетер должен поблагодарить респондента за участие.

Б) **Групповое** анкетирование. Основная черта этого вида сбора данных и возникающего в его ходе взаимодействия состоит в том, что анкета раздается сразу нескольким лицам, находящимся в одном помещении, с тем, чтобы они тут же сами ее заполнили и вернули анкетеру.

Главное **преимущество** группового анкетирования состоит: а) в оперативности и экономичности, поскольку сразу можно охватить десять и более человек; б) в полноте возврата (практически 100%). Еще одно организационное преимущество заключается в том, что в нем участвуют именно те лица, которые нужны по правилам выборки, а не их знакомые, домашние, коллеги. **Недостатки** группового метода – сложность организации проведения (договоренности); – присутствие посторонних (третьих) лиц, что будет сковывать респондентов; – возможно общение (обсуждение) между рядом сидящими респондентами.

Виды группового опроса различают в зависимости от состава групп. В одних случаях речь идет об уже готовых группах знакомых или теоретически знакомых лиц - например, студентов одного курса, работников одного учреждения. В других – о группах незнакомых между собой людей. Эти группы сложились независимо от организатора (посетители выставки, магазина поликлиники и т. п.). В третьих - группы собираются исключительно для целей исследования; тогда здесь встает дополнительно вопрос отбора этих лиц.

Процедура проведения группового анкетирования:

- желательно, чтобы социолог пришел к респондентам с представителем руководства данной организации, где проводится опрос (на предприятии, в школе);
- на одного анкетера должно приходиться примерно 15 респондентов;
- социолог (анкетер) сам представляется или его представляют, объясняет цель прихода, проводит инструктаж;
- перед раздачей анкет должны выйти третьи лица (руководитель, учитель);
- во время заполнения анкетер следит за тем, чтобы не было обсуждения, отвечает на вопросы респондентов, связанные с заполнением анкеты;
- при сборе анкет по возможности проверять анкету на заполнение, особенно паспортчику;
- во время всей процедуры анкетер должен быть дружелюбным и общительным, но оставаться нейтральным, не подсказывать респондентам варианты ответов.

В) **Почтовый опрос** – разновидность заочного анкетирования: анкета распространяется как самостоятельное почтовое отправление. В наиболее общем виде он заключается в рассылке анкет и получении на них ответов по почте. Используется данная разновидность при ограниченных ресурсах как временных, так и денежных; как вспомогательный метод, для исследования деликатных тем. **Преимущества** метода а) простота организации: нет необходимости в подборе, обучении, контроле за деятельностью большого количества интервьюеров; б) позволяет одновременно провести опрос на большой территории, в том числе и в труднодоступных районах; в) анкета заполняется только респондентом, тем самым снимается влияние анкетера на респондента и психологические барьеры, наблюдаемые иногда при индивидуальном исследовании. Вместе с тем почтовый опрос имеет и свои **недостатки**:

а) неполный возврат анкет, не все респонденты заполняют анкеты и отправляют их исследователям. Если бы причиной неполного возврата были лишь случайные обстоятельства, то было бы достаточно увеличить количество рассылаемых анкет. Однако практика показывает, что в основе неполного возврата лежат систематические факторы. В целом величина возврата анкет зависит от социально-демографической структуры обследуемой совокупности;

б) другой момент, связанный с проведением почтового опроса и влияющий на надежность получаемых результатов – это то, что мнения ответивших бывают отличными от мнений тех, кто воздержался от участия в опросе;

в) возможны ситуации, когда респондент не сам заполняет анкету, а перекладывает это на кого-либо из членов семьи; нельзя полностью исключать случаи группового заполнения.

Таким образом, важнейшая методико-организационная задача, решаемая

исследователем при планировании и проведении почтового опроса – это увеличение, стимулирование возврата анкет.

Процедура проведения:

– начинается опрос с уведомления, где говорится как получен адрес респондента, какая организация проводит опрос, указывается телефон;

– высылаются анкета с конвертом для возврата;

– напоминания рассылаются через некоторое время после отправления анкеты (через неделю, через 3 недели, через 7 недель);

– для повышения уровня возврата анкет используют вознаграждения (открытки, ручки, календари), так же внимание уделяется оформлению анкеты (используются различные шрифты, броское название, брошюрование).

Г) **Прессовый опрос.** В данном виде анкетирования анкета печатается в газете или журнале. Выделяют две цели такого опроса: а) когда редакция обращается к анкетированию с целью получения данных о своих читателях и их мнений о работе данного печатного органа; б) когда через печатный орган изучается мнение по какой-либо актуальной проблеме, т.е. это социологическая анкета. Данный метод имеет свои **достоинства**. Он экономически дешевый, так как не требует затрат на интервьюеров и тиражирование анкет. Из общего массива заполненных анкет почти всегда могут быть созданы однородные подмассивы, составленные из конкретных социально-демографических групп. То есть, открываются благоприятные возможности для исследования дифференциации мнений, предложений, свойственных различным группам респондентов. Часто участники опроса сопровождают заполненную анкету письмами, содержащими аргументацию их отношения к изучаемой проблеме. К преимуществам относится: добровольность участия респондентов и откровенность заполнения.

В силу пассивности процедуры вовлечения потенциальных респондентов в опрос в прессовом анкетировании невысокий возврат анкет. Зачастую это доли процента или единицы процентов всей совокупности читателей. Крайне редко в опросе участвуют более десятой части аудитории. Отвечающие же отличаются от "молчащего большинства" не только социально-демографическими характеристиками, но, прежде всего, своим отношением к изучаемой проблеме или печатному органу (например, если в прессовой анкете изучается отношение к жилищной проблеме, то среди приславших ответы будет больше тех, кто неудовлетворен жилищными условиями). Таким образом, прессовый опрос имеет два основных **недостатка**: низкий возврат анкет и равнодушные к изучаемой проблеме.

Процедура проведения. В газете располагается анкета, лучше на первой полосе, выделив ее при этом шрифтом, броским заголовком, сопроводив фотографией. Если анкета печатается на внутренних или на последних полосах, целесообразно сообщить об этом читателю уже на первой полосе. В любом случае текст анкеты должен предваряться вступлением от редакции, в котором сказано о целях опроса, назван исследовательский коллектив, указан адрес отправки заполненной анкеты. Число вопросов ограничивается пространством, которое печатный орган выделяет под анкету. Газетная анкета обычно содержит 10-30 вопросов. Инструкция такая же, как и при почтовом опросе. Активность респондентов в прессовом опросе повысится, если за несколько дней до публикации анкеты газета выступит по соответствующей теме, обострит проблему. Публиковать анкету лучше перед выходными днями.

Таким образом, существует некоторое разнообразие способов анкетирования, выбор того или иного типа определяется целями и задачами исследования, а также возможностями, ресурсами социолога, которыми он располагает: финансы, кадры и время.

Лекция 16

2.1.3.2. Интервьюирование: особенности и виды интервью

Интервьюирование – это также разновидность опросного метода. При *интервьюировании* бланк интервью заполняет не сам респондент, а интервьюер, само же интервью напоминает беседу, хотя позиции интервьюируемого и интервьюера не симметричны. Под **интервью** понимается непосредственное устное общение с респондентом, основанное на социально-психологическом взаимодействии. Специфика интервью заключается в следующем. Во-первых, высока роль интервьюера: человека, проводящего беседу, что повышает требования к его подготовке, а во-вторых, высока степень контроля над условиями получения информации, в которых находится респондент.

Из специфики метода вытекают его достоинства и недостатки. К **достоинствам** можно отнести:

- а) возможность получения глубинной информации;
- б) ситуация интервью (похожа на беседу), потому способствует возникновению непринужденной обстановки, гибкости общения, что повышает искренность ответов;
- в) возможность вести наблюдение за реакциями отвечающего, и в случае необходимости, можно корректировать вопросы, ход беседы;
- г) личный контакт способствует полноте реализации замыслов и, в частности, получения ответов на все вопросы;
- д) вербальный характер устраняет проблему неправильного восприятия вопросов.

Наряду с преимуществами данный метод имеет и **недостатки**:

- а) трудность организации встречи, подготовки беседы, а также поиск психологического контакта с каждым респондентом;
- б) значительные материальные и временные затраты на проведение интервью;
- в) может возникать всякий раз проблема анонимности;
- г) трудность при оформлении ответов респондентов (запись ответов).

Существуют разнообразные техники проведения интервью. Они различаются по степени стандартизации, то есть жесткости форм проведения беседы. **Формализованное (или стандартизованное) интервью** очень напоминает ответы на вопросы анкеты, только интервьюер читает вопросы и сам заполняет ответы, полученные от респондента в беседе, в вопроснике. В **неформализованных интервью** вместо жестко сформулированных вопросов и вариантов ответов на них, есть только направления, темы, по которым проводится беседа. Конечно, такой тип интервью требует от интервьюера высокой квалификации и опыта, а содержание интервью записывается на магнитофон или диктофон. К числу неформализованных интервью можно отнести: – **глубинное** – когда исследователь определяет круг проблем, сохраняя свободу в способе ведения беседы. Данный вид интервью может затрагивать обширный круг вопросов, используется на стадии разведки, когда исследователь слабо представляет границы проблемной ситуации, когда нет гипотез. **Свободное** интервью, заключается в длительной беседе (до 3 часов) без строгой разработки вопросов и тем более вариантов ответов, но до начала беседы у исследователя есть некоторые предположения (гипотезы), а значит, он имеет представления, какого рода информацию должен собрать. Различают **фокусированное** интервью или кратковременное, оно отличается тем, что четко определена тема или проблема, по которой проводится данная беседа, а также есть перечень строго необходимых и возможных вопросов.

Разновидностью интервьюирования является так называемый **телефонный опрос**. Беседа проводится с респондентов по телефону, обычно оно не должно превышать 5-10

минут, количество вопросов строго ограничено. *Недостатком* телефонного интервью является возможность опроса лишь тех лиц, которые имеют телефон, а *достоинством* – быстрота получения информации.

В проведении интервью встречаются четыре основные **проблемы**:

- время и место проведения интервью;
- ведение беседы;
- оформление (запись) беседы;
- подготовка интервьюеров.

Место и время проведения беседы определяется спецификой предмета исследования: вопросы, связанные с проблемами быта, семьи – выясняются в домашних условиях (по месту жительства), производственные – по месту работы. При выборе времени проведения следует учитывать ритм работы респондента.

Ведение беседы или техника интервьюирования включает ряд приемов: – настраивание респондента на искренние ответы; – ослабление напряжения; – ведение беседы по определенному плану; – устранение защиты респондента; – побуждение к откровенности; – умение продолжить (возобновить) прерванную беседу.

Если проводится стандартизованное интервью, то следует уделить внимание и инструменту – **вопроснику**. Качественный вопросник – это документ, в котором сформулированы и сгруппированы вопросы. В вопроснике помимо вопросов и ответов следует указать: имя интервьюера, тему интервью, место проведения беседы, отношение респондента и длительность беседы, некоторые характеристики о респонденте. Сам вопросник выполняет две основные функции: – реализация замысла исследователя, темы и предмета исследования, а также вопросник помогает интервьюеру получить необходимую информацию от респондента. Но отделять вопросник от интервью не стоит, это два аспекта одного метода – интервьюирования. Выделяют пути составления вопросника. В стандартизованном интервью вопросы и ответы формулируются в соответствии с практикой анкетного опроса. В глубинном, свободном интервью – в зависимости от правил построения беседы, аналогично практике повседневного речевого общения.

Способ регистрации данных беседы зависит от вида интервью, так, в глубинном и свободном лучше применить дословную запись (магнитофон или диктофон), в стандартизованном интервью – интервьюер кодирует (отмечает) ответы респондента в специальном бланке, вопроснике.

Серьезной проблемой в данном методе является **подготовка интервьюеров**, так как от этого зависит качество полученной информации, а также просто возможность ее получения. Классический вариант состоит из следующих этапов: а) в газете публикуется информация о том, что требуются интервьюеры для проведения опроса; б) пришедшим по объявлению предлагается заполнить заявление, где отбираются те, кто не допустил грамматических ошибок; в) отобранным можно предложить анкету на коммуникативность или другим способом проверить умение общаться; г) далее с оставшимися проводится инструктаж по поводу целей исследования, условий заполнения анкеты, а также возможно обучение по проведению беседы: правила кодировки, использования аппаратуры и т.д. После этого интервьюеров допускают к работе, но предусмотрен обязательный контроль за их деятельностью. Добросовестные премируются, из них формируется постоянный штат интервьюеров, плохо работающие – увольняются.

Можно выделить следующие требования к интервьюеру:

- соблюдение точности выборки;
- установление контакта с респондентом;
- обеспечение стандартной ситуации интервью;
- адаптация вопросника к особенностям респондента;
- точная регистрация полученных ответов;
- знание темы, целей интервью, а также особенностей среды респондента;
- внешний вид, темп и четкость речи, индивидуальные качества.

Таким образом, интервью является одним из распространенных методов получения социальной информации, оно обладает рядом преимуществ: информация, полученная с помощью беседы, является более полной, глубокой и определенной, так как пропуски ответов практически исключены, а также при необходимости можно корректировать ход беседы.

Лекция 17

2.1.4. ВОПРОС КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТРУМЕНТ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ОПРОСЕ

2.1.4.1. Основные функции вопросов

Вопрос – это элементарный технический инструмент опроса. С его помощью социолог получает информацию. При конструировании вопроса социолог должен помнить следующее правило: Что заложили, то и получили. Или каков вопрос, таков и ответ.

Таким образом, если социолог хорошо поработал над программой исследования, ее теоретико-методологической частью, но, если он сделал никуда негодную, непрофессиональную анкету, то он не сможет получить качественной информации.

В социологическом исследовании вопрос выполняет три основных **функции**:

- индикаторную;
- коммуникативную;
- инструментальную.

Если вопрос анкеты реализует все эти функции, то мы получаем качественную информацию.

Индикаторная функция вопроса состоит в том, что вопрос обеспечивает получение именно искомой информации, а не какой-либо другой. Это требование может показаться банальным, если исходить из житейских представлений, что человек, задающий вопрос, знает, о чем он спрашивает. Ведь человек в чужом городе не будет спрашивать прохожих о смысле жизни, если ему надо выяснить путь до ближайшей гостиницы. Однако, в социологическом опросе соотношение искомой информации и анкетного вопроса не столь очевидно. Например, в начале 60-х годов социологи часто задавали вопросы о величине затрат времени на различные виды деятельности с учетом их регулярности, периодичности. Это были вопросы такого типа: "Сколько примерно книг Вы прочитали за год?", "Сколько времени в среднем в неделю Вы тратите на общественную работу?" Сравнение таких ответов с результатами исследований по бюджету времени, основанных на ежедневной саморегистрации фактических затрат времени, показало существенные расхождения. Оказалось, что вопросы типа "Сколько времени Вы тратите...?" измеряют вовсе не фактические затраты времени, а их самооценку респондентом, которая далеко не всегда отвечает реальному положению дел. Вопрос здесь измеряет не изучаемую характеристику: действительные затраты времени, а нечто другое (их самооценку). Поэтому, чтобы узнать, реализует ли вопрос типа "Сколько книг в год Вы прочитали?" индикаторную функцию, надо знать, что хочет получить социолог. Если самооценку, то вопрос реализует индикаторную функцию, если реальное положение дел, то нет.

Коммуникативная функция вопроса обеспечивает общение социолога с респондентом. Что нужно учитывать, чтобы вопрос реализовал эту функцию? Лексику вопроса, понятны ли все слова респондентам, учитывая характеристики респондентов: их образование, возраст, место проживания. Нужно учитывать формулировку вопроса: однозначно ли он понимается всеми респондентами, не вызывает ли раздражения, негативных эмоций, не задевает ли самолюбия. Адекватность и однозначность понимания смысла вопроса респондентами, полнота их ответов на вопросы (это можно проверить в пилотаже анкеты) показывает, реализует ли вопрос данную функцию.

Инструментальная функция вопроса связана с измерением, т.е. какой дробности должна быть шкала, если это вопрос-шкала; сколько должно быть вариантов закрытий (ответов на вопрос), принимая во внимание особенности респондентов; какой тип вопроса задать: открытый, закрытый или полужакрытый и т.д.

2.1.4.2. Виды вопросов и их классификация: по форме, функциям и содержанию

Вопрос как инструмент исследования разнообразен по форме и содержанию. И для того, чтобы успешно и грамотно формулировать вопросы анкеты необходимо иметь представления, каковы они. При разработке вопроса прежде всего следует обращать внимание на два аспекта:

- О чем спросить по содержанию - это, так называемый, **программный вопрос**.
- Как спросить по технике – это, так называемый, **анкетный вопрос**.

Что же это за вопросы? Программный вопрос задается всей программой исследования. Это может быть один или несколько основных вопросов, на которые отвечает все социологическое исследование. Программный вопрос обладает высокой степенью общности и, обычно, его непосредственно не задают респонденту. Например, в 80-е годы заводские социологи часто изучали текучесть кадров на предприятии. Основной программный вопрос исследования формулировался таким образом: "Каковы причины текучести кадров предприятия?"

Отличие анкетного вопроса от программного заключается в уровне общности. Анкетный вопрос всегда конкретен, прост, он как бы раскрывает программный вопрос. Так, при изучении причин текучести кадров, рабочим задавались такие вопросы: – "Каковы у Вас условия труда?" – "Какие у Вас отношения с администрацией?" И так далее, чтобы раскрыть основной программный вопрос исследования.

Помимо деления вопросов на программные и анкетные существует деление *по типу и форме*.

Основные типы вопросов:

Фактологические вопросы выявляют свершившиеся действия или наличие факта. Например: "Сколько газет Вы выписывали в прошлом году?" Такого типа вопросы дают нам более "объективную" информацию, нежели вопросы о мнениях. Фактологические вопросы, как правило, не представляют трудности для восприятия и сложности для ответа. Правда, иногда, они могут требовать напряжения памяти, если мы спрашиваем респондента о прошлых событиях. Например: "Сколько квадратных метров жилплощади на человека Вы имели 15 лет назад?"

Статусные – вопросы о социально-демографических характеристиках участников опроса (объекта изучения): пол, возраст, образование и т.д.

Вопросы о знаниях или уровне информированности выявляют, что знает респондент, а что нет. Например: "Какие политики из нижеперечисленных Вам известны?"

Вопросы о мнениях выявляют оценки, мнения, суждения респондентов, основанные на индивидуальных представлениях. Например: "Кто, на Ваш взгляд, должен быть главой семьи?"

Вопросы о мотивах выявляют субъективные представления человека о побудительных механизмах (мотивах) деятельности, ценностных ориентациях и установках. Эти вопросы направлены на то, чтобы понять причины. Например: "Скажите, пожалуйста, почему Вы решили уволиться?" На этот вопрос могут быть сформулированы различные варианты ответов: – плохие отношения с руководством, - неинтересная работа, – низкая зарплата и т.д.

Ситуативные вопросы, косвенные: Здесь вопрос не задается напрямую, а через описание ситуации, а потом спрашивается мнение респондента. Достоинства вопросов этого типа заключаются в том, что они дают возможность респондентам понимания однозначного смысла вопроса. Однако есть и недостатки: многословность и сложность создания.

Ситуативный вопрос может быть в картинках, изложен в форме мнений, утверждений разных респондентов.

Контактные вопросы относятся к вспомогательному типу вопросов, чтобы установить контакт с респондентом, заинтересовать его, настроить на работу. Информация, полученная с помощью таких вопросов, может в дальнейшем и не использоваться. Такие вопросы должны быть просты, не вызывать отрицательного ответа, но иметь смысл. Для контактных вопросов в интервью можно пользоваться правилом, отмеченным еще Карнеги: Начать разговор с того, что интересует людей.

Вопрос-ловушка так же относится к вспомогательным вопросам. Его задача: проверить искренность, правдивость ответов респондентов. Можно ли доверять анкете в целом? Например, Ядов В. приводит следующий пример: Азербайджанские писатели-фантасты предложили своим читателям список из 41 произведения с просьбой оценить их достоинства. В списке значилась и несуществующая книга Н. Яковлева “Долгие сумерки Марса”, которую читали 10% опрошенных, правда, значительной части книга не понравилась [1. С. 151]. Или еще один пример. В 1990 году в одном из опросов Института Социологии в числе общественных движений были упомянуты несуществующие “кухтеристы”. Их поддержали 1,2 % опрошенных, 12,8 % выступили против.

Контрольный вопрос тоже относится к вспомогательному типу. Его задача состоит в проверке правильности ответов на основной вопрос. Между основным и контрольным вопросом должны быть 3-5 промежуточных вопросов.

Буферные вопросы или блоки относятся к вспомогательным, их цель переключить внимание респондента на новый тематический комплекс вопросов, и для снятия монотонности при ответе на вопросы.

Вопрос-фильтр делит всю совокупность на две части: те, к кому относится вопрос, и те, к кому не относится. Например, прежде, чем просить респондентов оценить содержание газеты “Томский вестник”, задается вопрос – фильтр “Читаете ли Вы эту газету?” Задача вопроса – фильтра состоит в уточнении адресата, от которого ожидается информация.

Вопросы также различаются по форме, можно выделить закрытые и открытые вопросы.

Закрытый вопрос – это такой вопрос, к которому прилагается перечень вариантов ответов, заранее разработанных социологом. Задача респондента состоит в выборе одного или несколько вариантов (это оговаривается в комментарии к вопросу) и отметить его. Закрытые вопросы бывают следующих видов:

1. **Дихотомические** – это такие вопросы, на которые предусмотрен ответ: “да” или “нет”. Например: “Являетесь ли Вы вкладчиком того или иного банка?”

2. **Альтернативные** вопросы, когда из перечисленных вариантов ответа можно выбрать только один вариант. Сумма процентных распределений ответов на вопрос должна равняться 100%.

3. **Вопрос “меню или ”кафетерий”**, когда можно выбрать несколько вариантов ответов. Обычно к таким вопросам есть пометки: выбрать два-три варианта, или не больше четырех. Причем, сумма процентных распределений ответов на вопрос будет превышать 100%. Например: “Какие телепередачи Вы смотрели в прошедший выходной?” Варианты ответов: – политические передачи, – спортивные передачи, – научно-познавательные, – развлекательные шоу”.

4. **Матричные вопросы**, то есть в форме таблиц. Например: “Хватает ли Вам времени на тот или иной вид деятельности? (дайте ответ по каждой строке).

Виды деятельности	Хватает времени	Когда как	Не хватает
На учебу	1	2	3
На отдых и развлечения	4	5	6
На занятия спортом	7	8	9

Вопросы в форме таблиц трудны для восприятия, поэтому анкету не следует перегружать такого рода вопросами, не надо так же начинать анкету с подобного вида вопросов.

5. Вопросы на интенсивность. Это вопросы, вернее закрытия к ним, построенные особым способом. Они дают возможность количественного выражения некоторых качественных явлений. Например, следующий вопрос об интенсивности явления: "Как часто Вы ходите в кино? Ответы: – 1 раз в неделю, – 1 раз в месяц, – 1 раз в квартал, – 1 раз в полгода, – затрудняюсь ответить".

Подобные вопросы еще называют **вопросы-шкалы**, позиции шкалы могут быть представлены как в цифровой, так и в словесной форме. Например: "Согласны ли Вы с тем, что Ваша организация имеет перспективы развития?" Ответы: – полностью согласен, – скорее да, чем нет, – скорее нет, чем да, – полностью не согласен, – затрудняюсь ответить".

Закрытые вопросы имеют как достоинства, так и ограничения. "Плюсы" закрытых вопросов: а) они обычно легко заполняются респондентами; б) их проще обрабатывать социологам.

Недостатки, "минусы" закрытых вопросов: – а) социологу при составлении вопросов трудно предусмотреть все варианты ответов. Поэтому в перечне ответов используются варианты либо "что еще?", либо "другое", и такой вопрос будет называться *полузакрытым*; б) Полученные данные всегда ожидаемы, неожиданным может быть только процентное распределение ответов.

Открытый вопрос – это вопрос, в котором нет области поиска ответов, нет перечислений, вариантов ответа. Например: "Что необходимо сделать, чтобы повысить интерес учащихся к образованию?"

Достоинства, "плюсы" открытых вопросов: – а) можно выявить неожиданный, новый аспект по предложенному вопросу, ведь ответы на вопрос не ограничены сознанием самого социолога; б) можно получить более содержательную информацию, получить более широкое представление о респонденте.

"Минусы" открытых вопросов: – много неответивших на открытые вопросы в анкете, респонденты не спешат высказаться в свободной форме; – трудно обрабатывать ответы на открытые вопросы, так как здесь высок уровень потери информации, что связано с тем, что тот или иной ответ бывает трудно отнести к какой-либо категории классификатора в контент-анализе. Возникает проблема неоднозначности при интерпретации.

Что же лучше: открытый или закрытый вопросы? Исторически открытые вопросы предшествовали закрытым вопросам. Еще в конце 19 века большая часть анкет состояла из открытых вопросов. Закрытые вопросы для исследователей становятся особо привлекательными, когда стали применяться для обработки счетно-аналитические устройства. В 1890 году в США была впервые применена для обработки анкет "электрическая" машина Голлерита, которая использовалась у нас в России при обработке материалов переписи 1895 года.

В 50-е годы XX века на Западе проходили дискуссии по поводу применения открытых и закрытых вопросов [3]. К чему же пришли исследователи? К признанию необходимости соблюдения специальных методических правил при составлении закрытых вопросов. А именно проведение пилотажа (пробы) анкеты, чтобы выявить полное содержание закрытий к вопросам. Необходимо первоначально задавать вопрос в открытой форме, чтобы выявить структуру ответов.

В нашей социологии проблема открытых и закрытых вопросов обсуждалась на страницах журнала "Социологические исследования" в 1982-1984 годах. Результаты обсуждения отражены в замечаниях Маслова О.М. [4]:

1. Открытые и закрытые вопросы имеют разные познавательные возможности. Но в практике социологического исследования нужны и те, и другие;

2. Выбор формы вопроса обусловлен задачей и типом исследования. Например, в разведывательном исследовании часто используют открытые вопросы, когда изучается проблемное поле;

3. Форма вопроса зависит так же от нашего знания или незнания всех возможных вариантов ответа;

4. Открытые вопросы позволяют нам выявить структуру представлений респондента и его язык.

Завершая разговор о видах вопросов можно их классификацию представить в следующем виде:

По содержанию	По форме	По функциям
фактологические	открытые – прямые	Вспомогательные
вопросы о знании	закрытые – косвенные	Основные
о мнениях, оценках	полузакрытые – ситуативные	Фильтры
о мотивах	в картинках	Ловушки
	закончить предложение	Контактные
		Контрольные буферные (блоки)

Лекция 18

2.1.4.3. Логические требования к вопросу (логические ошибки)

Вопрос в анкете должен быть построен по определенным законам логики. Когда вопросы создаются дилетантами, то возникают логические ошибки. Существует три основных вида логических ошибок при составлении вопросов анкеты.

Первая группа связана с **формулировками самих вопросов**. Это вопросы, так называемые, внушающего типа. Они отражают оценочной позиции самого социолога, а это влияет, в свою очередь, на ответ респондента, т.е. склоняет последнего к определенному ответу. Например: «Почему Вам нравится работа столовой?» Этот вопрос содержит скрытое утверждение, что респондент доволен ее работой. Поэтому, чтобы избежать внушающей формулировки, надо формулировать вопрос в нейтральной форме; в данном случае, возможно так: «Как Вы оцениваете работу столовой?»

Кроме внушения в самом вопросе может быть еще смысловая неопределенность ключевых слов, обозначающих предмет или суть вопроса. Поэтому необходимо, чтобы все термины в вопросе понимались респондентами однозначно. Например, следующий вопрос имеет смысловую неопределенность: «Укажите *характер продукции*, которую выпускает Ваше предприятие?» (Непонятен термин “характер продукции” – либо это название продукта, либо его качество?)

Вторая группа логических ошибок, возникающих при создании вопросов анкеты, связана с **областью поиска ответов на вопрос**. Здесь могут быть такие ошибки:

1) **Пересечение оснований**. Например: ”Часто ли Вы и Ваш супруг покупаете парфюмерную продукцию?» В шкале ответов: – часто, – редко, – иногда, – никогда, позиции *редко* и *иногда* трудно различимы, да и сам вопрос сдвоен.

2) **Несоблюдение принципа единого основания**. Например, в следующем вопросе: «Какую литературу Вы любите читать?» Ответы: – художественную, – научную, – публицистическую, – веселую – последней вариант ответа явно взят по другому основанию.

3) **Ошибки, связанные с несбалансированностью шкалы**. В сбалансированной шкале должны присутствовать в равной степени моменты согласия / несогласия; уверенности / неуверенности. Пример сбалансированной шкалы: – согласен полностью, – согласен частично, – полностью не согласен.

Третья группа логических ошибок связана с обозначением адресата, т.е. для кого вопрос и кому он предназначен. Чтобы избежать ошибки подобного рода, надо применять при необходимости вопросы-фильтры. Это вопросы, которые делят совокупность респондентов на тех, к кому относится или не относится следующий вопрос. Например, прежде чем спросить «Доверяете ли Вы газете “Коммерсант”?» нужно спросить: «Читаете ли Вы газету “Коммерсант”?» Для использования вопросов-фильтров в тексте анкеты даются пояснения, иногда стрелки, к какому вопросу надо переходить. Например: «Устраивают ли Вас учебники по предмету, который Вы преподаете?» Варианты ответов:

- да (переходите к 7 вопросу),
- нет (переходите к 6 вопросу)».

Некоторые исследователи считают, что в ответах на вопросы, нужно дать респонденту в зависимости от ситуации возможность уклониться от ответа с помощью следующих вариантов: – затрудняюсь ответить, – не знаю, – не думал об этом. Отсутствие возможности для респондента уклониться от ответа создает опасность формального заполнения анкеты, но вариант ответа “затрудняюсь ответить” набирает 15-20 %, то это тревожный сигнал для социолога, свидетельствующий о методической недоработке вопроса.

2.1.4.4. Проблема неответивших

Иногда, получая анкеты, исследователь сталкивается с тем, что участники опроса не ответили на тот или иной вопрос. Если респонденты не отвечают на вопросы анкеты, то это может свидетельствовать о многом [5,6]. Например:

1. Плохое качество инструментария: либо не понятен сам вопрос, либо закрытия к вопросам;
2. Неправильное проведение опроса: место, настрой, давление со стороны третьих лиц;
3. Психологические особенности респондентов: их несговорчивость, нерешительность, скованность, повышенная критичность;
4. Объективная некомпетентность респондентов: незнание конкретных фактов;
5. Субъективная некомпетентность: то есть представления респондентов о собственной некомпетентности;
6. Отсутствие интереса к теме исследования.

Таким образом, как отмечает исследователь Ключина Н.А. [5] проблема неответивших имеет три основных аспекта: 1) **методический**, связанный с качеством методики и ситуацией проведения опроса; 2) **социальный аспект** связан с социальной ситуацией на предприятии или в коллективе, где проходит опрос (например, конфликт); 3) **психологический аспект**, связанный с психологическими особенностями различных социально-демографических лиц.

Лекция 19

2.1.5. ЭКСПЕРТНЫЙ ОПРОС

2.1.5.1. Особенности экспертных опросов

Необходимо заметить, что теме экспертного опроса не уделяется много внимания на страницах учебников и учебных пособий, хотя в практике социологического исследования этот вид опроса часто используется, а разные виды экспертного опроса могут применяться на всех этапах прикладного социологического исследования.

Так что же такое экспертный опрос, и в каких случаях он применяется? Прежде всего, **экспертный опрос** является разновидностью опросного метода. Еще экспертный опрос называется опросом компетентных лиц или методом экспертных оценок. Основное

назначение экспертного опроса – это выявление сложных аспектов исследуемой проблемы, повышение надежности получаемой информации.

В чем заключаются особенности экспертного опроса как разновидности опроса в целом?

1. *Эксперты обычно не являются представителями объекта исследования*, в отличие от массового опроса, где цель – получение мнения людей, являющиеся объектом изучения.
2. *Экспертный опрос носит не массовый, а индивидуальный характер*. В экспертном опросе в связи с высокой компетентностью участвующих в нем лиц мнение даже 2-3-х экспертов может оказаться достаточно обоснованным и достоверным.
3. *Процедура отбора экспертов отличается от процедуры выборки респондентов*. Экспертная группа не может быть слишком многочисленной (от 5 до 25 человек, что зависит от вида решаемых задач).
4. *Опрос экспертов не носит анонимного характера*, отсюда совершенно другое отношение к экспертам: как к активным участникам исследования.
5. *В экспертном опросе нас интересуют не обыденные представления людей, а знания специализированные, профессиональные*. Вот что пишет по этому поводу И.А. Бутенко [1. С. 130]: “От опросов общественного мнения, участие в котором принимают лица практически любых профессий, а также безработные и пенсионеры, опросы экспертов отличаются тем, что опрашиваются лица, владеющие профессиональными знаниями об обсуждаемой в исследовании проблеме. Например, при обсуждении вопроса о том, увеличивать ли сроки обучения в средней школе до 12 лет, экспертами оказываются либо работники образования (учителя, педагоги), либо работники Министерства образования. Если речь идет о градостроительных проблемах, то в одних случаях экспертами будут архитекторы, в других – строители, в третьих – транспортники”.

Сферами применения опроса экспертов являются социология, социальная работа, политика, экономика, управление и т.д.

С помощью экспертного опроса решаются следующие виды задач:

1. В социологии экспертный опрос часто используют **как источник необходимой информации, или недостающей или корректируемой информации** (например, в исследованиях разведывательного типа). Причем, в социологическом исследовании опрос экспертов может применяться как единственный метод, так и в совокупности с другими методами: опять-таки в зависимости от задач и вида исследования.
2. Экспертный опрос может быть использован **для оценки современного состояния проблемы и прогноза тенденций развития различных явлений и процессов**. Прогноз может касаться как глобальных проблем (например, ведущие экономисты страны прогнозируют тенденции развития экономики страны через 5 лет), так и локальных задач (например, специалисты служб социальной защиты могут прояснить ситуацию по поводу будущего детей-инвалидов, проживающих в детском доме в поселке Калтай).
3. Экспертный опрос используют **для генерирования и выдвижения новых идей**, а так же **выбора из существующих вариантов решений наиболее приемлемого**. Для этой цели разработаны и применяются специальные способы групповой дискуссии.

2.1.5.2. Практика применения анкетных опросов

Важным вопросом экспертного метода является **формирование группы экспертов**, где ответ связан с двумя аспектами: кого считать экспертами и сколько их должно быть? Было сказано, что эксперт – это человек, обладающий определенными знаниями и опытом в области, к которой относится объект экспертизы. Что касается требований к экспертам, то они следующие: – компетентность; – креативность; – эрудиция; – принципиальность, – независимость; – всесторонность, – практичность. Причем, выбор экспертов по этим требованиям зависит от типов решаемых задач.

Важным критерием отбора является **степень компетентности эксперта**, которая определяется: 1) должностной позицией; 2) стажем работы по специальности; 3) наличием ученой степени, ученого звания, числом статей (если речь идет о научной экспертизе).

В практике широко применяются различные виды экспертных опросов: – индивидуальный и групповой; – очный и заочный; – разовый и повторный. Существует широкий диапазон конкретных методик опроса экспертов – от простых и даже примитивных до чрезвычайно сложных. Тем не менее, все они могут быть поделены на две большие группы: **методы очного и заочного опроса экспертов**.

К группе **очных опросов** можно отнести: свободное интервью, атака”. К группе **заочных**: – метод сбора мнений, формализованный опрос, дельфийская техника.

Рассмотрим эти методики подробнее.

Наиболее часто используется такая разновидность экспертного опроса, как свободное интервью (или индивидуальный опрос экспертов). В этом случае исследователь не имеет жесткого плана беседы, а интервью преследует разведывательную цель и помогает более полно и всесторонне представить изучаемую проблему. Свободное интервью можно проводить как с одним экспертом, так и несколькими (до 10 человек).

Другой разновидностью является коллективная работа экспертов – “мозговая атака” или брейнсторминг. Часто эта методика используется при проведении деловых игр с целью генерации идей и выбора оптимального решения. Каковы основные принципы мозговой атаки?

1. Цель ее – работа над проблемой для того, чтобы предложить наибольшее количество вариантов решения проблемы.

2. Для достижения этой цели специально вводится ряд правил:

- наличие ведущего всей процедуры;
- ведущий должен “раскрепостить” участников и создать творческую, не критическую обстановку;
- приветствуются любые идеи, даже самые оригинальные и избыточные;
- каждый участник высказывается по очереди (по кругу), за один раз – 1 идея;
- существует категорический запрет на критику любого мнения, идеи, пусть даже самой фантастической или негативной с первого взгляда;
- существуют специальные люди (не меньше двух человек), которые ведут регистрацию идей, каждую идею записывают на отдельный листок;
- в качестве участников стараются подобрать специалистов одного уровня, чтобы избежать давления авторитета (либо используется традиция военных советов, и высказываются более юные и менее авторитетные);
- время проведения мозгового штурма – до 1,5 часов, так как это напряженный умственный труд;
- предварительно проводится разминка по какой-то не основной теме, чтобы показать принцип проведения;
- после мозговой атаки специальная аналитическая группа классифицирует все предложенные варианты и отбирает наиболее адекватные поставленной проблеме – идеи.

Например, несколько лет назад проводилась в Москве деловая игра с применением мозговой атаки, в которой участвовали все ректоры крупных вузов. В ходе игры разрабатывался сценарий “Вуз 2000 года”. Итак, в использовании очных форм экспертного опроса большую роль играют психологические моменты, такие, как установление контактов с экспертами, создание творческой атмосферы, что очень важно для мозговой атаки.

Наиболее простым видом заочного опроса экспертов является сбор мнений. Методика состоит в том, что экспертам рассылаются опросные листы, в которых они должны в развернутой форме изложить свое мнение. По сути, сбор мнений подобен свободному интервью, но в письменной форме. Таким образом, методика сбора мнений соединяет в себе элементы заочного опроса, свободного интервью и почтового опроса, а значит их достоинства и недостатки. К достоинствам можно отнести: – возможность привлечения

экспертов из разных регионов; и устранение эффекта “влияния интервьюеров”. К недостаткам: – низкий процент возврата; и проблему интерпретации высказываний экспертов, так как при анкетировании нет возможности уточнения смысла, как при интервью. Поэтому сбор мнений можно сочетать с личным интервью для тех экспертов, которые в данный момент могут быть лично опрошены. Например, в Москве на Высших социологических курсах в 1990 году один из слушателей для своей дипломной работы проводил экспертный опрос (очный и заочный) ведущих социологов страны на тему настоящего и будущего российской социологии.

Формализованный опрос экспертов схож с анкетированием. Респондент-эксперт получает подробно разработанную анкету с вопросами в закрытой форме. Например, опрос руководителей областного или городского уровня по вопросам местной политики. Формализованный опрос экспертов отличается от методики сбора мнений тем, что сбор мнений направлен на выявление спектра идей. Это качественная методика. Формализованный опрос экспертов – это количественный подход.

Дельфийская техника – разработана американцами Н. Дэлки и О. Хелмером. Это заочный опрос экспертов, который проводится в 3-4 тура. В каждом последующем туре участников знакомят с результатами предыдущих туров. Суть заключается в том, чтобы все эксперты пришли к результатам и оценкам с минимальным разбросом мнений. Сейчас для применения этой методики используют электронную почту. Метод применяют наиболее часто в социальном прогнозировании.

Контрольные вопросы и задания

1. В чем заключается отличие опросного метода в социологии от других опросов?
2. Каковы ограничения опросного метода?
3. Назовите основные элементы опросного метода
4. Назовите основные достоинства и ограничения анкетирования
5. В чем основные отличия анкетирования и интервью?
6. Каковы основные проблемы, возникающие при проведении интервью?
7. Назовите факторы, влияющие при выборе разновидностей интервьюирования
8. Какие существуют логические ошибки при составлении вопросов, и какие надо соблюдать правила, чтобы их избежать?
9. Покажите на примере какого-либо вопроса, как он выполняет или не выполняет индикаторную, коммуникативную и инструментальную функции
10. Почему случается, что респонденты не отвечают на вопросы анкеты?
11. В чем заключаются достоинства и недостатки открытых и закрытых вопросов?
12. Найдите и объясните ошибки в следующих примерах:
 - А) “Образование в нашей стране должно быть бесплатным
– согласен полностью
– скорее согласен, чем не согласен
– полностью не согласен”
 - Б) “Как повели себя члены Вашей семьи, когда узнали, что Вы оказались без работы?
– посочувствовали
– посоветовали обратиться в бюро по трудоустройству
– ориентировали на получение другой специальности
– проявили беспокойство
– выразили недовольство”
 - В) “Часто ли Вам говорят, что у Вас есть организаторские способности?
– часто
– от случая к случаю
– никогда
– думаю, что у меня их нет”

13. По теме исследования “Факторная модель негативного отношения юношей студентов к службе в армии” придумайте программный и анкетные вопросы
14. В чем состоит специфика мозгового штурма? Для чего он применяется?
15. В чем сущность процедуры дельфийской техники?
16. Назовите специфические черты экспертного опроса в целом
17. Выбрав тему исследования, назовите, кто может являться экспертами

ЛИТЕРАТУРА

1. Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. – М.: Высшая школа, 1989. – 176 с.
2. Бутенко И.А. Прикладная социология: наука и искусство. – М.: Издательство «Анкил», 1999. – 186 с.
3. Докторов Б.З. Экспертный опрос как метод изучения общественного мнения // Социологические исследования. – 1985. – № 4. – С. 94-97.
4. Ключина Н.А. Сравнительный анализ и методика социологических исследований. – Москва. – 1989. – С. 144-164.
5. Маслова О.М. Познавательные возможности открытых и закрытых вопросов // Социологические исследования. – 1984. – № 2.
6. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Книга 1. – 232 с.
7. Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии. – М.: АВА–ЭСТРА, 1993. – 243 с.
8. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред. Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т. 1. – С. 153-162.
9. Федоров И.В. Причины пропуска ответов при анкетном опросе // Социологические исследования. – 1982. – № 2.
10. Чередниченко В.А. Применение экспертных оценок в социологическом исследовании // Социологические исследования. – 1981. – № 3.
11. Шуман Г., Прессер С. Открытый и закрытый вопрос // Социологические исследования. – 1982. – № 3.
12. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство “Самарский университет”, 1995. – 331 с.

2.2. МЕТОД НАБЛЮДЕНИЯ

2.2.1. Понятие метода и его особенности применения социологии

2.2.2. Виды наблюдения

2.2.3. Трудности метода, достоинства и недостатки

2.2.1. ПОНЯТИЕ МЕТОДА И ЕГО ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИОЛОГИИ

Наблюдение нельзя отнести к специфическим методам социологии. Это общенаучный метод, причем очень древний. Наблюдение включается во все виды человеческой деятельности. Оно возникло, когда человек отслеживал, сопоставлял разные способы достижения своих целей. Но следует различать *обыденное наблюдение*, т.е. произвольную деятельность человека, связанную с получением информации о внешнем мире. И *научное наблюдение*, которое отличается от обыденного по нескольким параметрам:

- а) *направленностью* на достижение определённой цели; научное наблюдение подчинено ясной исследовательской цели и четко сформулированным задачам;
- б) *планомерностью* – наблюдение планируется по ранее обдуманной процедуре;
- в) *систематичностью* – данные наблюдаются, фиксируются в протоколах или дневниках;
- г) *наличием элементов контроля* – информация, полученная путём наблюдения, должна поддаваться контролю на обоснованность.

Однако, до сих пор, термин "наблюдение" не стал однозначным. В некоторых социальных науках (экономическая статистика, демография) под наблюдением подразумевают любую полевую процедуру (опрос, сбор письменных данных и т.д.).

Нас интересует наблюдение, как метод сбора первичной эмпирической информации. Исходя из общих характеристик научного наблюдения, в конкретном социологическом исследовании под **наблюдением** понимается *направленное, систематическое, непосредственное, визуальное восприятие и регистрация значимых с точки зрения целей исследования социальных явлений (процессов), подвергающихся контролю и проверке.*

Иногда в литературе вы можете встретить термин «прямое наблюдение». **Прямое наблюдение** – очевидной цели, а **косвенное наблюдение** – информация, полученная из вторых рук. Если есть выбор, разумеется, прямое наблюдение – предпочтительнее.

Наблюдение – это метод сбора социологической информации, включающий прямое наблюдение социальных феноменов в их естественной среде. Социологи и антропологи, наиболее часто использующие этот метод, внесли наибольший вклад в развитие его техники. Что можно изучать при помощи наблюдения? Например, забастовки, социальные движения, студенческие демонстрации и другие подобные события, происходящие внутри относительно ограниченного пространства и времени. Если говорить коротко, то метод наблюдения заключается в том, чтобы пойти в то место, где происходит событие, смотреть и слушать. Причем, очень важно научиться слушать, думать и видеть в одно и то же время. Кроме того, наблюдение является основой и других социологических методов. Если данные анкетирования подлежат количественному (статистическому) анализу, то наблюдения, в большинстве случаев, дают качественные (смысловые) данные, которые не просто привести к числам. Основная цель социолога, использующего метод наблюдения – выявить типичные и нетипичные образцы поведения в конкретной ситуации. Однако это не означает, что метод наблюдений не может быть использован для сбора количественных данных, например, при констатации числа взаимодействий различного типа в разных жизненных ситуациях. Или, к примеру, социолог изучает вопрос о нарушении правил дорожного движения (переход

дороги в неполюженном месте). С помощью наблюдения, он может зафиксировать количество нарушений, какого возраста, пола были эти люди, как они были одеты и т.д.

Научное наблюдение заимствовано из ранее сложившихся областей эмпирического знания, точнее, из естественных наук. Но социологическому наблюдению присуща глубокая специфика, которая в ряду чётр принципиально отличается от естественнонаучного. Укажем основные особенности наблюдения в социологии:

Главная особенность: **связь наблюдателя с объектом наблюдения**. Ни в какой другой науке исследователю не приходится заниматься изучением совокупности, к которой он сам принадлежит, частью которой он является и от которой сам зависит. Социолог, наблюдая общество (социальные процессы), является одновременно частью этого общества. Это накладывает отпечаток на его восприятие социальной действительности и на интерпретацию. Восприятие наблюдателя подвержено влиянию множества факторов: мировоззрение исследователя, его профессионализм, объективность, и, в конечном счете, личные качества. Здесь можно говорить, и о научной этике: главное правило в работе социолога: ничем не навредить тем, кого мы наблюдаем.

Другая особенность, она вытекает из первой – **эмоциональная окрашенность** метода. Наблюдатель – человек, а значит не лишён чисто человеческой черты: эмоциональности восприятия. Социальное явление всегда эмоционально окрашено, (что не скажешь о неживой природе). Эта особенность значительно может влиять на результаты исследования, и искажать данные.

Сложность повторного наблюдения. Социальный объект настолько изменчив, что практически редко бывает идентичен, поэтому данный метод вызывает массу трудностей. И, несмотря на ряд преимуществ, редко бывает основным методом сбора информации. Обычно наблюдение применяется наряду с другими методами и служит специфическим целям.

Применяется наблюдение, во-первых, тогда, когда информация необходимая исследователю, не может быть получена никаким другим способом: нельзя применить опрос, при изучении собрания, групповой дискуссии, директорской планёрки. А также, когда испытуемые (исследуемые) не хотят или не могут точно и подробно описать свои действия.

Во-вторых, применяется для проверки уже имеющихся данных. После опроса (применения анкеты) получена не вполне адекватная информация (возможно и искаженная), на данные могли повлиять особенности памяти и восприятия респондента, либо само взаимодействие (контакт) между исследователем и испытуемым, которое явилось источником искажения данных (в силу неискренности респондента, или неумения исследователя).

Но при всей ограниченности применения данный метод применяется достаточно часто в следующих случаях:

- а) На подготовительном этапе любого исследования, где задача состоит в предварительном ознакомлении с проблемой и кругом задач;
- б) В монографическом исследовании, когда не предъявляется требование репрезентативности;
- в) Очень ограничено применяется в исследовании описанного плана, для проверки, предположений об объекте;
- г) Наконец, наблюдение может применяться в исследователях экспериментального плана, для отслеживания воздействия экспериментального фактора, для проверки статистических построений путем введения в экспериментальную ситуацию контролируемых факторов.

2.2.2. ВИДЫ НАБЛЮДЕНИЯ

Существует некоторое разнообразие видов наблюдения. По степени формализации наблюдения бывают *структурированные* и *неструктурированные*. **Неструктурированное** – это такой вид наблюдения, при котором исследователь не определяет заранее, какие именно

элементы изучаемого процесса он будет наблюдать. Оно не имеет строго плана, заранее определен лишь объект наблюдения. Объект наблюдается в целом, определяются его границы, его основные элементы и связи, также наблюдается социальная атмосфера, в которой происходят события. Однако всё наблюдать невозможно, поэтому в неструктурированном наблюдении неизбежен вопрос: Что наблюдать? Основываясь на исследовательской практике, разработан примерный перечень значимых элементов для социальных ситуаций, которые могут определять первоначальное направление наблюдения [4. С. 196].

А) Наблюдаемые: – сколько человек, – кто они, – каковы их взаимоотношения, – роль каждого в ситуации, – знакомы ли они между собой, – есть ли группировки, – и какова их структура (лидеры, и т.д.).

Б) Обстановка: – наблюдения, – какого рода социальное поведение данная обстановка провоцирует, какому препятствует, – какого рода поведение следует ожидать.

В) Цель: – есть ли цели, ради которых собрались участники, – возможно, они оказались случайно вместе, – есть ли неформальные цели, – каковы цели каждого из участников, насколько они совместимы между собой.

Г) Социальное поведение: – что и как делают участники, – каковы мотивы стимула, вызывающие ту или иную форму поведения, – что является объектом данной формы поведения, – на кого или на что оно направлено, – как действует наблюдаемый (говорит, жестикулирует, плачет, смеётся), – какова напряжённость; постоянство, эмоциональность, продолжительность данной формы поведения, – каков эффект данной формы поведения?

Д) Частота и продолжительность: – когда возникла ситуация, – сколько длится, – уникальна ли она или повторяется, – как часто она возникает, – насколько она типична.

Ответы на эти вопросы требуют профессионализма. Обычно проводит наблюдение сам исследователь, который хорошо представляет цели и задачи. *Недостаток неструктурированного наблюдения* – опасность субъективного отношения наблюдателя к обществу. Такого рода наблюдения встречаются в монографическом исследовании или исследовании поискового плана на начальном этапе.

Структурированное наблюдение – такой вид, при котором социолог заранее определяет какие элементы изучаемого процесса, имеют значение для его исследования. Именно на этих элементах он сосредотачивает свое внимание. Подготовлен бланк наблюдения (инструментарий), в котором отражены все индикаторы (конкретные характеристики), за которыми будет наблюдать социолог, и фиксировать наличие или отсутствие, а также интенсивность их проявления. Чаще всего задача структурированного наблюдения используется для проверки результатов, полученных другими методами, но может быть и основным методом описания ситуации.

У наблюдателя могут быть разные роли. Он может идентифицировать себя как исследователя для тех людей, за которыми он ведет наблюдение, либо может не говорить о своей принадлежности к исследованию. Если Вы не скрываете от людей, кто Вы есть на самом деле, это может повлиять на поведение тех, за кем Вы наблюдаете, тогда, как сокрытие Вашей позиции и деятельности может повлечь за собой обман и привести к проблемам этики. Таким образом, по признаку включения наблюдателя в процесс, в ситуацию деятельности наблюдаемых, наблюдение бывает **включённое (участвующее) и невключённое**.

Включённое наблюдение – это такой вид, при котором наблюдатель включён в изучаемый процесс, находится в контакте с наблюдаемыми людьми и принимает участие в их достижениях. Термин «включённое наблюдение» впервые предположил американский социолог Эд. Линдемэн в середине 20-х годов XX века.

Степень включённости наблюдателя в исследуемую ситуацию широка – от «пассивного» до «активного». Участие социолога во всех мероприятиях помогает легче скрыть от людей, за которыми исследователь наблюдает, что он проводит исследование, но само участие может повлиять на восприятие наблюдателя, ведь он сам тоже становится

участником этой деятельности. Естественно, если Вы не являетесь реальным участником того, что Вы изучаете, Вам нужно научиться правильно себя вести. Например, если Вы изучаете группу малообразованных людей, не умеющих ясно выражать свои мысли, то будет недопустимым для Вас вести себя как профессор университета.

Обычно выделяется 4 типа такого участия:

1. *Наблюдатель, известен наблюдаемым*, они знают о его научных целях. Есть суждения, что информация такого наблюдения мало, что даст. Но опыт показывает, что длительное присутствие одного и того же исследователя в исследуемой ситуации – не заключается испытываемым и не влияет на процессе. Пример: заводской социолог.

2. *Наблюдатель не является участником ситуации, все знают, что он наблюдатель*. Его контакт минимален с членами группы. Пример: наблюдение, который ведёт интервьюер за опрашиваемым.

3. *Наблюдатель, наблюдает за ситуацией, его задачи исследуемым неизвестны*, они даже могут не знать, что являются объектом наблюдения. Контакт лишь по мере ситуации.

4. *Наблюдатель, его истинное лицо и цели исследования неизвестны наблюдаемым*. Социолог вступает в группу и принимает участие в их деятельности. Полученная таким образом информация будет очень ценна. Основной недостаток, не говоря, что это сложно для практической реализации, опасность того, что, войдя в роль участника, исследователь не сможет объективно оценить ситуацию и зафиксировать информацию.

Пример включенного наблюдения, приведенный в учебнике “Практика социального исследования” известного американского социолога Earl Babbie, позволяет

продемонстрировать использование этого метода на практике и приводит к более ясному пониманию его сущности.

Как часть универсального исследования, посвященного изучению “нового религиозного сознания”, аспирант факультета социологии Альфред Рэнди (1976 г.) получил задание изучать Церковь Сатаны и написать отчет по этой теме. Провозглашающая себя союзом с Сатаной и оппозицией Христу, церковь разместила свое управление в Сан-Франциско, и действовала под предводительством харизматического лидера Антона Лавей. Вот что сделал Альфред Рэнди: “Я приблизился к группе в апреле 1968 года, и проявил прямой интерес присоединиться к ней. Мой притворный переход к сатанистам был воспринят, как истинный, и я быстро сделал карьеру, продвинувшись в ритуальном ранге. Я получил, как административную, так и ритуальную ответственность, и вошел в правящий состав церкви. С апреля 1968 по август 1969 года я посетил 52 еженедельных групповых ритуала, принимая участие во всем. Я так же представлял правящего консула на двенадцатом собрании, на двенадцати уроках по различным аспектам сатанизма и на шести вечеринках.

Альфред Рэнди изучал церковь до 1973 года, имея около ста контактов с участниками группы, длящихся в сумме около 600 часов, написал огромный отчет о своих наблюдениях. Кроме того, он читал книги и статьи о данной группе, включая публикации, принадлежавшие самой церкви. До самого конца он играл роль полного участника событий, скрывая тот факт, что он лишь исследователь, изучающий данный предмет. Полное погружение Альфреда Рэнди в церковную жизнь дало ему понимание природы сатанизма, чего было бы трудно достичь человеку со стороны. Он был способен обнаруживать и различать множество мотиваций, которые приводили людей в группу. Одних привлекала перспектива сексуальной свободы, других – власть, которую им может дать магия, другие, в первую очередь, выступали против традиционной религиозности и консерватизма. Некоторые видели сатанизм, как волну будущего, новый миллениум. Через свое участие в церковной жизни Альфред Рэнди получил возможность подробно изучать ритуалы и другие практики, которые держались в секрете от посторонних. Он внимательно наблюдал за Лавей и другими лидерами церкви, изучал динамику межличностных отношений в общине. Иного способа собрать подобную информацию просто не было. В отчете Альфред Рэнди написал, что распространено рассматривать сатанизм, как полное потакание своим желаниям, что, освободившись от всех социальных норм, они становятся полностью гедонистами. Однако явление сатанизма этим не исчерпывалось. Например, в отношении секса, сатанисты ограничивают сексуальную свободу актами, которые не травмируют и не отталкивают

других. Лавэй способствовал тому, чтобы отличать потакание слабостям от маниакальной зависимости. Сатанисты должны чувствовать свободу при потакании своим желаниям, но не идти у них постоянно на поводу. В силу тех же причин, сатанисты негативно относятся к наркотикам. В заключительной заметке Альфред Рэнди написал, что сожалел, что с самого начала решил не раскрывать себя как исследователя: он чувствовал себя все более неэтично. В итоге он был признан внутренними кругами церкви и получил должность. Когда его исследование подходило к концу, он подошел к Лавэй, рассказал ему всю правду и попросил его разрешения на публикацию статьи о том, что он здесь узнал. Лавэй отметил, что подозревал, что Альфред проводит исследование. Считал ли он обман Альфреда неэтичным? Вовсе нет – ведь это вполне приемлемая в сатанизме вещь” [1. Р. 298].

Невключенное наблюдение – такой вид, когда наблюдатель находится вне изучаемого общества и со стороны наблюдает происходящие процессы, не вмешиваясь в их ход, не задавая никаких вопросов, – просто идёт регистрация происходящих событий. Невключенное наблюдение используется для наблюдения массовых процессов, для описания социальной среды, в которой происходят интересующие события. Этот вид применяется довольно часто в монографическом исследовании (на «поисковом» его этапе) и в исследователях описательного плана.

2.2.3. ТРУДНОСТИ МЕТОДА, ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

Трудности применения наблюдения в качестве метода сбора являются следствием его особенностей, и делятся на *субъективные*, связанные с личностью наблюдателя, исследователя и *объективные*, связанные с ситуацией наблюдения и независимые от наблюдателя. К *субъективным* относятся: – возможность автоморфизма, то есть попытка истолковать поведение и действий других людей через призму собственного «Я». Наблюдатель пропускает всю ситуацию наблюдаемого через свою систему ценностей. А также – эмоциональная окрашенность человеческого восприятия, что, безусловно, влияет на результаты.

К *объективным* трудностям относятся: – ограниченность времени наблюдения временем совершения события: мы можем наблюдать ситуацию только в момент её совершения; а также то, что не все социальные факты поддаются непосредственному наблюдению, (например: семейные отношения).

Серьезной трудностью является фиксация данных, особенно при включенном наблюдении, когда социолог должен соблюдать и осторожность, и свой профессиональный долг.

Исходя из проблем и трудностей данного метода, возникает необходимость проработки четкого плана наблюдения. Тщательная процедура планирования позволяет получать качественную информацию.

Выделяются следующие этапы наблюдения:

- А) Установление объекта и предмета наблюдения, (цели, задачи);
- Б) Обеспечение доступа к среде наблюдения (контракты, получение разрешение);
- В) Выбор вида (способа) наблюдения; разработка конкретных процедур;
- Г) Подготовка технических документов (бланка наблюдения) и оборудование;
- Д) Проведение самого наблюдения;
- Е) Запись результатов.

Разработаны технические процедуры, которые дают возможность преодолевать субъективистских искажений: – контроль полученных результатов другими исследователями; – контроль другими методами сбора информации; – обращение к повторному наблюдению; – проведение беседы с участниками ситуации; – обращение к документам.

В методике наблюдения один из важных вопросов является регистрация (запись) наблюдаемых событий. Основное требование к фиксации данных состоит в том, чтобы запись велась на месте наблюдения и в момент совершения наблюдаемого события. Запись

является средством двойного контроля, с одной стороны, за самим явлением (ситуацией), а с другой – за наблюдателем. Универсально способа записи не существует и зачастую зависит от вида наблюдения. Например, в структурированном – наблюдатель все строго фиксирует в бланке наблюдения; во включенном – нет четкой формы записи. Предлагаются следующие варианты записи:

- кратковременная запись, проводимая на месте наблюдения;
- карточки, которые служат для регистрации информации;
- протокол наблюдения – расширенный вариант карточки;
- дневник – в который систематически день за днём записываются сведения

высказывания, собственные размышления;

- видео – фото – кино, звукозапись.

Для того чтобы информация, полученная данным способом была обоснованной и устойчивой, ведение записей, отчётности о наблюдении должно быть обязательным, и подобный отчет должен содержать следующие пункты.

а) тщательную документацию о времени, месте и обстоятельствах проведённого наблюдения;

б) информацию о роли наблюдателя в коллективе о способах наблюдения;

в) характеристику наблюдаемых лиц;

г) подробное описание наблюдаемых фактов;

д) собственные заметки и интерпретации наблюдателя.

Помимо требований к фиксации событий, имеются определенные требования и к наблюдателю. Высокие требования к профессиональным и личностным качествам (добросовестность, аккуратность, внимательность и т.д. наблюдателя. Обязательна подготовка лиц, которые будут осуществлять наблюдение: специальные упражнения для развития памяти, наблюдательности, восприимчивости. После этого проводится подробный инструктаж: по каким критериям будет производиться отбор событий, что и как фиксировать.

В целом, отметим, что наблюдение является незаменимым источником получения информации особенно в разведывательном исследовании социальных организаций (предприятий), когда социолог "присматривается" к объекту, пытаясь выявить наиболее значимые свойства, выстроить серию догадок (гипотез). Но наблюдение чаще всего применяется как дополнительный метод в силу его недостатков.

Преимущества метода наблюдения: – способствует получению ценных сведений о непосредственно протекаемом событии; позволяет фиксировать изменения социального объекта или появление нового события; а также наблюдатель имеет возможность вникнуть в смысл и логику события, ситуации, а значит и в поведение людей. Гибкость является одной из сильных сторон метода наблюдения. Например, более гибкое взаимодействие между сбором и анализом данных, чем в других исследовательских методах (например, в анкетировании).

К недостаткам относят: возможность вмешательства исследователя в наблюдаемые события, а значит и его влияния на ситуацию, причем размеры этого влияния определить не возможно. Далее субъективизм исследователя, трудоемкость процедуры, затраты на расшифровку записей наблюдения; а также мнения людей остаются не доступны.

Контрольные вопросы и задания

1. Каковы познавательные возможности метода наблюдения в социологии?
2. Что можно наблюдать?
3. Каковы особенности включенного наблюдения?
4. Назовите основные трудности метода

ЛИТЕРАТУРА

1. Babbie, E. The practice of social research. Wadsworth Publishing Company. 7-th edition. 1995. – Chapter 11. Field Research. – P. 280-303.
2. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – С. 15-44.
3. Ковалев Е.М. , Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – 284 с.
4. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – С. 150-188.
5. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2001. – 596 с.

2.3. ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИИ

- 2.3.1. Понятие документа и ценность документального источника
- 2.3.2. Особенности применения документа в социологии
- 2.3.3. Виды документов
- 2.3.4. Методы анализа документов
- 2.3.5. Формализованный метод анализа документов – контент-анализ
 - 2.3.5.1. Содержание метода контент-анализа
 - 2.3.5.2. Условия применения метода
 - 2.3.5.3. Техника проведения контент-анализа

Лекция 21

ТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ

2.3.1. ПОНЯТИЕ ДОКУМЕНТА И ЦЕННОСТЬ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ИСТОЧНИКА

Наряду с опросным методом, определяющим мнения, суждения, установки и характер поведения людей (социальных групп) – необходим метод, который давал бы возможность понимания, освещения социального фона, на котором возникают эти самые установки и способы поведения. Этим целям, а именно, описанию социальной ситуации и служит документальный метод.

Сам по себе данный метод является старейшим методом в общественных науках. Его формы и техника многосторонни и используются историками, филологами, юристами, политологами и т.д. Документальный метод основан на понятии **документальной информации** и **документального источника**. *Под документальной информацией понимаются любые сведения (информация), фиксированные в печатном или рукописном тексте, а также на аудио – видео пленке.* Эта информация содержит в себе различные формы связей и отношений в обществе: между человеком и группой, между группой и организацией и т.д. В свою очередь связи и взаимодействия являются предметом социологического анализа.

Находится данная информация в так называемом **документальном источнике (или документе)**. Под **документом** понимается специально созданный человеком (группой) предмет, предназначенный для хранения и передачи социальной информации. Из этого понятия следует исключить предметы материальной культуры и быта (мебель, часы, дома и т.д.). Отличие документов и предметов материальной культуры подтверждается тем, что методы их анализа – различны.

Использование документов в социологическом исследовании имеет свою давнюю традицию, как в отечественной социологии, так и западной. В конце 19 века использовались официальные источники информация при социологическом анализе; так, одно из обследований жизни английских рабочих было сделано на основании анализа газетных сообщений (Ф. Энгельс «Положение рабочего класса в Англии»). Другим классическим примером использования документальной информации является работа американских социологов У. Томаса и Ф. Знанецкого «Польский крестьянин». Их исследование было полностью построено на анализе личных документов (писем, мемуаров и т.д.).

На сегодняшний день, как показывает практика, ни одно социологическое исследование не обходится без обращения к документальной информации. Даже в простейших видах опросов, социолог использует статистические документы (сведения о социальном объекте в количественном виде) для построения выборки. Более того, в некоторых направлениях социологической науки документальные источники являются более популярными, чем опросный метод, а в теоретическом исследовании документальный метод является основным.

Ценность документальных источников и необходимость их использования для социологического исследования имеют объективные предпосылки.

Во-первых, потоки документальной информации пронизывают все сферы жизнедеятельности общества и тем самым обеспечивают *целостное* представление о социальных явлениях, процессах. Так, документы содержат информацию, характеризующую социальные процессы на различных уровнях: социетальном, институциональном, групповом и личностном, то есть воспроизводят "вертикальный разрез" общества. В горизонтальном разрезе документальная информация отражает разнообразные аспекты социальной деятельности: документы содержат сведения о состоянии сознания людей, о содержании, результатах и видах деятельности. Во-вторых, документальная информация позволяет решать проблему *качества* социологической информации (так называемую проблему надежности), ибо сведения, содержащиеся в документах, дублируют данные, полученные другими методами. В-третьих, посредством документа можно получить информацию, которая недоступна другим социологическим методам. В-четвертых, используя документальные источники, можно получить информацию *о динамике* (развитии) социальных процессов, и это дает возможность социологу ретроспективно изучить предмет своего анализа.

Таким образом, ценность документов выражается в том, что содержащаяся в них информация позволяет увидеть общество в целостности и развитии.

2.3.2. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДОКУМЕНТА В СОЦИОЛОГИИ

Документальная информация, как уже было отмечено, имеет самое широкое применение в социологическом исследовании. Независимо от того, является ли документальный метод основным или применяется в комплексе с другими социологическими методами, документ может удовлетворить потребности социолога на всех этапах исследования. Так, без документальной информации не обойтись:

- при постановке проблемы и уточнении проблемной ситуации;
- при определении границ, структуры объекта исследования и его функционировании;
- для уточнения целей и задач исследования;
- при разработке понятийного аппарата исследования (интерпретации понятий);
- при выдвижении гипотез;
- для построения (формирования) выборки;
- при уточнении выводов.

Можно назвать следующие **основные особенности** применения документа в социологии. Прежде всего, исследователь, применяя документ, не имеет непосредственного контакта с той реальностью, которую изучает. Эту реальность представляет документальный источник. Далее, документальная информация зависит от позиций и замысла автора. Автором может быть любое лицо или группа лиц. Следующее, автор, следуя замыслу, может фиксировать в документе настоящее, прошлое и выражать свое отношение к будущему. И последнее, содержание документальной информации зависит от формы документа. Из перечисленных особенностей применения документа вытекают основные достоинства и ограничения (недостатки) данного метода.

К преимуществам использования документа можно отнести следующее:

- а) документ позволяет обеспечить постоянство наблюдения за состоянием исследуемого объекта;
- б) благодаря фиксированной документальной информации возможен повторный анализ;
- в) в документе описываются не только те или иные события, но и представлена позиция автора;
- г) информация в документе изложена в обобщенном виде, что повышает ее емкость и дает возможность сравнения фактов различных периодов времени;

д) сведения в документе упорядочены, могут обнаруживать большую степень точности и по их форме можно судить о содержании информации; тем самым социолог, анализируя структуру текста, может делать выводы о скрытом содержании реальности, отраженной в документе (так называемой внетекстовой реальности).

В целом **ограничения (недостатки)** данного метода можно сформулировать таким образом:

а) пассивный характер исследования, т.е. выводы социолога строятся на основе информации, изложенной автором документа;

б) в документах зафиксированы события и явления прошедшего отрезка времени, признаки которых могут не согласовываться с настоящим положением дел;

в) автором документа могут быть умышленно упущены значимые события и факты;

г) данные в документе являются результатом человеческой деятельности (сознания и воли автора), следовательно, могут носить субъективный характер;

д) язык документа не совпадает с языком исследования, что требует необходимости глубокого анализа, основанного на различных процедурах и техниках.

Лекция 22

2.3.3. ВИДЫ ДОКУМЕНТОВ

Исходя из определения документального источника, можно сделать вывод, что в реальности циркулирует большое множество разнообразных документов. Для того чтобы можно было ими успешно пользоваться, исследователи разработали следующую классификацию всех видов документов.

Выделяется несколько признаков для классификации документов: [8. С. 210-212].

1) По способу фиксации документы делятся на **письменные** (сюда относится вся печатная или рукописная продукция, содержащая социальную информацию, например, научные публикации, пресса, статистическая отчетность, архивы); **иконографические** – это кино-видео запись (пленка) тех или иных социальных событий; **фонетические** – это аудиозаписи, на которых фиксируется беседа или реакции людей; **базы эмпирических данных** – материалы различных социологических исследований, которые хранятся на дискетах или в таблицах.

2) По типу авторства – делятся на **личные**, относящиеся или созданные отдельной личностью (дневники, мемуары, письма); **общественные** (иногда их называют безличные), относящиеся или созданные социальными группами, организациями и т.д.

3) По статусу документы различаются на **официальные**, созданные юридическими, официальными лицами и оформленные надлежащим образом (это приказы, постановления, директивы, распоряжения и т.д.); **неофициальные** – это бумаги, записи, созданные частными лицами, по личному поводу (лекции, письма и т.д.).

4) По способу получения: на **естественные документы**, функционирующие в обществе, являющиеся составной частью деятельности учреждений, организаций и т.д. и созданные независимо от исследователя; **спровоцированные** (их еще называют целевые) – это документы, созданные специально для данного исследования по заказу социолога (анкета, автобиографии и т.д.).

5) По форме изложения – делятся на **статистические** документы, созданные с учетом требований государственных структур, содержащие данные в числовой форме (различные статистические сборники); **нестатистические** – все другие документы.

6) По источнику информации различают **первичные** документы, составленные на базе прямого наблюдения или опроса и **вторичные** документы – связанные с обработкой, анализом и обобщением материалов, представленных в первичных документах.

Деление документальной информации на различные виды необходимо для того, чтобы наиболее адекватно определить суть того или иного документа, к которому обращается

социолог, и оценить его значимость, с точки зрения целей и задач исследования. Каждый вид документа имеет свои специфические возможности и ограничения [Подробно: 6].

Лекция 23

2.3.4. МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ

После того, как исследователь определил необходимость использования того или иного документа, встает вопрос: как обращаться с информацией, содержащейся в нем, каким основным процедурам следовать и т.д. В каждом обществе существуют свои традиции работы с документами, общие правила обращения с ними. Так, способы обращения с официальными документами (архивные и статистические материалы) разрабатываются специальными дисциплинами: делопроизводство, архивное дело и т.д. В социологическом исследовании применяются собственные методы анализа документов.

Под **анализом документов** понимают метод систематической обработки документальной информации, направленный на получение данных, значимых для целей исследования. Основное назначение анализа документов заключается в том, чтобы извлечь содержащуюся в нем информацию об изучаемом объекте, зафиксировать ее в виде каких-либо признаков и определить ее достоверность для данного социологического исследования. Применяется анализ документов в любой исследовательской разновидности и на любом его этапе.

Используя документальную информацию, социолог сталкивается с рядом проблем. Во-первых, какой вид документа более предпочтителен для данного исследования? Личный или общественный? Официальный статистический или неофициальный? Ведь каждый документальный источник обладает как преимуществами, так и ограничениями. Во-вторых, можно ли доверять и в какой мере спровоцированным документам? По мнению одних исследователей преимущества остаются за «естественными» документами, так как «целевые» могут нести в себе различного рода смещения (тенденциозность). По оценкам других – целевые документы более предпочтительны, так как позволяют преодолеть такой недостаток источника как «пассивность исследователя» и «несовпадения языка текста документа методологии исследования». В-третьих, возникает проблема соотношения меры преобразования информации в «первичных» и «вторичных» документах, где фокусом дискуссии является вопрос о том, каким образом можно обнаружить прирост искажения информации во «вторичных» документах.

При решении этих проблем важно учитывать общий характер исследования, его цель, а также каким образом предполагается использовать документальный источник. Его можно использовать в двух аспектах. С одной стороны, как средство реконструкции объекта исследования и в этом случае важна событийная информация. Следовательно, предпочтение необходимо отдать официальным (общественным) источникам, которые содержат наименьшую степень субъективизма. С другой стороны, документ можно использовать как средство исследования личности автора. Здесь важно не «что» говорится в документе, а «каким образом», тогда предпочтение следует отдать личным документам. Таким образом, ориентация на тот или иной тип документа обусловлена исследовательской проблемой, целью и задачами.

Какие бы акценты не были расставлены относительно видов документов, существуют общие приемы или методы анализа содержания документа. Так, все методы можно разделить на две группы. Первая – это **традиционные методы** анализа документа. Вторая группа – **формализованные методы** и в частности, **контент-анализ**.

Под традиционным анализом понимается многообразие умственных, логических операций, посредством которых интерпретируются сведения, содержащиеся в документе. Данный анализ применяется не только различными науками, но и в обыденной жизни. В свою очередь, традиционный метод делится на общий и специфический анализы. *Общий*

анализ документа основан на механизме понимания, осмысления текста, когда индивид соотносит воспринимаемые знаки, символы (текста) с имеющимся собственным опытом. Таким образом, читая тот или иной источник информации, социолог воспринимает, оценивает его в соответствии со своим социально-культурным опытом. И здесь все зависит от его интуиции. Но социолог-исследователь и ему в его работе необходимо использовать профессиональные знания в соответствии с его исследовательскими задачами, для этого он выходит на другой уровень, так называемый специфический анализ.

Специфический анализ документа связан с процедурами и техническими приемами, разработанными в тех или иных науках или дисциплинах (истории, документоведении, юриспруденции). Подобные приемы понадобились для того, чтобы решать проблемы достоверности и надежности документа. Под надежностью документа понимается его подлинность, неискаженность. Определение этой надежности предполагает установление происхождения документа, личности автора, места и времени возникновения источника. Определение достоверности – связано с истолкованием содержания документа, ценности фактического материала, его политической направленности.

Процедура анализа заключается в следующем. Вначале социолог подвергает документ так называемому внешнему анализу: определяет исторический контекст создания документа, авторство, статус документа и его назначение (то есть для чего был создан и по чьей инициативе). Затем можно приступать к внутреннему анализу: исследовать содержание документа, выявить различия между фактической и художественной составляющей текста, установить уровень компетентности автора и его личное отношение к описываемым событиям, систематизировать и интерпретировать те факты, которые отражены в документе, определить общественный резонанс данного документа.

Выводы при традиционном анализе зависят от способностей и уровня культуры самого исследователя, то есть данный метод "отягощен" субъективизмом. В результате этого анализа исследователь пытается реконструировать объект изучения, но ему скорее удастся построить теоретический конструкт данного объекта, причем отягощенный субъективными аспектами. Для преодоления недостатков традиционного анализа в социологии осуществлялся поиск новых методов анализа документа и таким методом стал **контент-анализ**.

Лекция 24

2.3.5. ФОРМАЛИЗОВАННЫЙ МЕТОД АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ – КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

2.3.5.1. Содержание метода контент-анализа

Суть **контент-анализа** заключается в том, что наряду с содержательным анализом документ подвергается количественному анализу, то есть используются приемы математической статистики и вычисления, отсюда данный метод именуется формализованным методом. Процедура контент-анализа предусматривает выделение в тексте документа некоторых ключевых понятий с последующим подсчетом частоты упоминаний этих понятий в тексте. Полученные таким образом количественные характеристики текста дают возможность сделать вывод о качественном содержании документа. Правомочность использования контент-анализа определяется тем, что текст документа отражает в себе влияние социальной среды (различных условий) в широком смысле слова, и это позволяет обнаруживать и замерять эти условия (точнее показатели этих условий) путем регистрации их в тексте документа.

Чаще всего с помощью контент-анализа обрабатываются книги, газеты, журналы, картины, речи, законы; видеоряд телепрограмм или аудиозапись радио. Считается, что данный метод наиболее применим при изучении коммуникаций, чтобы ответить на классические вопросы: "Кто, что сказал, кому, почему, как, с каким эффектом и что из этого"

следует?" Наряду с социологическими задачами контент-анализ используется в сфере журналистики, паблик рилейшнз (связи с общественностью), рекламы и маркетинга. С помощью этого метода можно изучать самые разнообразные проблемы: степень проявления темы любви в американских или русских романах, популярность того или иного представителя кино-шоу-индустрии, выдвигаемые лозунги избираемых политиков, использование сексуальности женского тела в рекламе, и т.д.

Рассмотрим пример: предположим, что исследователя интересует проблема насилия, связанная с показом передач по ТВ. У него есть предположение, что производители товаров для мужчин спонсируют показы, связанные с насилием. Контент-анализ телепередач и рекламы будет являться лучшим способом, чтобы выяснить, так ли это на самом деле. Единицей анализа (подсчета) в данном случае может выступать и телепоказ (фильм, программа), и рекламный ролик, и пример акта насилия, и все три характеристики одновременно. После определения единиц анализа происходит подсчет количества примеров насилия в той или иной рекламе, фильме, программе.

Разумеется, как и любой научный метод контент-анализ имеет определенные технические приемы и правила, более того, в ряду других данный метод обладает наибольшей степенью строгости, формализации и сложности процедур, что повышает его объективность и достоверность получаемой информации.

Чем отличается контент-анализ от других методов? Во-первых, позволяет "вписать" содержание документа в социальный контекст; а во-вторых, данный метод характеризуется высокой степенью формализации (строгости), что повышает объективность выводов, но порождает сложности.

Сложность контент-анализа заключается в нахождении таких процедур, при помощи которых можно было бы: – обнаружить в тексте соответствующие индикаторы того или иного явления; – замерить их, а затем интерпретировать.

2.3.5.2. Условия применения метода

Из-за специфичности данного метода, жестко оговариваются условия его применения. Считается, что данные условия делают целесообразным применение метода. Первое условие – изучаемого материала (документа) должно быть столь много, что его невозможно охватить без количественного подсчета. И второе – изучаемые документы должны относиться к одному виду, чтобы обеспечить достаточную частоту появления измеряемого признака. Эти условия четко проявляются в средствах массовой информации, хотя и другого рода документах можно найти эти условия: в официальных документах (приказы, постановления), в спровоцированных исследователем (материалы интервью, анкеты). Объектом контент-анализа также могут выступать не только печатные тексты, но и видео-фото-аудио-документы.

Соблюдение этих условий нужно для того, чтобы "работал" принцип формализации и принцип статистической значимости; а обеспечиваются эти принципы строгостью соблюдения техники проведения метода.

Контент-анализ можно использовать и как самостоятельный метод, когда изучается та или иная направленность газеты (или другой печатной продукции); параллельно – в сочетании с другими методами, например, при исследовании эффективности средств массовой информации, дополнительно к опросу экспертов; и как вспомогательный метод, для контроля или при анализе открытых вопросов анкеты.

Основные **преимущества** данного метода анализа заключены:

а) в его объективности, которая обеспечивается использованием методов математической статистики;

б) в его систематичности, точности, с помощью контент-анализа, получаем достоверную информацию;

в) в экономичности – данный метод не требует больших научных экспедиций, крупных материальных затрат.

Таким образом, данный метод, заменяя интуицию, эмоциональное восприятие традиционного метода анализа документов, дает точную, достоверную информацию при максимальных экономических затратах.

Контент-анализ имеет и **ряд ограничений**, неслучайно данный метод используется редко:

- а) он трудоемок, требует значительного времени и внимательности исполнения;
- б) требует строгой последовательности и дисциплины в подготовке и проведении;
- в) не существует типовых методик проведения контент-анализа; каждый раз новый эмпирический материал требует от социолога составления нового инструментария от начала до конца.

2.3.5.3. Техника проведения контент-анализа

Формализация контент-анализа обеспечивается строгостью соблюдения процедур этого анализа. Вся процедурная техника выстраивается в четыре этапа.

Первый – подготовительный, цель которого; разработка категориального аппарата; выбор качественных (смысловых) и количественных единиц анализа и отбор (выборка) документов. Отличительная черта данного этапа: – он связан с целями исследования; – анализ носит качественный характер.

Суть данного этапа заключается в подготовке для перевода содержания текста, его смысла в цифровое выражение для последующего подсчета. На основе задач исследования прежде всего отбираются документы. Если документы спровоцированные, то есть, составлены для данного исследования (анкеты), то анализу подвергаются все источники. Если анализируются естественные документы, то производится выборка – отбор так же как и единиц наблюдения. Вначале отбираются печатные издания, затем номера газет и тип сообщения (рубрика). Выборочная процедура может осуществляться как на одном, так и на всех уровнях анализа: слова, фразы, разделы, главы, книги (газеты) авторы.

Для контент-анализа, так же пригодна стратифицированная выборка. К примеру, чтобы проанализировать редакторскую политику в газетах, вначале можно сгруппировать все газеты по регионам страны, по размерам аудитории, для которой они предназначены, по периодичности издания. Затем можно отобрать на основе случайного систематического или просто случайного отбора газеты для анализа. После этого отбираются редакторские передовицы из каждой газеты, и сделать это можно при помощи стратифицированного отбора по хронологическому порядку. [9. Р. 124].

На первом этапе также определяются *единицы контент-анализа*. Выделяют две группы единиц: а) качественные единицы анализа, которые отвечают на вопрос "Что надо считать?", и б) количественные единицы анализа, отвечающие на вопрос "Как надо считать?". Для обозначения этих единиц используются различные термины – "ключевые понятия", "смысловые единицы", "категории анализа". Под *категорией анализа* – понимается ключевое понятие, которое с одной стороны может быть представлено в тексте документа, но с другой – соответствует понятиям, зафиксированным в программе исследования. То есть категории анализа – это результат интерпретации основных понятий исследования. В качестве категорий анализа может выступать: – проблема (например, профессионального определения); – тема (коммунальные платежи); – слово (нравственность) и т.д. Формулирует категорию анализа сам исследователь. При этом желательно избегать крайностей: так, если за ней будут приняты слишком общие понятия, то это может привести к поверхностному анализу; если она будет предельно конкретной, но категорий анализа может оказаться слишком много, что приведет не к анализу текста документа, а к его конспекту.

Таким образом, категории анализа должны быть *уместными* (соответствовать задачам исследования); *исчерпывающими* (достаточно полно отражающими смысл); *надежными* (не вызывали бы разногласий исследователей).

Количественные единицы анализа выбираются в соответствии с категориями анализа. Различают единицы анализа и единицы счета. **Единицы анализа** – это возможный кусок текста документа, в котором содержится категория анализа. В качестве единицы анализа может выступать и слово, и предложение, и тема, и персона, то есть любая часть текста, объединенная смыслом и соответствующая категории анализа. Таким образом, если категория анализа выдумывается исследователем, то единица анализа – находится в тексте документа. Затем устанавливается **единица счета** – это количественная мера единицы анализа, которая позволяет регистрировать частоту появления признака категории анализа в тексте. Единицей счета может быть – число строк, абзацев, количество знаков, площадь текста и т.д.

С определением перечисленных единиц можно переходить ко *второму этапу* – **предварительной разработке исследовательского инструментария**. В контент-анализе обязательным инструментарием являются:

а) *классификатор* – это такая таблица, в которой сведены все категории и единицы анализа. Его предназначение: четко зафиксировать то, в каких единицах анализа выражается каждая категория, используемая в исследовании. Классификатор можно уподобить анкете, где категории анализа играют роль вопросов, а единицы анализа – роль ответов. Классификатор является основным методическим документом контент-анализа, предопределяющим содержание других инструментов и успех анализа [8. С. 219-220].

б) *Регистрационная карточка* (кодировочная матрица), в которой отмечаются количество единиц счета, характеризующие единицы анализа;

в) *Инструкция кодировщикам*, где даны основные рекомендации лицам, производящим кодирование (регистрацию, счет единиц);

г) *Протокол итогов* анализа – это бланк, содержащий в себе сведения о документе анализа (его авторе, объеме и т.д.), и отражающий итоги анализа (количество употребления в документе определенных единиц анализа).

Третий оперативный этап начинается с пилотажа основного инструментария анализа – **классификатора**. Эта процедура обязательна и она позволяет испытать инструментарий с одной стороны, на обоснованность (теоретическое соответствие задачам исследования), а с другой – на устойчивость (воспроизводимость результатов). Обоснованность доказывается посредством отыскания в трех разных статьях единиц анализа соответствующих категориям анализа. Если в тексте документа не попадаются новые единицы анализа, то можно полагать что "поле" смысловых единиц исчерпано. Устойчивость обеспечивается повтором кодировки либо на тех же текстах документов, либо различными лицами. Если разница не составляет более 5%, то можно говорить об устойчивости классификатора.

После того как готовы все методические документы и проведен пилотаж, можно начинать контент-анализ – кодировку всего отобранного массива текстов.

Завершается контент-анализ – процедурой подсчета и интерпретацией полученных данных. Применяются различные способы подсчета: как особые [3. С. 19-24]., так и обычные статистические (частотное или процентное распределение единиц, категорий анализа).

Пути интерпретации числовых данных различны. Один из них – внетекстовые сопоставления, позволяющие придать обнаруженным фактам социальный смысл. Итоги анализа получают объяснение и сравнение с известными социальными нормами и тенденциями. Американский исследователь Б. Берельсон предложил способы интерпретации: "прямой" – когда числовой материал оценивается "как оно есть". Так, если в тексте документа чаще упоминается такая то проблема, следовательно, она является значимой. "Обратный" способ интерпретации связан с тем, что берется утверждение обратное очевидному: если чаще упоминается та или иная проблема, это может означать, что она не интересна и ее надо пропагандировать.

Как уже говорилось, контент-анализ достаточно сложный метод и начинающий исследователь может допустить *многочисленные ошибки*. Назовем основные из них:

1. Анализируемые документы не связаны с задачами или гипотезами исследования; не проверена подлинность документов; не уточнено авторство или цели создания документа, то есть, не сделан внешний анализ документа;
2. Категории анализа не соответствуют основным понятиям исследования; они не сопоставимы с единицами анализа; единицы анализа характеризуют лишь внешне категории; единицы анализа не позволяют идентифицировать содержание документа в соответствии с категориями;
3. Анализ ведется без разработки всего пакета инструментария; классификатор составлен с нарушениями правил логики; нет инструкций кодировщикам; не проведен пилотаж инструментария;
4. Кодировщики плохо проинструктированы или плохо подготовлены;
5. Выбран не точный способ подсчета; нет интерпретации;
6. Результаты контент-анализа не перепроверены другими способами.

Контрольные вопросы и задания

1. В чем заключается отличие использования документов в научных целях и повседневных?
2. В чем заключаются особенности применения документов в социологии?
3. Назовите основные виды документов
4. Каковы способы традиционного метода анализа документов?
5. Каковы основные условия применения контент-анализа?
6. В чем отличие качественных и количественных единиц анализа?
7. Что понимается под категориями анализа?
8. Назовите основной инструментарий контент-анализа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богомолова Н.Н., Стефаненко Н.Г. Контент-анализ. – М.: Наука, 1992. – 232 с.
2. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
3. Методологические и методические проблемы контент-анализа / Отв. ред. А.Г. Здравомыслов. – М.-Л.: ИСИ АН СССР, 1973.
4. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – С. 39-46.
5. Проблемы контент-анализа в социологии. – Новосибирск, 1970. – 168 с.
6. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – С. 298-340.
7. Федотова Л.Н. Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды. – М., 1988.
8. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2001. – 596 с.
9. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7-th edition. 1995. – Chapter 12. Unobtrusive Research. – P. 305-320.

Лекция 25

2.4. БИОГРАФИЧЕСКИЙ МЕТОД

2.4.1. Сущность и познавательные возможности биографического метода

2.4.2. Формы и тактики метода

2.4.1. СУЩНОСТЬ И ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ БИОГРАФИЧЕСКОГО МЕТОДА

Биографический метод в социологии относится к качественным методам, феноменология является его теоретико–методологической базой. Этот метод дает возможность рассматривать события с точки зрения деятеля, его смыслового горизонта, отношения тому, что с индивидом происходило. Как отмечает М. Бургос, этот метод способен предоставить такую информацию о внутреннем мире человека, которую нельзя получить с помощью других методов [3. С. 123].

Исследователи отмечают так же *междисциплинарный характер этого метода*. Например, Ж.-П. Альмодовар [1. С. 98-103] подчеркивает важность междисциплинарного диалога при использовании этого метода. Он считает, что социологи и психологи часто исследуют одни и те же явления, но с разных сторон и с разной степенью проникновения в сущность этих феноменов. Альмодовар говорит о проблемах, связанных с развитием индивида, отмечая, что в последнее время все больше внимания привлекают психосоциальные аспекты проблемы, и в этом случае биографический метод позволяет сопоставить коммуникации на макро- и микроуровнях социальных факторов, которые во многом обуславливают процесс становления и развития индивида.

Биографический метод имеет схожесть с включенным наблюдением и социальной историей. “Используя биографический метод, социолог становится в некотором роде социальным историком. История социальных институтов и социальных изменений здесь раскрывает себя через рассказы людей об их собственной жизни. Это открывает дополнительные возможности для пересмотра ”официальных” версий истории, написанных с позиций властвующих классов и групп и сопоставления этих версий с основанным на повседневном опыте знанием социальной жизни...” [5. С. 46].

2.4.2. ФОРМЫ И ТАКТИКИ МЕТОДА

Основные формы биографического метода – это **нарративное интервью**, предполагает рассказывание, историю, в которой респондент своими словами говорит о своей жизни, воспроизводя свойственные ему структуры сознания; личные документы: мемуары, дневники, письма, фотографии, видеофильмы; официальные архивные документы: например, записи актов гражданского состояния. Впервые метод изучения личных документов или биографический метод использовали американские исследователи Ф. Знанецкий и У. Томас. Они попросили эмигранта польского происхождения написать историю своей жизни, затем эти воспоминания они дополнили дневниками, письмами, полученными от других эмигрантов. На основе этих документов в период между 1918 и 1920 годами Знанецкий и Томас написали книгу ”Польский крестьянин в Европе и Америке”, которой доказали, что в социологии появился новый метод – биографический.

Выделяют следующие тактики биографического метода: *истории жизни* и *истории семей*.

История жизни – это изучение индивидуального пути и жизненного опыта. Сами индивидуальные истории жизни в социологии выделяют трех типов: 1) полные (так называемые, «от первого крика до последнего вздоха»); 2) тематические относятся либо к одному жизненному этапу: детство, юность, взрослость, старость; либо к одной сфере

деятельности: семья, карьера; 3) отредактированные истории жизни, в которых ведущую роль играет социолог-интерпретатор, который организует материал в соответствии со своей теоретической логикой. Кстати, отредактированная история жизни может быть и полной, и тематической.

Другая тактика – **история семей**, по мнению французских исследователей Берто Д., Берто–Вьям И. [2], позволяет выделить компоненты процесса социализации (стили, модели поведения, ценностные ориентации), социальную мобильность, стратификацию, изменение социального статуса, передачу “культурного капитала” семьи. Все то, что является предметом социологического анализа. В этой тактике рассматривается семья на протяжении поколений. Причем, “история семьи” рассматривается в аспекте проблематики формирования социальных траекторий, базирующейся на идее трансляции” [2. С. 107].

В биографическом методе важную роль играет достоверность источника информации, который проверяется с помощью так называемой множественной триангуляции.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите формы биографического метода
2. Каковы познавательные возможности биографического метода?
3. Используя тактику истории семьи, проведите 3 интервью по теме “Моя родословная”
4. Используя семейные фотографии, так же раскройте тему “Моя родословная”

ЛИТЕРАТУРА

1. Альмодовар Ж.-П. Рассказ о жизни и индивидуальная траектория: сопоставление масштабов анализа // Вопросы социологии. – М.: Адапт, 1992. – Том 1. – № 2. – С. 98-105.
2. Берто Д., Берто-Вьям И. Наследство и род: трансляция и социальная мобильность на протяжении пяти поколений // Вопросы социологии. – М.: Адапт, 1992. – Том 1. – № 2. – С. 106-122.
3. Бургос М. История жизни. Рассказывание и поиск себя // Вопросы социологии. – М.: Адапт, 1992. – Том 1. – № 2. – С. 123-130.
4. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
5. Козлова Н.Н. Крестьянский сын: Опыт биографического исследования // Социологические исследования. – М.: Наука, 1994. – № 6. – С.112-123.

2.5. КАЧЕСТВО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

2.5.1. Проблема качества социологического исследования

2.5.2. Надежность как интегральная характеристика

2.5.3. Техника для проверки надежности

2.5.4. Понятие триангуляции

2.5.1. ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Актуальность данной темы исходит из того, что любой вид деятельности связан с оценкой ее эффективности, качества. Что следует понимать под "качеством"? Термин "качество" мы будем трактовать как оценочное суждение и понимать как "хорошесть". То есть, говоря о качестве социологического исследования, будем интерпретировать это качество как "высокое" ("хорошее исследование") и, наоборот, "низкое" ("неважное, плохое исследование").

Возможны два способа анализа качества социологического исследования. С одной стороны, можно рассматривать социологическое исследование *как некую систему*, которая включает в себя ряд компонентов, взаимодействующих между собой: *субъект* исследования (социолог), объект исследования (социальная группа) и окружающая *среда*. С этой точки зрения вопрос о качестве будет связан прежде всего с характеристиками субъекта (его знания об объекте, умение с ним взаимодействовать, умение пользоваться методологией и исследовательскими средствами, а также установки, которыми руководствуется социолог). И характеристики объекта исследования (его сложность, значимость, разработанность и т.д.).

С другой стороны, возможен другой способ анализа качества социологического исследования, если мы его будем рассматривать *как вид познавательной деятельности*, тогда каждая характеристика деятельности должна проверяться на качество. Всякая деятельность характеризуется целью, средствами, процессом и результатом, то есть качество социологического исследования будет зависеть от качества вышеназванных характеристик. Остановимся подробнее на каждом аспекте.

А) Качество цели. *Под целью понимается то, ради чего проводится исследование, его значимость, важность или, как говорят, – актуальность исследования.* Если задуманное исследование выявляет, описывает реальную проблемную ситуацию, связанную с социальной проблемой, то можно говорить о его важности и, следовательно, о качестве. Это с одной стороны, но ведь любое самое замечательно задуманное исследование может быть не реализовано данной группой социологов в силу ограниченности различного рода ресурсов. Тогда вопрос о качестве цели следует увязывать и с таким аспектом как вероятность достижения цели. Это с другой стороны. Таким образом, качество цели описывается теоретической и практической *значимостью и реалистичностью* ее достижения.

Б) Качество средств. *Под средством понимают все то, что служит достижению цели.* Применительно к социологическому исследованию – средства – это и теория, и методология, и методы, и техники, и инструментарий, то есть все то, что требует успешного исследования. К средствам можно отнести и способы реализации (приемы, программы), и непосредственно вещи (компьютер и т.д.), а также все то, благодаря чему исследователь достигнет поставленной цели. Таким образом, характеристикой качества средства, с одной стороны, является результативность. Но, где средства для достижения цели, там и затраты на ее достижение. Соотношение результатов и затрат называют эффективностью. Затраты могут быть как материальные, экономические, так и социальные. К социальным затратам следует относить затраты социолога (трудоемкость, непривлекательность труда, оперативность и т.д.) и затраты людей (респондентов), которые принимают участие в исследовании

(этичность, психологические травмы, конфликты и т.д.). Таким образом, качество средств исследования зависит от их **результативности и эффективности**.

В) Качество процесса. *Процесс – это реализация средств исследования, поэтому процесс соотносится со средствами как действительность и возможность; так понятие качество процесса описывается посредством качества средств: результативностью и эффективностью.*

Г) Качество результата. *Результат – это объективно достигнутое состояние, это итог исследования.* Качество результата зависит от качества цели, средств и процесса. Именно их характеристики отражены в результате. Социолог, воздействуя на объект изучения, получает исходные данные, обрабатывает их, теоретически осмысливает и в качестве результата выдает новые знания (научную или социальную информацию). Это и является основным результатом социологического исследования. Он предвосхищен уже в цели исследования, является ее реальным воплощением и соотносится с целью как категории "действительное" и "возможное". Отсюда, такая характеристика качества цели как реалистичность (вероятность достижения цели) соотносится с такой характеристикой качества результата, которую можно назвать – степень достижения цели. Эта характеристика нам показывает, достигли мы поставленной цели или нет. Вторая характеристика цели – важность (значимость) по отношению к результату может быть выражена как ценность достигнутого результата. Ценность информации в социологическом исследовании определяется через понятие достоверность. *Под достоверностью понимается степень соответствия полученного знания (информации) действительности.* Таким образом, качество результата определяется **степенью целедостижения, и ценностью (достоверностью) полученного знания.**

Знания и информация – это не единственный результат исследования. Возможен и побочный результат, который связан с изменениями субъекта и объекта исследования. Изменения субъекта могут проявляться так: получение опыта, повышение квалификации, или усталость, разочарование и т.д. Изменения в объекте: повышение активности и информированности, или рост недоверия к социологическим исследованиям, ухудшение отношений в группе и т.д.

Итак, **качество (хорошесть) социологического исследования зависит и от качества поставленной в программе цели, и от выбранных средств (методологической ориентации, методов, технических процедур) и от того, как эти средства и процедуры будут воплощены и реализованы в процессе исследования и, наконец, от качества полученной информации (знания), ее достоверности.**

2.5.2. НАДЕЖНОСТЬ КАК ИНТЕГРАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Во всей схеме качества исследования значение приобретает момент получения достоверной, качественной информации или социологических данных. Говоря о качестве социологической информации, социологи используют различные термины: истинная информация, точная информация, достоверная информация, но ряд авторитетных авторов (В.А. Ядов, В.И. Волович, Г.И. Саганенко) предложили использовать термин – **надежность**. *Обозначается этим термином качество социологической информации, степень доверия к ней.* И трактуется этот термин как *степень отсутствия различного рода ошибок как теоретических, методологических, так и методических, организационных.*

Разработаны и используются следующие показатели надежности: **обоснованность, правильность, и устойчивость.** Рассмотрим каждый из этих компонентов.

Под обоснованностью понимается доказательность содержательной адекватности измеряемых характеристик объекта исследования. Обоснованность характеризует качество выбранной методологии и вероятность отсутствия теоретических ошибок исследования. Эта характеристика свидетельствует об отсутствии искажений, вытекающих из неверных исходных (теоретических) предпосылок. Например, социолог, построил гипотетическую

модель объект изучения и, если она (модель) теоретически грамотно построена, то она будет верна, адекватна изучаемому социальному объекту, а информация, которую социолог будет получать об объекте – будет обоснована. Но если исследователь при построении концептуальных схем допустил просчеты (ошибки), то все последующие результаты, которые он будет получать – окажутся неверными, искаженными, необоснованными, некачественными. Часто говорят, что обоснованность – это соответствие того, что измерено, тому, что должно быть измерено.

Обоснованность является наиболее важной характеристикой надежности информации, ибо ошибки (искажения) на этой теоретической стадии, в большей степени обесценивают полученную информацию, а иногда делают ее непригодной. Если неверно сконструирован социологический инструмент (например, анкета), то его можно переделать, меняя шкалы, вопросы и т.д. Но если неверно смоделирован объект (или предмет) изучения, то ни анкета, ни другие методы не спасут от ошибок получаемую информацию. Обоснованность решается на теоретическом уровне исследования, а точнее, когда социолог работает над программой. Ошибки, допущенные на этом уровне уже невозможно исправить на других этапах исследования.

Синонимом обоснованности является термин – "валидность". Но есть исследователи, которые не ставят знака равенства между ними. Они настаивают на том, что валидность касается только инструментария исследования и означает степень соответствия получаемой при измерении информации назначению инструментария, то есть исследователь измерил то, что хотел измерить. Но большинство социологов (особенно западные исследователи) термины обоснованность и валидность используют как тождественные.

Правильность понимается как степень отсутствия систематических ошибок, то есть постоянных, регулярных смещений значений признаков объекта в одну сторону (уменьшения или преувеличения величин этих признаков). Обычно эти ошибки (смещения) связаны с измерительным прибором, социологическим инструментарием, например, анкетой. Обнаружить эти ошибки трудно, но возможно: – путем изучения простых распределений ответов респондентов, – за счет сравнения центров замеров или изучения разброса по шкале. Так, отсутствие разброса говорит о непригодности данной шкалы, а возможно и всей методики в целом.

Таким образом, правильность характеризует степень близости полученного значения в результате замеров (измерений характеристик объекта) к действительному значению измеряемой переменной. Если инструментарий надежный, то есть позволяет получать информацию неотягощенную систематическими ошибками, то можно говорить о правильности, качестве данной методики, и, следовательно, о качестве получаемой информации.

Устойчивость – это степень отсутствия случайных ошибок в измерении. Эти ошибки – результат взаимодействия большого числа незначительных факторов в отдельности, они не устранимы, но их можно свести к минимуму. Данный показатель также связан с аппаратом измерения (анкетой, бланком интервью и т.д.). Эти ошибки практически нельзя обнаружить. Для избежания подобных ошибок, существуют достаточно простые приемы: – повторные измерения объекта вообще или с определенной временной частотой; или повторные измерения шкалы на ее устойчивость. Иногда данный показатель надежности называют **точность**. (Собственно, для этих целей – обеспечения устойчивости и правильности – служит пилотаж (проба) инструментария). Проблема правильности и устойчивости инструментария решается на методическом уровне исследования и зависит от качества методик: от их построения, отбора и т.д.

Итак, **качество социологической информации, определяемое как надежность складывается из того, насколько социолог теоретически грамотно (обосновано) построил гипотетический объект изучения; методически правильно выбрал или разработал инструментарий; организационно осуществил весь ход исследования.**

Лекция 27

2.5.3. ТЕХНИКА ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАДЕЖНОСТИ

Существуют различные методы повышения надежности информации. Их назначение – учесть различного рода ошибки. В.И. Паниотто (5) – исследователь проблемы качества и надежности социологической информации предлагает следующие способы учета ошибок: внешний и внутренний контроль. Под **внешним контролем** понимается сопоставление эмпирической информации, полученной в ходе исследования с какой-либо другой информацией. **Методы внешнего контроля:**

– контроль по отношению к моменту исследования, или сопоставление результатов данного исследования с результатами повторных измерений этих же респондентов в тех же условиях, (данный метод мерит устойчивость информации);

– по отношению к ситуации (условиям); этот контроль необходим, если исследователь предполагает, что ситуация опроса (место проведения) повлияла на ответы респондента, тогда следует опросить еще раз, но в других условиях, (мерит правильность информации);

– контроль по отношению к исполнителям (лицам, проводящих опрос), идет сопоставление данных, полученных разными исполнителями, (замеряет правильность информации);

– контроль по отношению к инструменту и процедуре, или сопоставление результатов данного метода с результатами другого метода (например, результаты данного опроса с данными статистических источников).

Под **внутренним контролем** понимается определение ошибок только на основе информации, полученной в ходе данного исследования. **Методы внутреннего контроля:**

– распределения данного признака по всей выборке, то есть определение репрезентативности выборки;

– сопоставление распределений различных признаков по всему массиву данных (например, сопоставление вопросов анкеты, которые служат для измерения одной переменной);

– изучение распределения признаков объекта в различных подвыборках.

2.5.4. ПОНЯТИЕ ТРИАНГУЛЯЦИИ

В качественном исследовании также стоит проблема надежности данных, причем она является уязвимой стороной (и предметом критики) всей методологии качественной ориентации. Надежность информации данного вида исследования обеспечивается следующими **процедурами:**

а) сопоставление высказываний респондентов с реальными фактами;

б) выявление противоречий в высказываниях одного и того же лица;

в) сопоставление обстоятельств жизни обследуемого лица с аналогичными событиями в жизни других людей;

г) сравнение данных с другими источниками информации, и, в частности, с количественными данными;

д) отбор для интервью лиц, которые относились к выборочной совокупности массового обследования [6. С. 190-191].

Главный вопрос, который должен беспокоить исследователя: "Насколько можно доверять тому, с кем имеешь беседу?"

Для повышения надежности результатов качественного исследования применяется метод **триангуляции**. Это перекрестная интерпретация некоторого случая тремя исследователями. Перекрестная триангуляция осуществляется как – сопоставление различных интерпретаций трех исследователей; – сравнение интерпретаций с позиций

разных методов; – сопоставление данной ситуации с результатами, полученными в других исследованиях; – повторение результатов на том же объекте через определенный промежуток времени. Триангуляция повышает надежность результатов путем выявления мнений различных исследователей по поводу одного и того же объекта, затем в ходе коллективного обсуждения мнения фильтруются и крайние отбраковываются. Это осуществляется, если работает команда исследователей. Но если это индивидуальный проект, то социолог может привлечь двух-трех коллег для обсуждения спорных интерпретаций.

Контрольные вопросы и задания

1. Что следует понимать под качеством социологического исследования?
2. Назовите основные показатели надежности
3. Чем отличается внешний и внутренний контроль надежности информации?

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
3. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 1979. – 127 с.
4. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – С. 309-311.
5. Паниотто В.И. Качество социологической информации. – Киев: Наукова Думка, 1986. – 208 с.
6. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – 292 с.

Лекция 28

2.6. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ МЕТОД

2.6.1. Понятие социального эксперимента, его отличия от естественнонаучного

2.6.2. Виды социального эксперимента

2.6.2.1. Требования к проведению эксперимента

2.6.3. Этапы проведения социологического эксперимента

2.6.1. ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА, ЕГО ОТЛИЧИЯ ОТ ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНОГО

В классификационной схеме методов социологического исследования эксперимент занимает место метода анализа или метода проверки гипотез (б). Но эксперимент как научный метод тесно связан с познавательной деятельностью и используется и в социальных, и в естественных науках. В широком смысле *под экспериментом понимается предварительное испытание, проверка действительности некоторых положений исследователя*. Эксперимент выступает в качестве опытного исследования воздействия каких-либо факторов, условий на интересующий исследователя признак явления (объекта). Эксперимент имеет своей целью в опытном порядке выявить возможное решение проблемы, как позитивные, так и негативные последствия социальных проектов, или решений относительно этих проектов.

В зависимости от сферы применения научный эксперимент выступает в виде естественнонаучного или социального эксперимента. Что между ними общего?

Во-первых, общность заключается в том, что непосредственной целью этих видов эксперимента является познание объективных закономерностей; решение познавательных задач; а также научный контроль за изучаемым явлением. Во-вторых, – в том, что в этих видах эксперимента познавательные задачи решаются в ходе практической деятельности.

Но между естественнонаучным и социальным экспериментами есть существенные отличительные черты. Прежде всего, они различаются по *объекту воздействия* (изучения). Объект социального эксперимента (социальные общности или группы) значительно сложнее, многовариативнее, динамичнее, ибо он окрашен сознательной деятельностью людей. Второе отличие связано с *процедурой познавательных задач*, так, социальный объект "не вырывается" из обычных условий своего существования, в отличие от объекта естественнонаучного. Хотя есть факторы, которые придают искусственность условиям, но эта искусственность иного порядка, нежели в естественнонаучном эксперименте. Из-за специфики социального объекта его сложно "очистить" от окружающего взаимодействия с другими подобными объектами. Объект социального эксперимента активен, имеет свою волю, потребности, интересы, которые трудно прогнозировать. И, наконец, в ходе социального эксперимента возникают *проблемы этического и организационного порядка*.

Таким образом, с одной стороны между естественнонаучным и социальным экспериментами есть общность, которая заключается в целях, в научном изучении объектов. Но есть и отличия – в самих объектах и в ходе проведения эксперимента.

2.6.2. ВИДЫ СОЦИАЛЬНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Существует большое разнообразие социальных экспериментов. Выделяют следующие основания классификации:

а) **По характеру требований** к ситуации различают *лабораторный* и *полевой* эксперимент. Лабораторный является самым распространенным в естественных науках, а также он применяется и в поведенческих науках. *Лабораторный эксперимент – это испытание, проводимое по строго установленным параметрам и правилам*. Он "нацелен

на проверку теоретической гипотезы и осуществляется в условиях максимального контроля над уровнем воздействия экспериментального фактора" [2. С. 58]. **Полевой – это эксперимент, который проводится в естественных условиях**, данный вид наиболее распространен в социальных науках. Его целью является "не столько проверка научной гипотезы о причинной связи между переменными, сколько оценка эффективности различных программ или методов воздействия" [2. С. 59].

б) **По характеру логической структуры доказательства гипотез** различают *параллельный* и *последовательный* эксперименты. В параллельном эксперименте выделяют две группы: экспериментальную, которая подвергается воздействию определенных условий (факторов) и контрольную, которая не подлежит данному воздействию. Сравнивая показатели этих групп, исследователь получает доказательство (подтверждение) гипотез. **Последовательный – такой вид эксперимента, в котором сравнивается состояние одной группы "до и после" воздействия экспериментального фактора.**

в) **По характеру задач** эксперименты делятся на *научно-исследовательские*, направленные на достижение нового знания, в котором проверяется гипотеза, содержащая новые сведения научного характера, не нашедшие достаточного доказательства. И *научно-практические* – направленные на внедрение новых социальных технологий, на достижение и испытание инноваций (новшеств).

г) **По содержанию** выделяются – *экономические, педагогические, психологические, исторические, правоведческие и социологические*. Они различаются по поставленным задачам, то есть сфере применения, а также по результатам. Например, задачей педагогического эксперимента могут выступать новые формы обучения, или новые правила приема в высшие учебные заведения (единый госэкзамен – ЕГЭ); задачей экономического – внедрение новых форм хозяйствования.

Социологический эксперимент. Его область применения – социальные объекты, и, прежде всего, деятельность и поведение социальных групп; предметом анализа является реакция групп на некоторые изменения, происходящие с ними под воздействием тех или иных факторов. Реакцией могут быть разные формы: это и высказывания людей, и их поведение, поступки, и результаты их деятельности.

Называя границы применения социального эксперимента, следует учитывать два обстоятельства. Во-первых, экспериментально изучаются только те объекты, которые не изменят свое функционирование до и после эксперимента, то есть, соблюдается правило – "без нарушения функций". А, во-вторых, те объекты, которые при отрицательных результатах будут иметь минимальные потери, то есть – "без нанесения ущерба". Таким образом, главным при определении границ применения социального эксперимента является то, что объекты (социальная группа, территориальная общность, их деятельность) должны иметь локальные формы проявления [5. С. 98].

Данный вид эксперимента имеет следующие отличительные черты:

- проводится только на основе *гипотез*, также по возможности – богатейшего эмпирического материала;
- **позиция исследователя** (экспериментатора) является *активной*, именно он вводит экспериментальные факторы, оказывает воздействие на объект эксперимента;
- исследователь **организует и направляет** воздействия, он может принимать новые решения относительно факторов этого воздействия;
- исследователь осуществляет **контроль** хода эксперимента.

2.6.2.1. Требования к проведению эксперимента

Исходя из вышесказанного, выработаны **общие требования** к проведению эксперимента. Во-первых, прежде чем проводится эксперимент необходимо **иметь в наличии четко сформулированные гипотезы** о причинно-следственных связях, в которых данное теоретическое суждение может быть представлено в виде эмпирически проверяемых

утверждений. Во-вторых, **необходим объект эксперимента**, который допускает:
а) возможность описания системы переменных, детерминирующих его поведение;
б) возможность количественных и качественных измерений, воздействующих на него управляемых факторов и изменения его деятельности и поведения; в) контроль за воздействующими факторами и состоянием объекта. В-третьих, **наличие адекватных способов контроля**, а также за условиями проведения эксперимента. Надо отметить, что результаты эксперимента никогда полностью не "подтверждают" и не "доказывают" гипотезы.

Помимо общих требований к социальному эксперименту как методу исследования предъявляются, если можно так выразиться **частные требования**. Эксперимент должен обладать внешней, внутренней и конструктивной валидностью.

Под **внешней валидностью** понимается возможность обобщения (переноса) вывода, полученного в эксперименте, на определенные внеэкспериментальные ситуации. Под **внутренней валидностью** понимается такое качество эксперимента, которое гарантирует, что именно экспериментальное воздействие (выделенный экспериментальный фактор) явилось причиной изменений, зарегистрированных в экспериментальной ситуации. **Конструктивная** (прикладная) валидность означает доказательную адекватность, применяемых в экспериментальной ситуации – инструментария, языка, которые позволяют распространять результаты на практическую сферу.

Выделяются следующие **критерии валидности**:

а) **Чистота** – означает, что выводы эксперимента должны сопоставляться с данными полученными в контрольной группе, то есть эксперимент должен иметь средства контроля;

б) **Воспроизводимость** – означает, что любой исследователь может повторить эксперимент с теми же результатами;

в) **Устойчивость** – заключается в том, что количество экспериментов должно быть большим с целью исключения случайности;

г) **Адекватность** – означает, что эксперимент должен проводиться с теми же объектами, которые представлены в гипотезах.

В социально-психологических науках есть еще одно правило: "Если нельзя провести совершенный эксперимент, то нужно минимизировать его несовершенства". Этот автор разработал факторы, которые оказывают влияние на внешнюю и внутреннюю валидность [3. С. 124].

Лекция 29

2.6.3. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Зачастую социальный эксперимент рассматривают как особую социальную технологию (способ сознательного регулирования социальных процессов). Поэтому эксперимент требует от исследователя большой осторожности, ответственности и компетентности, то есть знания **техники проведения эксперимента**. Ошибки в социальном эксперименте не только отразятся на качестве информации, но и могут оказать вред практике социальной жизни людей. Существует тезис: *социальный эксперимент проводят не тогда, когда хочется, а когда есть уверенность, что позитивный эффект превысит негативный*. Для того, чтобы эксперимент мог следовать данному тезису, он должен быть спланирован до мельчайших подробностей. Для решения этой трудности разработана техника проведения эксперимента. Вся *техника эксперимента* состоит из трех этапов.

Первый – имеет своей целью выделение факторов, с помощью которых исследователь будет оказывать воздействия на объект (экспериментальную группу). В методологическом отношении эксперимент базируется на концепции социального детерминизма, и в соответствии с этим социолог (экспериментатор) должен выделить детерминирующие и детерминированные факторы [6. С. 198]. Эти факторы принято

называть *переменными* или *категориями экспериментального анализа*. В системе переменных выделяется *независимая и зависимая переменные*.

Независимая переменная – это такой фактор, который будет оказывать влияние на экспериментируемую группу. Эту переменную зачастую называют *экспериментальным фактором*. Она характеризуется тремя признаками:

а) независимая переменная определяется не произвольно, а в полном соответствии с программой исследования (гипотезами, которые выносятся на проверку);

б) она должна быть управляема экспериментатором, от него зависит направление и интенсивность действия переменной;

в) направление и интенсивность действия переменной должны поддаваться контролю со стороны экспериментатора, то есть социологическим измерениям.

Наряду с экспериментальным фактором определяется **зависимая переменная**. Это такие факторы, которые предположительно будут меняться под воздействием независимой переменной. Установление связей, зависимостей между названными переменными и является задачей эксперимента.

В качестве примера рассмотрим следующую ситуацию. Исследования социальной напряженности работников определенной отрасли хозяйствования показали, что, скорее всего, подобное связано с системой оплаты труда в данной отрасли. Исследователь предположил что, изменив систему оплаты труда, можно ожидать снижения напряженности. В качестве независимой переменной выступит "система оплаты труда"; в качестве зависимой переменной – "социальная напряженность".

Кроме определения переменных на подготовительном этапе определяется **объект эксперимента**, то есть та группа, которая будет подвергаться воздействию. Объект эксперимента выражается в понятии – "*экспериментальная группа*" – именно на нее непосредственно будет воздействовать независимая переменная. И "*контрольная группа*" – такая группа, которая не будет подвергаться воздействию факторов, но за ней будет осуществляться наблюдение. Назначение последней – обеспечить "чистоту" (критерий) эксперимента. *Под чистотой эксперимента понимается возможность обнаружения действия факторов, не входящих в разряд независимых переменных*. Эти факторы называются случайными. Контрольная группа должна быть идентична по основным параметрам, свойствам экспериментальной группе. Техника отбора экспериментальной и контрольной групп называется "процедурой выравнивания" [Подробно: 6. С. 201-202]. Сопоставление характеристик этих групп "до и после" эксперимента позволяет оценить влияние экспериментального фактора.

На завершающей стадии данного этапа проектируется инструментарий, разрабатываются технические приемы измерения, причем в эксперименте может быть задействован весь спектр методов и техник социологического исследования (наблюдение, анкетирование, интервью и т.д.).

Второй этап – его называют по-разному: **оперативный**, или **полевой**, или **экспериментальный**. На этом этапе вступает в силу экспериментальная ситуация: начинается эксперимент. Проводится инструктаж участников эксперимента, производится замер переменных, ведется наблюдение за группой, ее характеристиками, осуществляется контроль, ведется регистрация событий (с помощью различных средств, в том числе и технических: видео-аудио аппаратуры).

Третий этап – **результатирующий**. Его основная цель обработать и проанализировать всю полученную информацию, а также сделать выводы. На данном этапе осуществляется: сбор документов, которые регистрировали экспериментальную ситуацию (это бланки наблюдения, интервью и анкеты) и главные протоколы эксперимента (в качестве главного инструментария метода). В протоколе фиксируются все значимые признаки эксперимента: тема, время, характеристики экспериментальной и контрольной групп, описание обстановки эксперимента (физическая среда, позитивное или негативное действие факторов), описание независимой переменной и т.д. Результатом эксперимента являются факты,

характеризующие изменения (или стабильность) реакций социальной группы в экспериментально проверяемых условиях. Но этот результат сложен, двойственен: он соединяется в реальный (изменения) и познавательный результаты. Под реальным понимается характер воздействия экспериментального фактора на деятельность, поведение группы, под познавательным – отношение реального результата к поставленным задачам.

Кроме изложенного, на третьем этапе производится: обработка всех материалов, как вручную, так и на машинных носителях; проверяется чистота эксперимента; анализируются полученные факты; обобщаются выводы, сопоставляются полученные выводы с аналогичными в других экспериментах; оценивается эффективность эксперимента и выявляются ошибки.

Практика проведения социальных экспериментов накопила немалый **опыт ошибок**, допускаемых в данном методе; назовем основные из них:

1. эксперимент проводится для получения информации о социальном объекте, которую можно получить другим более простым способом (методом);
2. за эксперимент выдается включенное или стандартизованное наблюдение;
3. допущены неточности при формулировке гипотез (используются неоперационализируемые понятия и т.п.);
4. неправильно построена система переменных: независимая переменная выбрана произвольно, без учета гипотез и т.д.; или данная переменная не поддается управлению, контролю со стороны исследователя;
5. контрольная группа не адекватна экспериментальной;
6. четко не определена экспериментальная ситуация, нарушаются условия эксперимента;
7. разработанный инструментарий фиксирует отдельные данные (например, только мнения испытуемых посредством анкеты), но не обеспечивает чистоты эксперимента;
8. выводы подстраиваются под имеющиеся гипотезы;
9. эксперимент проводится над людьми, которые резко не желают этого; отсюда – итогом эксперимента является не решение проблемы, а ее усугубление.

Завершая разговор об эксперименте, остается назвать **достоинства и ограничения** данного метода, связанные с его особенностями (см. табл.).

Особенности эксперимента	Достоинства (преимущества)	Ограничения (недостатки)
а) Зависимость от действия экспериментального фактора	Есть возможность установить причинную связь между отдельными фактами и дать не только описание, но и объяснение	Экспериментальный фактор может нарушить естественные связи как внутри, так и вне объекта, а также вывести его из нормального состояния
б) Зависимость от установок экспериментатора	Полученная информация сориентирована на задачи исследователя, носит конкретный характер	Субъективизм восприятия, неверные методологические установки могут привести к искажению сущности происходящего, а также несущественные факторы могут быть
в) Экспериментальная ситуация находится под контролем	Возможность воспроизвести эксперимент и перенести в практику	Искусственный характер ситуации снижает возможность для обобщенных выводов
г) Зависимость не только от экспериментального, но и других факторов, в том числе и от реакций участников	Участники могут оказать помощь в выявлении возникающих изменений в эксперименте	Может возникнуть эффект "исключительности", то есть участники будут вести себя не традиционным способом, а особым, нехарактерным для данной ситуации

Контрольные вопросы и задания

1. В чем сходство и каковы отличия естественнонаучного и социального эксперимента?
2. Назовите основные виды экспериментов
3. Каковы основные требования к эксперименту?
4. Чем отличается независимая переменная и зависимая переменная?

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
3. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. – СПб.: Соц.-псих. центр, 1996. – 391 с.
4. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – 224 с.
5. Рывкина Р.В., Винокур А.В. Социальный эксперимент. – Новосибирск: Наука, 1968. – 168 с.
6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – М.: Наука, 1987. – 248 с.

Лекция 30

2.7 СОЦИОМЕТРИЯ

2.7.1. Сущность социометрии

2.7.2. Теоретические положения концепции Я. Морено

2.7.3. Процедура социометрии

2.7.3.1. Социометрические индексы

2.7.1. СУЩНОСТЬ СОЦИОМЕТРИИ

Метод социометрии (называется еще социометрическим тестом) не является основным методом в социологии, это социально-психологический метод. Но бывают случаи, когда он применяется социологами. Это происходит тогда, когда исследователю необходимо выявить структуру малой группы. Термин “социометрия” образован от двух латинских корней: socius – компаньон, соучастник и metrum – измерение. **Социометрия** – это метод сбора информации о межличностных отношениях в малых социальных группах. По форме проведения социометрия схожа с анкетированием; информация подвергается количественной обработке, по специальной процедуре.

Что позволяет выявить социометрия: – симпатии – антипатии в группе; – статус индивида в группе; – уровень сплоченности группы; – структуру группы.

Социометрический опрос может проводиться в классе, студенческой группе, производственном коллективе, т.е. в группах, связанных какой-либо рода деятельностью (учеба, работа и т.д.).

2.7.2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ Я. МОРЕНО

Термин “социометрия” связан с именем Якоба Леви Морено, который в 30-е годы XX века разработал особую социопсихологическую теорию, с помощью которой (это утопический момент его можно все общество, то своего рода, социометрическая революция. Однако Морено предложил весьма полезную эмпирическую процедуру для измерения некоторых групповых характеристик.

Вначале назовем теоретические (утопические) положения, принадлежащие Морено.

1. Распределение симпатий и антипатий между людьми связано с существованием невидимых сгустков эмоциональной энергии (“теле”), которые и подлежат измерению в социометрии;

2. Ни один человек не может выжить без эмоциональных связей друг с другом. В процессе взаимосвязи людей Морено выделял два уровня: спонтанный – представляет людей, с которыми индивид хотел бы вступить в общение; реальный – представляет людей, с которыми индивид общается в действительности;

3. Социологический закон, по теории Морено, состоит в том, что высшие формы коллективной организации развиваются из простейших. Поэтому не нужно держать ориентацию на преобразование макроструктуры, а необходимо стремиться изменить микроструктуру через воздействие на малые группы с помощью социометрии;

4. Социодинамический закон по Морено гласит, что внутри любой группы человеческие привязанности распределяются неравномерно: большая часть эмоциональных явлений приходится на немногих индивидов (“звезды”, тогда как большинство участников оказываются эмоционально обездоленными, так называемые – “социометрический пролетариат”. Причем, увеличение размера группы еще больше усиливает эту непропорциональность.

2.7.3. ПРОЦЕДУРА СОЦИОМЕТРИИ

3. Процедура социометрии заключается в следующем. Сначала испытуемым задается ряд вопросов, так называемых *социометрических критериев* с целью выяснения их взаимоотношений с другими людьми в группе. При формулировке вопросов необходимо соблюдать следующие условия: вопросы должны быть значимыми для всех членов группы; вопрос должен быть корректно сформулирован, конкретен и однозначен.

Существуют следующие виды вопросов (критериев) в социометрии:

коммуникативные – такие, которые измеряют реальные отношения в группе, и *гностические*, измеряющие воображаемые отношения в группе. Выделяются также *официальные* вопросы, касающиеся деловых отношений (сферы), например: "Если бы Вам и Вашим одноклассникам предоставили возможность учебы за границей, то с кем бы Вы хотели поехать за рубеж?" "А с кем не хотели бы?" И *неофициальные*, касающиеся межличностных отношений, сферы отдыха, например: "Кого бы Вы пригласили из группы на свой день рождения?" "Кого не пригласили бы?" Названные примеры относятся к коммуникативным вопросам. Примером гностического может быть такой вопрос: "Кто, по Вашему мнению, выбрал бы Вас для учебы за границей?" "Кто не выбрал бы?"

Сколько вопросов обычно задают в социометрическом опросе? На основе только одного вопроса невозможно дать обоснованную картину межличностных отношений в группе. С другой стороны, большое число вопросов способно утомить отвечающего. Поэтому, чем меньше люди в группе знают друг друга, чем меньше их опыт общения, либо между людьми в группе существуют серьезные конфликты, тем меньше должно быть задано вопросов. В целом же нецелесообразно задавать более 7–8 вопросов, так как это может вызвать раздражение у опрашиваемых.

Сама процедура социометрии может быть *параметрической* и *непараметрической*. В первом случае выбор ограничен, во втором - нет ограничения выбора, можно осуществить (сделать) столько выборов, сколько человек находится в группе.

Параметрическая процедура

(выбор ограничен и зависит от количества человек в группе)

Численность группы, человек	Лимит выборов
5-6	1
7-11	2
12-16	3
17-21	3
22-26	4

Для сбора информации в социометрическом опросе применяются социометрические карточки. Карточка начинается с обращения к респонденту, как и анкета. Указываются задачи исследования, разъясняется способ заполнения, дается гарантия анонимности.

В группе между индивидами могут быть следующие варианты отношений:

- *Выбор* – выраженное желание индивида сотрудничать с другим.
- *Отклонение* – выраженное нежелание индивида сотрудничать с другим.
- *Опускание* – оставление одним индивидом другого без внимания.

По результатам опроса (по каждому вопросу) строится *социоматрица*. На основе матрицы строится графическое изображение структуры группы – *социограмма* [2. С. 198-199].

К сообщению результатов социометрии предъявляются определенные требования. Результаты опроса могут быть сообщены каждому индивиду, относительно лично его данных в непосредственной, индивидуальной беседе. Для всей группы можно нарисовать социограмму отношений, но в безличной форме проанализировать структуру группы. Таким

образом, при сообщении результатов социометрии важную роль играет соблюдение этических моментов.

2.7.3.1. Социометрические индексы

Социометрия позволяет выявить **персональные** и **групповые** индексы. К персональным индексам относится *социометрический статус* и *эмоциональная экспансивность* индивида. **Социометрический статус** – это количество полученных выборов индивидом. Это характер позиции личности в группе, основанный не на должности, а на основе его личностных, поведенческих свойств. Социометрический статус отражает отношение индивидов группы к каждому ее представителю. **Эмоциональная экспансивность** – это показатель социально–психологической потребности личности в общении с другими в группе, показывает выбор самого индивида. Причем, сравнивая индекс социометрического статуса с индексом эмоциональной экспансивности, можно анализировать проблемы индивида в группе. Например, высокая эмоциональная экспансивность и низкий социометрический статус человека показывает проблемную область для индивида.

К групповым социометрическим индексам относятся *индекс групповой сплоченности*. Он измеряет сплоченность группы, проявляющуюся в количестве взаимных положительных выборов.

Количество взаимных положительных выборов

$$\text{Гр. спл.} = N(n - 1)$$

Где N – количество человек в группе, а значения от 0,27 считаются хорошим показателем групповой сплоченности.

Социометрический метод имеет ограничения, они заключаются в следующем:

- 1) Ограниченность познавательных возможностей метода для глубокого анализа личности в группе, так как фиксируются не все отношения и связи, а в основном эмоциональные отношения. В тени остается мотивация и причины отношений индивидов.
- 2) Метод пригоден для изучения групп не более 30 человек.

Контрольные вопросы и задания

1. Каковы теоретические положения концепции Я. Морено?
2. Что измеряет метод социометрии?
3. Какова процедура социометрии?
4. Что такое социометрические индексы? Их смысл
5. В чем заключаются ограничения социометрии?

ЛИТЕРАТУРА

1. Морено Я. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе/ Пер. с англ. – М.: Академический проект, 2001. – 384 с.
2. Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство "Самарский университет", 1995. – С. 197–198.

3. АНАЛИЗ ДАННЫХ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Лекция 31

3.1. АНАЛИЗ ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1.1. Назначение анализа данных

3.1.2. Понятие обработки социальной информации, и методы обработки

3.1.3. Описание и интерпретация данных

3.1.3.1. Представление результатов исследования

3.1.1. НАЗНАЧЕНИЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ

В данной теме будет представлено общее понимание того, что есть обработка и анализ данных массового социологического обследования. Связано данное ограничение с тем, что на кафедре социологии для студентов предусмотрен отдельный курс "Измерение и методы анализа социологической информации".

Проведя исследование, и получив данные, надо заметить, что они (эти данные) далеко не являются выводами, они даже не позволяют сделать эти выводы. То есть социологические данные не могут решить задач исследования. Для этого их необходимо каким-то образом преобразовать, обработать, проанализировать, только после этого появится возможность сформулировать выводы (рекомендации). Этому и служит весь этап анализа информации. *То есть социологическое исследование завершается этапом анализа данных.*

Назначение данного этапа заключается в том, чтобы:

а) зафиксировать информацию об объекте в количественном виде;

б) определить надежность информации;

в) обобщить результаты, получить выводы;

г) установить (в прикладном исследовании) направление практических рекомендаций.

Таким образом, этап анализа является комплексной процедурой, цель которой – преобразовать полученные данные.

Напомним, что **под данными социологического исследования понимается информация, относящаяся к предмету исследования и направленная на решение исследовательских задач.** Существуют различные виды данных:

а) *внешняя первичная информация* – полученная без специально подготовленного инструментария (это документы, статистические данные);

б) *первичная информация* – полученная с помощью специально подготовленного социологом инструментария (анкеты, бланки наблюдения, интервью и т.д.);

в) *данные первичной обработки* – обработанная информация в виде таблиц, графиков;

г) *индексы* – определенным образом сконструированные показатели, мыслительная конструкция, состоящая из нескольких индикаторов.

Этап анализа данных достаточно протяжен во времени и состоит из нескольких стадий: *обработки, анализа, описания и интерпретации.* Рассмотрим более подробно каждую из них. В широком смысле слова, в этап анализа включают и подготовительную стадию, смысл которой связан с методологической и процедурной частью программы, ведь именно здесь определяется состав признаков объекта, подлежащих измерению; формулируются гипотезы, которые в последствие проверяются; строится инструментарий (шкалы в анкете).

3.1.2. ПОНЯТИЕ ОБРАБОТКИ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ, И МЕТОДЫ ОБРАБОТКИ

Первая важная стадия этапа анализа – **обработка данных.** *Под обработкой данных понимается преобразование информации, полученной в ходе социологического исследования.* Цель этой стадии – сделать данные обозримыми и пригодными для последующего анализа и

интерпретации. Обработка – это простейшие механические преобразования, в отличие от анализа, предполагающего более сложные комбинации.

Содержание процедуры обработки заключается в том, чтобы зафиксировать результаты исследования с помощью выбранной системы обозначения. В процедуру обработки входят три компонента: а) эмпирические данные – информация; б) система обозначений, придающая информации строгую форму, наглядность; в) научные понятия, отражающие предметную область изучаемых явлений. Все эти компоненты закладываются еще в программе.

Условно обработку данных делят на *первичную и вторичную*. Первичная обработка связана с тремя основными действиями, шагами. Во-первых, редактирование, исправление ошибок, уточнение пропусков ответов всего массива собранного материала (анкет). А также устранение противоречивых ответов, выбраковка тех анкет, в которых оказались незаполненными один-два вопроса о социально-демографических характеристиках (пол, возраст и т.д.).

Во-вторых, кодировка как закрытых, так и открытых ответов. Сам процесс кодирования заключается в формализации содержания информации, перевод ее на язык формальной логики. Кодирование выступает связующим звеном между качественной и количественной формализацией информации. Кодировка не содержание ответа, а факт его наличия (отсутствия). Кодировка включает группировку и преобразование ответов в удобную форму. Преобразование ответов осуществляется через систему кодов, обозначений, то есть информация превращается в упорядоченную систему чисел. В этой системе важно не значение числа, а порядок кодов, который должен быть непрерывным, строго заданным. Каждая группа ответов получает числовой код: либо в строгой линейной последовательности, например, каждому признаку объекта присваивается число (код): мужчина – 1, женщина – 2, руководитель – 3, рабочий – 4 и т.д. Либо фиксируется не ответ, а группа, например, по полу: мужчина – 1, женщина – 2; по статусу: руководитель – 1, рабочий – 2 и т.д. Все типы кодировки предусмотрены программой математической обработки. Социолог чаще всего имеет дело с результатами этой обработки.

В-третьих, начинается непосредственная простейшая обработка: вручную или на компьютере (ЭВМ). Ручная обработка используется при небольших массивах (около 100 анкет), в пилотажах, в экспертном опросе, в социометрии. Но на больших массивах данных этот вид обработки неоправдан, так как неточен и медлителен.

На стадии первичной математической обработки используется совокупность методов расчета показателей, группировка и классификация. В целом – это процедуры упорядочения данных исследования. Посредством этих процедур "уплотняется" имеющаяся информация для последующей работы с ней.

Группировка – это форма обобщения социологических данных, упорядочение единиц наблюдения по какому-либо признаку. Различают *простую группировку*, где упорядочение данных происходит по одному признаку. Данная процедура состоит из шагов: выбирается признак для группировки; затем осуществляется простое суммирование однородных признаков; составляются номинальные группы; подсчитываются абсолютные величины; высчитываются проценты проявления признака по совокупности. Например, выборочная совокупность группируется по полу, возрасту или лицам, имеющих автомобиль, и т.д. Число лиц, обладающих данным признаком, называют *частотой варианты* (или численностью группы). Отношение данной частоты к общему числу обследованных называют *долей*. Так, деление частоты на общее число респондентов есть доля. Сумма долей равна единице. Доля, умноженная на 100, дает процентное соотношение проявления данного признака в выборке. Например, мы опросили 300 человек, из них 100 мужчин, доля варианты "мужчины" равна $(100:300) = 0,3$ или 30%.

Таким образом, группировка позволяет зачислить респондента в ту или иную группу в соответствии с выбранным признаком. Это делается для того, чтобы легче было соотносить данные, сравнивать их между собой. Выбор признака не произвольная процедура, а

определяется в соответствии с задачами и гипотезами исследования. В зависимости от шкалы измерения, группировка может представлять собой:

- зачисление респондентов в номинальную группу (по полу, образованию и т.д.);
- упорядочение информации в ранжированном ряду (по степени удовлетворенности, информированности и т.д.);
- упорядочение респондентов по количественному признаку (стаж работы и т.д.).

Перекрестная группировка – это упорядочение (подсчет) данных по двум и более признакам. Задача такой группировки обнаружить какие-либо связи, зависимости, влияющие на изучаемое явление. Для этого необходимо составить ряды чисел (при математической обработке это сделает компьютер, точнее математическая программа), они называются *ряды распределений*. Эти ряды оформляются в таблицы, которые должны быть соответствующим образом оформлены (цифровой материал представлен в абсолютных цифрах и в процентах) и иметь название. После этого социолог анализирует данные этих таблиц. Можно сравнивать характеристики распределений по средним значениям признака (средняя арифметическая, медиана, мода), анализировать степень разбросанности показателя, рассчитать отклонения. Например, выявить зависимость или соотношение успеваемости студента, живущего с родителями или в общежитии (пример см. ниже.).

Таблица 1. Соотношение успеваемости студентов от места проживания
(в % по столбцу)

Место проживания	Успевает на «отлично» и «хорошо»	Успевает на «удовлетворительно»	Не успевает
С родителями	58	22	5
В общежитии	18	53	75
Отдельно, на квартире	24	25	20
Итого	100	100	100

Помимо группировки существует такой метод обработки как *типология*. Но скорее данный метод относится ко *вторичной обработке*. Вторичная обработка – это по сути дела анализ, точнее преобразование данных первичной обработки. Понятие тип, типология, типологизация в социологии используется достаточно часто. *Под типологией* обычно понимается метод разбиения изучаемого объекта на группы. Следует отметить, что типологией называют как процесс разбиения, так и результат этого процесса; по этому для четкости: под *типологизацией* понимается – процесс разбиения объекта на группы (типы), а под *типологией* – результат этого разбиения. Полученные в результате разбиения группы, принято называть *типами* (Иногда в литературе типами называют "идеальные модели"). Данный метод вызван необходимостью либо упорядоченного описания множеств весьма неоднородных объектов, либо изучения каких-то закономерностей на основе анализа таких множеств.

Различают *эмпирическую типологизацию*, суть которой заключается "в поиске устойчивых сочетаний свойств социальных объектов (или явлений), рассматриваемых в соответствии с описательными гипотезами в нескольких измерениях одновременно" [5. С. 323]. И *теоретическую типологизацию* – это обобщение признаков социальных явлений на основе идеальной теоретической модели по теоретически обоснованным критериям. Теоретическая отличается тем, что если в эмпирической типологизации устойчивость свойств типа находится путем многократного перебора, (то есть эмпирически), то в теоретической – критерии свойств выявляются путем логического анализа. Исходной информацией для типологизации является совокупность значений объекта изучения (некоторого набора признаков объекта). Затем на основе содержательного анализа этого набора признаков формируются типы [Подробно: 5. С. 321-334].

Лекция 32

3.1.3. ОПИСАНИЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ДАННЫХ

После того, как проведены и использованы возможные методы обработки информации, социолог приступает к *данным исследования*. Эта стадия очень важна, так как исследователя (а в конечном итоге – заказчика) интересуют не сами по себе цифры, а скорее их сопоставление. Само по себе число не несет содержания, содержание существует в сознании человека, в определенном контексте рассуждений. Отсюда, описание данных – это есть помещение цифрового материала в некий контекст, которой должен задать сам социолог, но не произвольно, а в соответствии с поставленными проблемой и задачами. После того, как цифры приведены в удобную для обозрения форму, исследователь уясняет смысл полученных цифр, приступает к описанию. Во многом на этой стадии социолог руководствуется своими гипотезами, проверяя их.

Описание можно начать с представления социально-демографических характеристик участвующих в данном обследовании; с ответа на вопросы: "Кто те люди, которые выступали в роли респондентов: молодые семейные мужчины или работающие в коммерческих структурах женщины и т.д.?" Последующее описание подчинено задачам и гипотезам исследования.

Описав, результаты исследования, можно попытаться объяснить или интерпретировать данные. *Под интерпретацией* понимается объяснение, наделение смыслом полученных данных, или перекодировка одних смыслов информации в другие. На этой стадии раскрываются теоретические или эмпирические положения сущности изучаемой проблемы, объекта. Говоря об интерпретации, следует помнить, что она имеет временные и пространственные координаты. Интерпретируя данные, социолог должен осознавать, что ряд незафиксированных явлений возможно также влияют на показатели, то есть интерпретация должна быть корректно выстроена и изложена, следует избегать абсолютизации выводов.

Исследователи отмечают, что интерпретация – это процесс превращения данных обследования в знания, путем придания этим результатам содержательного смысла. Это трудный процесс, которому следует учиться длительное время, причем нет ограничений в совершенствовании. Выделяются следующие, наиболее распространенные, ошибки интерпретации:

- а) выход за пределы полученных данных, и привнесение в выводы соображений, которые не относятся к предмету исследования;
- б) выводы не связаны с гипотезами;
- в) выводы расходятся со здравым смыслом;
- г) указываются выявленные тенденции, хотя было проведено разовое исследование [3. С. 98].

Эти ошибки, показывают, что с полученной информацией необходимо обращаться осторожно, так высказывания респондентов по поводу чего-либо, могут не соответствовать их действительному мнению. Авторитетные социологи часто предостерегают начинающих от использования ответов респондентов как готовый вывод исследования. Все ответы, высказывания, их группировка – это только подготовительный материал для последующего размышления, анализа, интерпретации.

3.1.3.1. Представление результатов исследования

Форм представления результатов может быть несколько.

1) **Научный отчет** (или статья, или монография), данная форма предназначена для социологов, научного сообщества, поэтому отражает научные аспекты исследования. Сам автор решает степень эксплицитности изложения полученных результатов.

2) **Отчет заказчику** – он обусловлен межкультурными коммуникациями, а также необходимо учитывать пожелания адресата (заказчика). Если по содержанию отчет может быть разнообразным, любим, то структура отчета относительно одинакова: – вводная часть, – изложение результатов, – выводы.

Что касается *научного отчета*, то здесь исследователь поступает по своему усмотрению. При написании отчета для заказчика социолог должен иметь в виду следующее. В вводной части можно указать, кто является заказчиком исследования, кто – исполнители, дату проведения обследования, цели и основные задачи. При описании целей и задач лучше использовать язык заказчика, а не программы исследования. В основной части при изложении результатов не стоит описывать способы сбора данных, а также не следует воспроизводить весь ход рассуждений, который представлен в программе исследования. Основную часть лучше "разбить" на параграфы и излагать материал в соответствии с некоторой идеей или задачами исследования. Стараться избегать монотонности описания, например, ссылок только на проценты, также не следует превращать отчет в справочник с постоянными отсылками в приложение. В основной части могут быть представлены для наглядности некоторые таблицы, которые демонстрируют ту или иную зависимость, но не стоит все табличные материалы помещать в отчет. Завершается отчет выводами, а также, если была договоренность с заказчиком, то и рекомендациями.

Контрольные вопросы и задания

1. Каково основное назначение анализа данных?
2. В чем заключается первичная обработка данных?
3. Приведите пример перекрестной группировки
4. Каковы различия между типологией и типологизацией?

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Батыгин Г.С. Обоснование научного вывода в прикладной социологии. – М., 1986.
3. Бутенко И.А. Прикладная социология: наука и искусство. – М.: Издательство «Анкил», 1999. – 186 с.
4. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
5. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2001. – 596 с.

3.2. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА СОЦИОЛОГА

3.2.1. Профессиональный кодекс социолога

3.2.2. Основные принципы работы исследователей в команде

3.2.1. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОДЕКС СОЦИОЛОГА

Профессиональная этика социолога – это свод моральных принципов в деятельности социолога. Профессиональный кодекс - это консенсус в среде социологического сообщества по поводу того, что есть правильно и неправильно в деятельности исследователя. Несоблюдение этих принципов разрушило бы профессиональное социологическое сообщество. А соблюдение, следование

профессиональному кодексу отличает дилетанта от социолога-профессионала.

Разработаны основные положения профессионального кодекса как в области исследования, так и в сфере научного обсуждения [1. С.286-287].

В области исследовательской деятельности:

- На всех этапах социологического исследования социолог должен проявлять научную честность и профессиональную компетентность;
- Социолог стремится к достоверности информации и надежности выводов;
- Плагиат и присвоение чужих идей не допустимы;
- При проведении исследования социолог не допускает, чтобы его личные интересы и посторонние влияния препятствовали установлению истины;
- Исследовательская деятельность социолога не должна выходить за рамки ограничений, которые связаны с имеющимися познавательными возможностями методов и имеющимися ресурсами;
- Долг социолога – опираться на результаты предшественников в своей науке, и на знания, полученные в сопредельных сферах научных исследований;
- В отношениях с заказчиками социолог строго выполняет условия договора;
- В отношениях с респондентами социолог не должен ущемлять их интересы, сохранять конфиденциальность информации;
- При защите своего профессионального достоинства социолог вправе опираться на помощь Социологической ассоциации и ее местных отделений.

В области научных дискуссий и публикаций:

- Социолог отстаивает свои взгляды, несмотря на авторитеты и конъюнктуру;
- Научная критика несовместима с попытками сведения счетов и расправы;
- Социолог воздерживается от поспешных публикаций, когда их выводы недостаточно проверены и обоснованы;
- Социолог уважает труд своих коллег и обязательно упоминает долю их участия в публикуемой научной работе, отчете.

При проведении социологического исследования основными этическими проблемами являются: добровольность участия респондентов, не нанесения вреда участникам, анонимность участников, а также конфиденциальность полученной информации. При решении этих проблем перед исследователем возникают следующие дилеммы. Во-первых, с одной стороны, необходимо опросить всех респондентов, кто попал в выборку, с другой стороны, социолог должен помнить о добровольности участия респондентов. Во-вторых, с одной стороны, анонимность участия респондентов, с другой стороны, для качества исследования необходим контроль за работой анкетеров или интервьюеров, то есть проверка их деятельности. Подобная проверка осуществляется посредством обращения к

респондентам после опроса с единственным вопросом: "Принимали ли Вы участие в опросе?" или "Опрашивали ли Вас?"

3.2.2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ В КОМАНДЕ

Большинство социологических исследований проводится командой или группой социологов [2]. Это дает возможность объединить их индивидуальные умения и знания. Исследовательские команды могут быть различными по формам и размерам: от двух, трех исследователей, работающих в одном институте, или специалистов, работающих в разных странах. Существуют значительные практические и методологические преимущества командной работы. Хотя есть и проблемы: такие, как коммуникация, развитие общих перспектив, проблема властных отношений и равенства в команде. Работа в команде является эффективным способом для студентов узнать, как проводится социологическое исследование и получить практический опыт исследовательской техники.

В чем состоят преимущества групповой работы?

- креативность и генерация идей путем коллективного обсуждения и “мозгового штурма”;
- разделение труда путем функциональной специализации (например, некоторые исследователи более компетентны в области проведения глубинных интервью, другие в области статистической обработки данных);
- разделение всего объема работы между членами команды, (часто в масштабных исследованиях разные члены команды ответственны за какую – либо стадию исследования при общей координации директора проекта);
- объединение совместных усилий и знаний участников позволяет усилить исследовательскую методологию, анализ и интерпретацию данных.

Основные проблемы, связанные с командной работой:

- должная практическая организация управления работой в группе;
- структура команды и распределение ролей, выбор между иерархическим и неиерархическим способом организации работы;
- власть и равенство внутри команды;
- потенциальная возможность конфликта среди участников команды.
- Организационные моменты, где встречаться, как проводить обсуждения.

Итак, командная работа часто бывает необходимой при проведении международных, сравнительных исследований, при междисциплинарных исследованиях, например, изучение преступности с точек зрения социологов, психологов, экономистов.

Контрольные вопросы и задания

1. Почему социологу важно знать профессиональный кодекс и следовать ему?
2. Какие дилеммы возникают при решении основных этических проблем? Как Вы думаете, как можно эти дилеммы урегулировать?
3. В чем состоят преимущества и проблемы работы социолога в команде?

ЛИТЕРАТУРА

1. Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство “Самарский университет”, 1995. – 331 с.
2. Philips D. Team Research in: The student’s companion to Sociology. Blackwell. 1997. – P. 296–301.

ПРОГРАММА КУРСА

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ	Всего	Количество часов		Контр. работы
		Лекции	Семинары	
ВВЕДЕНИЕ	6	2	4	-
Основные этапы развития отечественной социологии	4	2		2
Методология социологического исследования	6	2	2	2
Раздел 1. Структура и дизайн социологического исследования				
1.1. Сущность и виды социологического исследования	4	2	2	-
1.2. Программа (дизайн) социологического исследования	18	8	6	4
1.3. Выборочный метод	12	6	4	2
Раздел 2. Основные методы сбора социологической информации				
2.1. Социологический опрос	26	16	6	4
2.2. Метод наблюдения	4	2	2	-
2.3. Документальный метод в социологии	16	8	4	4
2.4. Биографический метод	4	2	2	-
2.5. Качество социологического исследования	8	4	2	2
2.6. Экспериментальный метод в социологии	8	4	2	2
2.7. Социометрия	2	2	-	-
Раздел 3. Анализ данных и представление результатов				
3.1. Анализ данных социологического исследования	6	4		
3.2. Профессиональная этика социолога	4	2	2	-
ИТОГО	128	66	38	24

СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

ВВЕДЕНИЕ

Понятие социологического воображения: концепция Ч.Р. Миллса. Персональные проблемы и общественные проблемы: их отличия друг от друга. Необходимость социологического воображения для профессионального социолога и как можно развить его в себе.

Предмет социологии и факторы, влияющие на него. Время и развитие науки. Социальный запрос. Политическое (государственное) влияние. Социально-культурный контекст (ценности общества).

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ

Основные направления исследований в отечественной социологии. Этапы развития отечественной социологии и ситуация в области исследовательских методов. Качественная и количественная стратегии. Дискуссия о качественных и количественных методах: ее основные выводы. Специфика качественного и количественного подходов: Теоретико-методологическая база; фокус анализа; исследовательские цели и задачи; логика анализа; вид исследования; выборка; анализ данных; представление данных; критерии надежности, стиль изложения.

МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятия методологии, ее уровни и разновидности. Методология теоретического исследования, эмпирического и прикладного. Соотношение понятий «методология», «метод», «методика», «техника». Классификация методов социологического исследования: методы сбора информации, методы обработки и анализа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М.: Наука, 1993. – С. 10-81 (Раздел “Количественные и качественные методы в социальных исследованиях”).
2. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – С. 51-76 (Раздел “Методическая “оттепель” 90-х годов: актуальность развития качественных методов в современной отечественной социологии”).
3. Маслова О.М. Методология и методы // Социология в России / Под ред. В.А. Ядова. – М.: ИС РАН, 1998. – Глава 3. – С. 70-94 (здесь об истории и современном состоянии методов в российской социологии).
4. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: “Тетра Системс”, 1998. – С. 440-553.
5. Миллз Ч. Социологическое воображение. – М.: Стратегия, 1998. – С. 222-256 (Раздел “Об интеллектуальном творчестве”).
6. Ньюмен Л. Значение методологии: три основных подхода // Социс. 1998. – № 3. – С. 122-134.
7. Рывкина Р.В. Экономическая социология переходной России. – М.: Дело, 1998. – С. 56-66 (об этапах и состоянии российской социологии).
8. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – С. 11-96 (о различиях качественного и количественного подходов).
9. Ядов В.А. Настоящее и будущее теоретической социологии в России // Социс. – 1995. – № 11. – С. 23-25.

10. Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство ”Самарский университет”, 1995. – 331 с. (о понятиях “методология”, “метод”, “методика”, “техника” – С. 31-40, о предмете социологии – С. 17-24).

11. Newman. W. Lawrence. Social research methods: qualitative and quantitative approaches. – 2nd ed. Allyn and Bacon. – 1994.

12. The Sociological Imagination / In: The students companion in sociology / Edited by Chet Ballard, Jon Gubbay, and Chris Middleton. – Blackwell publisher, 1997. – P. 23-39.

1. СТРУКТУРА И ДИЗАЙН СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. СУЩНОСТЬ И ВИДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятие социологического исследования. Основные подготовительный, основной (полевой), заключительный. исследования. Разведывательное (пилотажное), описательное, исследования: панельные, когортные, трендовые. Основные международных исследований.

этапы его проведения:
Виды социологического аналитического. Повторные проблемы сравнительных

ЛИТЕРАТУРА

1. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: “Тетра Системс”, 1998. – С. 244-252 (о видах социологического исследования) – С. 442-443 (об основных этапах социологического исследования).

2. Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство ”Самарский университет”, 1995. – 331 с. – С. 231-238 (о видах повторных и сравнительных исследований).

3. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7th edition, 1995. – Chapter 4 Research design. – P. 84-98 (здесь о видах исследований, в том числе о разновидностях повторных исследований).

1.2. ПРОГРАММА (ДИЗАЙН) СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Назначение и задачи программы социологического исследования. Содержание программы социологического исследования. Конкретная социальная ситуация. Понятие научной и практической проблемы. Цель и задачи исследования. Объект исследования. Единицы наблюдения. Предмет исследования. Исходные теоретические понятия: их интерпретация и операционализация. Соотношение понятий «переменная», «признак», «индикатор». Гипотезы исследования. Роль гипотез в научном исследовании. Требование к гипотезам. Виды гипотез: первичные, описательные, объяснительные. Гипотезы-следствия. Проверка гипотез.

Организационно-технический план исследования, его цели. Выбор методов сбора и анализа информации.

Специфика дизайна качественного исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. Учебник для высших учебных заведений. - М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.

2. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: “Тетра Системс”, 1998. – С. 452-466 (о программе социологического исследования).

3. Основы прикладной социологии. Учебник для вузов / Под. ред. Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т. 1 и 2. – 191 с.
4. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – 477 с.
5. Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство "Самарский университет", 1995. – 331 с. – С. 42-76 (о программе социологического исследования).
6. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7th edition, 1995. – Chapter 4. – Research design. – P. 100-108 (здесь о том как создавать исследовательский проект).

1.3. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД

Сущность выборочного метода, понятие выборки. Генеральная и выборочная совокупности. Единицы отбора, единицы наблюдения. Типы выборок (способы формирования выборочной совокупности). Случайный отбор и его основные принципы и способы (лотерейный, систематический). Понятие основы выборки. Модифицированные выборки, основные способы (территориальная выборка, гнездовая, стратифицированная).

Целевой отбор (неслучайная выборка), его принцип и основные способы (квотная выборка, стихийная, маршрутная, основного массива).

Объем выборки, основные факторы определяющие его. Понятие репрезентативности, ошибки репрезентативности: систематические и случайные, преднамеренные и непреднамеренные. Способы определения ошибок репрезентативности: косвенные, фактические, теоретические.

Специфика выборки в качественном исследовании: виды и объем. Выборка типичных случаев, критических, экстремальных случаев, стратифицированная, по методу "снежного кома".

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований.: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – С. 83-90. (о типах выборки в качественном исследовании).
3. Кокрен У. Методы выборочного исследования. – М.: Статистика, 1976. – 175 с.
4. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск.: "ТетраСистемс", 1998. – С. 466-477.
5. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – 477 с.
6. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – 292 с.
7. Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования. – Киев, Наукова Думка, 1986. – 184 с.
8. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7th edition, 1995. – Chapter 8. The logic of Sampling. – P. 186-228 (здесь о типах выборки и об истории выборочного метода).

2. ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ СБОРА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

2.1. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС

Метод опроса в рамках других наук. Сущность и особенности метода опроса в социологии. Познавательные возможности метода опроса в социологии. Становление метода опроса в социологии: статистическая и психологическая традиции.

Вопрос как исследовательский инструмент в социологическом опросе. Виды вопросов и их классификация: по форме, функциям и содержанию. Открытые и закрытые вопросы: их познавательные возможности, достоинства и недостатки. Логические требования к вопросу (логические ошибки). Три группы требований: 1) к формулировке вопросов; 2) к формулировкам ответов; 3) обозначение адресата.

Функции вопроса: инструментальная, индикаторная, коммуникативная. Проблема неответивших.

Анкетирование: его достоинства и ограничения. Анкета и ее структура. Принципы составления анкеты. Виды анкетного опроса: раздаточный (индивидуальный, групповой), почтовый, прессовый. История почтового опроса. Организация и проведение почтового опроса. Достоинства и недостатки почтового опроса. Проблема повышения уровня возврата анкет при почтовом опросе. Пилотаж анкеты: цели и анализ результатов. Типичные недостатки, выявляемые при пилотаже анкеты. Обычный и углубленный пилотаж анкеты.

Интервью как вид социологического опроса. Сущность метода интервью в социологии: его достоинства и ограничения. Виды интервью (по степени стандартизации и способу общения с респондентом). Особенности телефонного интервью. Проблема выборки в телефонном интервью. Проблема качества информации, полученной методом интервью. Основные этапы подготовки интервьюеров. Качества, необходимые интервьюерам.

Экспертный опрос. Его особенности, виды решаемых задач, формирование групп экспертов. Процедура работы экспертов. Мозговой штурм. Дельфийская техника.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. – М.: Высшая школа, 1989. – 176 с.
2. Бутенко И.А. «Нет ответа». Анализ методической ситуации на страницах журнала» *Public Opinion Quarterly* // Социологические исследования. – 1986. – № 4. – С. 118-122.
3. Докторов Б.З. Экспертный опрос как метод изучения общественного мнения // Социологические исследования. – 1985. – № 4. – С. 94–97.
4. Ключина Н.А. Отсутствие ответа в социологическом опросе: причины и следствия // Сравнительный анализ и методика социологических исследований. – М., 1989. – С. 144–164.
5. Ключина Н.А. Причины, вызывающие отказ от ответа // Социс. 1990. – № 1. – С. 98–105.
6. Лютынский Я. Вопрос как инструмент социологического исследования // Социологические исследования. – 1990. – № 1. – С. 89-97.
7. Маслова О. М. Познавательные возможности открытых и закрытых вопросов // Социологические исследования. – 1984. – № 2.
8. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Книга 1. (здесь о статистической и психологической традициях опроса, о логических требованиях к вопросам).
9. Методологические основы прикладной социологии // Социология. Учебное пособие. Минск.: «ТетраСистемс», 1998. – С. 482-485 (о видах вопросов).
10. Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии. – М.: АВА–ЭСТРА, 1993.

11. Федоров И.В. Причины пропуска ответов при анкетном опросе // Социологические исследования. – 1982. – № 2. – С. 185–189.
12. Шуман Г., Прессер С. Открытый и закрытый вопрос // Социологические исследования. – 1982. – № 3.
13. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – С. 143-145 (о разновидностях опросов), С. 165-177 (о специфике анкетного опроса), С. 177-185 (об особенностях интервьюирования).
14. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7-th edition, 1995. – Chapter 10. Survey Research. – P. 255-273 (здесь о раздаточном опросе, почтовом опросе, индивидуальном интервью “лицом к лицу”, телефонном интервью).

2.2. МЕТОД НАБЛЮДЕНИЯ

Метод наблюдения и особенности его применения в социологии. Понятие научного и обыденного наблюдения. Определение предмета наблюдения. Виды наблюдения (включенное, невключенное, полевое, структурированное). Явные и скрытые наблюдения. Различные роли наблюдателя. Особенности включенного наблюдения. Организация и программа проведения наблюдения. Выбор признаков и единиц наблюдения. Продолжительность и физические условия наблюдения.

Анализ результатов наблюдения. Трудности применения метода наблюдения. Достоинства и ограничения метода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
2. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – 284 с.
3. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – 224 с.
4. Никифоров А.Т., Семенов В.Е. Метод наблюдения в социально-психологических исследованиях. – Л.: Изд-во Лен. унив., 1987. – 96 с.
5. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – 477 с.
6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – 331 с.
7. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7-th edition, 1995. – Chapter 11. Field Research. P. 280-303 (здесь о разных ролях наблюдателя, о выборке для метода наблюдения, о надежности и валидности метода).

2.3. ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИИ

Понятие документа и документального источника. Особенности применения документального метода в социологическом исследовании. Ценность документального источника. Виды документов. Письменные документы, личные и официальные документы. Статистические документы. Проблема достоверности документальной информации (факторы достоверности).

Методы анализа документов. Основные проблемы метода. Традиционные и формализованные методы анализа. Внешний и внутренний анализ документа. Типичные ошибки анализа документов.

Контент-анализ: понятие и его специфика. Условия применения метода. Техника контент-анализа. Категории анализа и категории счета. Основной инструментарий: классификатор, кодировочный бланк, протокол. Процедура кодировки. Достоинства и ограничения контент-анализа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
2. Куркин В.В. Контент-анализ художественных текстов // Социологические исследования. – 1991. – №6. – С. 60-66.
3. Методические и методологические проблемы контент-анализа. – М., Л., 1973.
4. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – 224 с.
5. Проблемы контент-анализа в социологии. – Новосибирск, 1970. – 168 с.
6. Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования. – Киев: Наукова Думка, 1986. – С. 150. (принципы формирования выборочной совокупности при изучении документальных источников).
7. Федотова Л.Н. Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды. – М., 1988.
8. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7-th edition, 1995. – Chapter 12. Unobtrusive Research. – P. 305-320 (здесь о выборке для метода контент-анализа, о процедуре кодировки в контент-анализе, о достоинствах и недостатках метода).

2.4. БИОГРАФИЧЕСКИЙ МЕТОД

Сущность биографического метода в социологии. События с точки зрения деятеля, информация о внутреннем мире человека. Источники биографического метода. Схожесть с включенным наблюдением, социальной историей. Отличие от устной истории. Формы биографического метода: нарративное интервью, автобиографии, письма, дневники, мемуары, фотографии, видеофильмы, официальные архивные документы. Познавательные возможности биографического метода. Полные, тематические (по основным жизненным этапам: детство, зрелость; по сферам деятельности: семья, карьера), отредактированные “истории жизни”. Тактики: история жизни, история семьи. Практика использования биографического метода в социологии. Ф. Знанецкий, У. Томас “Польский крестьянин в Европе и Америке”.

ЛИТЕРАТУРА

1. Альмодавар Ж-П. Рассказ о жизни и индивидуальная траектория // Вопросы социологии. – 1992. – Т. 1. – № 2.
2. Берто Д., Берто-Вьям И. Наследство и род: трансляция и социальная мобильность на протяжении пяти поколений // Вопросы социологии. – 1992. – Т. 1. – № 2.
3. Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ / Под ред. В. Воронкова и Е. Здравомысловой. – СПб, 1977.
4. Биографический метод в социологии: история, методология, практика / Ред. колл. В.В. Семенова, Е.Ю. Мещеркина. – М., 1993.
5. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – Глава 3. Биографический метод. – 44-57 (здесь о сущности и истоках метода, о сборе биографического материала, его анализе и интерпретации).
6. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – С. 91 (о тактиках: истории жизни), – С. 95 (об истории семьи).

2.5. ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятие качества социологического исследования: качество цели исследования, средств, процесса и результата исследования. Характеристики результата исследования: достоверность и значимость.

Качество первичной социологической информации, Понятие надежности и ее уровни: теоретический, методический и организационный. Основные показатели надежности: правильность, устойчивость, обоснованность. Понятие валидности.

Техники для проверки надежности. 3 типа валидности: валидность по внешнему критерию (criterion-related validity), конструктивная валидность (construct validity) и содержательная валидность (content validity).

Проблема надежности качественного исследования. Виды триангуляции в качественном исследовании: методическая триангуляция, триангуляция источников, триангуляция аналитиков, теоретическая триангуляция.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учебник для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Девятко И.Ф. Диагностическая процедура в социологии. Очерк истории и теории. – М.: Наука, 1993. – 175 с.
3. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
4. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 1979. – 127 с.
5. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – С. 309-311 (о видах триангуляции в качественном исследовании).
6. Паниотто В.И. Качество социологической информации. – Киев: Наукова Думка, 1986. – 208 с.
7. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7th edition, 1995. – Validity. – P. 127–129.

2.6. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИИ

Понятие эксперимента. Сущность социального эксперимента и его отличие от естественнонаучного эксперимента. Область и границы применения социального эксперимента. Виды социального эксперимента, основания их классификации, возможности использования.

Основные этапы и характеристики социального эксперимента. Условия и основные требования проведения эксперимента. Зависимые и независимые переменные. Контрольная и экспериментальная группы. Процедуры выравнивания. Практика использования эксперимента. Достоинства и ограничения метода эксперимента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учебник для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
3. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. – СПб: Соц.-псих. центр, 1996. – 391 с.

4. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – 224 с.
5. Рывкина Р.В., Винокур А.В. Социальный эксперимент. – Новосибирск: Наука, 1968. – 168 с.
6. Хагуров А.А. Социальный эксперимент: Логико-методологические и социальные проблемы. – Ростов н/Д: изд-во Ростов. унив., 1989. – 152 с.
7. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7th edition, 1995. – Chapter 9.Experiments. – P. 232-254.

2.7. СОЦИОМЕТРИЯ

Социометрия: сущность и познавательные возможности в социологии. История развития метода. Процедура социометрии. Социоматрица и социограмма. Социометрические индексы: индивидуальные и групповые, их смысл. Возможности и ограничения метода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Методологические основы прикладной социологии // Социология. Учебное пособие. Минск: »ТетраСистемс«. 1998. (о видах вопросов см. с.482-485).
2. Морено Я.Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе. – Москва: Академический Проект, 2001. – 384 с.
3. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Издательство: Самарский университет. 1995. – С. 197-201.

3: АНАЛИЗ ДАННЫХ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

3.1. АНАЛИЗ ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятие и назначение анализа данных. Понятие и виды социологических данных. Основные этапы анализа данных социологического исследования. Обработка социологической информации. Первичная и вторичная обработка данных. Кодирование (сплошное, позиционное). Проверка на точность и полноту заполнения.

Виды анализа данных: группировка, типологизация, классификация. Простая и перекрестная группировка. Ряды распределений. Понятие частоты и доли. Дисперсия.

Теоретическая и эмпирическая типологизация. Построение моделей. Роль анализа в социологическом исследовании. Качественный анализ. Функциональный анализ. Структурный и системный анализы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учебник для высших учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
2. Батыгин Г.С. Обоснование научного вывода в прикладной социологии. – М., 1986.
3. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
4. Лакутин О.В., Толстова Ю.Н. Качественная и количественная информация в социологии // Социологические исследования. – 1993. – № 8.
5. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – 477 с.
6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – 331 с.

3.3. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА СОЦИОЛОГА

Социологическое исследование и основные этические проблемы: добровольность участия респондентов, не нанесения вреда участникам, анонимность участия, конфиденциальность полученной информации. Кодекс профессиональной этики: исследовательская деятельность, научные дискуссии, научные публикации, обследуемые, отношения с клиентами или спонсорами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – С. 286-287 (здесь о профессиональном кодексе социолога).
2. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7-th edition, 1995. – Chapter 18. The Ethics and Politics of Social Research. – P. 445-468 (здесь об этических проблемах социального исследования, кодексе социолога, политике социального исследования).
3. Research Ethics by Roger Homan. Chapter 39 // In: The student's companion to sociology / edited by Chet Ballard, Jon Gubbay, and Chris Middleton. – Blackwell Publishers, 1997. – P. 301-307 (здесь о профессиональном кодексе и этических проблемах контроля в деятельности социолога).

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. Социологическое воображение	4 ч.
2. Методология социологического исследования	2 ч.
3. Сущность и виды социологического исследования	2 ч.
4. Программа социологического исследования	2 ч.
5. Интерпретация понятий исследования	2 ч.
6. Гипотезы в социологическом исследовании и их проверка	1 ч.
7. Организационно-технический план социологического исследования	1 ч.
8. Выборочный метод	2 ч.
9. Репрезентативность выборки	2 ч.
10. Социологический опрос	2 ч.
11. Анкетирование	2 ч.
12. Интервьюирование	2 ч.
13. Наблюдение в социологическом исследовании	2 ч.
14. Документальный метод	2 ч.
15. Формализованный метод анализа документов: контент-анализ	2 ч.
16. Биографический метод	2 ч.
17. Качество социологического исследования	2 ч.
18. Эксперимент в социологическом исследовании	2 ч.
19. Профессиональная этика социолога	2 ч.
ИТОГО	38 ч.

1. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ВООБРАЖЕНИЕ

1. Что такое социологическое воображение и зачем оно нужно?
2. Каким образом, по мнению, Ч.Р. Миллса можно развить в себе социологическое воображение?

Литература

1. Миллз Ч. Социологическое воображение. – М.: Стратегия, 1998. – С. 222-256.
2. The Sociological Imagination / In: The students companion in sociology. Edited by Chet Ballard, Jon Gubbay, and Chris Middleton. Blackwell publisher, 1997. – P. 23-39.

Контрольные вопросы

1. Необходимо ли социологическое воображение в повседневной практике? Как проявляется данная необходимость?

2. МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Что такое методология, метод, методика, техника?
2. Основные количественные и качественные методы
3. В чем заключается особенность количественного и качественного подходов?
4. Современная ситуация в области методов в российской социологии

Литература

1. Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М.: Наука, 1993. – С. 10-81.
2. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – С. 51-76.

3. Маслова О.М. Методология и методы // Социология в России. Ред. В.А.Ядов. – М.: ИС РАН. 1998. –С. 70-94.
4. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: “Тетра Системс”, 1998. – С. 440-553.
5. Ньюмен Л. Значение методологии: три основных подхода // Социс. – 1998. – №3 – С. 122-134.
6. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – С. 11-96.
7. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Издательство: Самарский университет. 1995. – С. 17-24, 31-40.

Контрольные вопросы

1. Каково соотношение понятий методология и методы?
2. Каковы различия и сходства качественного и количественного подходов?
3. Что может влиять на выбор стратегии исследователя?

3. СУЩНОСТЬ И ВИДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Что такое социологическое исследование и в чем состоит его значение, важность?
2. Содержание различных видов исследования: разведывательное (пилотажное), описательное, аналитическое исследования
3. Повторные исследования: панельные, когортные, трендовые
4. Международные и межрегиональные исследования, их цели
5. Понятие социологического мониторинга

Литература

1. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: “ТетраСистемс”, 1998. – С.244-252.
2. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – С. 231-238.
3. Babbie, E. The practice of social research. Wadsworth Publishing Company. 7th edition. 1995. Chapter 4 Research design. PP.84-98.

Контрольные вопросы

1. Каково основное назначение повторных исследований?
2. Каковы отличительные черты описательного и аналитического исследований?

4. ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Назначение программы
2. Понятие проблемной ситуации. Проблема исследования
3. Цели и задачи исследования
4. Реализация замысла в качественном исследовании (определение проблемы, формулировка целей)

Литература

1. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: “Тетра Системс”, 1998. – С. 452-466.
2. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Издательство: Самарский университет, 1995. – С. 42-76.

3. Babbie, E. The practice of social research. Wadsworth Publishing Company. 7th edition.
4. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – С. 32-36.
5. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т. 1 и 2. – 191 с.
6. Бутенко И.А. Организация прикладного социального исследования. – М.: Тривола, 1998. – 228 с. (гл.2. – цели прикладного исследования, гл.4. – взаимоотношения с заказчиком, условия формирования заказа).
7. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998 – С. 142 – об основных принципах качественного исследования, выборе проблемы и целей.

Контрольные вопросы

1. Раскройте содержание каждого элемента программы. Существует ли зависимость между элементами программы? Какова она?
2. Как соотносятся цели и задачи исследования?

5. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОНЯТИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Необходимость интерпретации понятий
2. Уровни интерпретации
3. Операциональные понятия и индикаторы

Литература

1. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – 331 с.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – С. 40-61.
3. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред. Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т.1 и 2. – 191 с.
4. Бутенко И.А. Организация прикладного социального исследования. – М.: Тривола, 1998. – 228 с.

Контрольные вопросы

1. На каких методологических принципах основана интерпретация понятий?
2. Как соотносятся операциональное понятие, переменная, признак и индикатор?
3. Выделите основные понятия в вашем исследовании.

6. ГИПОТЕЗЫ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ И ИХ ПРОВЕРКА

1. Роль гипотезы в научном исследовании
2. Требования к построению гипотез
3. Виды гипотез
4. Проверка гипотез

Литература

1. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Издательство: Самарский университет, 1995. – 331с.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – С. 80-91.

3. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т.1 и 2. – 191с.
4. Бутенко И.А. Организация прикладного социального исследования. – М.: Тривола, 1998. – 228 с.

Контрольные вопросы

1. С чем связана необходимость требований к построению гипотез?
2. Для чего проверяются гипотезы?

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПЛАН СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Необходимость рабочего плана программы
2. Обоснование методов сбора и анализа данных

Литература

1. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Издательство: Самарский университет, 1995. – 331с.
2. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т.1 и 2. – 191с.
3. Бутенко И.А. Организация прикладного социального исследования. – М.: Тривола, 1998. – 228 с.

Контрольные вопросы

1. Каковы цели процедурного раздела программы?
2. На чем обоснован выбор того или иного метода сбора данных?

8. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД

1. Понятие выборки, единицы отбора, единицы наблюдения
2. Типы выборки
3. Формирование выборки

Литература

1. Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7th edition. 1995. Chapter 8. The logic of Sampling. pp. 286-228. (здесь о типах выборки и об истории выборочного метода).
2. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983 – С. 257-281.
3. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – С. 145-187 – проектирование выборки, понятия выборочного метода, с. 171 – случайный отбор.
4. Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования. – Киев, Наукова Думка, 1986. – С. 39 – о влиянии особенностей объекта исследования на структуру выборки, С. 61-86 – проблемы выборки.
5. Кокрен У. Методы выборочного исследования. – М.: Статистика, 1976. – 175 с.
6. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. –150 с. – о выборе конкретных лиц в качественном исследовании.
7. Территориальная выборка в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1978. – 218 с.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается сущность выборочного метода?
2. Каковы особенности, преимущества и ограничения каждого типа выборки?
3. Существуют ли виды исследований, где выборка недопустима?

9. РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ ВЫБОРКИ

1. Понятие репрезентативности
2. Ошибки репрезентативности
3. Статистические и нестатистические подходы к репрезентативности

Литература

1. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983 – С. 258-263 – об ошибках репрезентативности.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – С. 176-187 – о репрезентативности выборки, случайные и систематические ошибки репрезентативности.
3. Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования. – Киев, Наукова Думка, 1986. – С. 87–112 – об ошибках репрезентативности.
4. Кокрен У. Методы выборочного исследования. – М.: Статистика, 1976. – 175 с.

Контрольные вопросы

1. Каковы основные причины ошибок репрезентативности?
2. Каковы отличия методов проверки репрезентативности?

10. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС

1. Становление метода опроса в социологии: статистическая и психологическая традиции
2. Познавательные возможности метода опроса в социологии
3. Виды вопросов, их классификация

Литература

1. Маслова О. М. Познавательные возможности открытых и закрытых вопросов // Социологические исследования. – 1984. – № 2.
2. Методологические основы прикладной социологии // Социология: Учебное пособие. – Минск: "ТетраСистемс", 1998. – С. 482-485.
3. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Книга 1.
4. Основы прикладной социологии / Под ред. Шереги Ф. – Москва. 1995. – Том 1. – С. 87-107.
5. Шуман Т., Прессер С. Открытый и закрытый вопрос // Социологические исследования. – 1982. - № 3.

Контрольные вопросы

1. Каковы познавательные возможности опросного метода в социологии?
2. Каковы условия применения опросного метода?

11. АНКЕТИРОВАНИЕ

1. Сущность анкетирования, его разновидности, достоинства и ограничения
2. Структура анкеты
3. Пропуск ответов при анкетном опросе
4. Разновидности анкетирования: почтовый и прессовый опросы. Проблема повышения уровня возврата анкет при почтовом опросе

Литература

1. Бутенко И.А. «Нет ответа». Анализ методической ситуации на страницах журнала «Public Opinion Quarterly» // Социологические исследования. – 1986. – № 4. – С. 118-122.
2. Ключина Н.А. Отсутствие ответа в социологическом опросе: причины и следствия // Сравнительный анализ и методика социологических исследований. – М., 1989. – С. 144-164.
3. Ключина Н.А. Причины, вызывающие отказ от ответа // Социс. – 1990. – № 1. – С. 98-105.
4. Федоров И.В. Причины пропуска ответов при анкетном опросе // Социологические исследования. – 1982. – № 2. – С. 185–189.
5. Основы прикладной социологии / Под ред. Шереги Ф. – Москва, 1995. – Том 1. – С. 107-117.
6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – С. 143-145. – о разновидностях опросов; С. 165-177. – о специфике анкетного опроса.
7. Babbie, E. The practice of social research. Wadsworth Publishing Company. 7-th edition. 1995. Chapter 10. Survey Research. PP. 258-262 (здесь о раздаточном анкетировании, почтовом опросе, проблеме репрезентативности выборки при почтовом опросе и повышения уровня возврата анкет).

Контрольные вопросы

1. Каковы достоинства и ограничения разновидностей анкетирования?
2. Каковы основные проблемы при составлении анкеты?

12. ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЕ

1. Специфика интервью в социологии, разновидности интервью
2. Подготовка интервьюеров и требования к ним

Литература

1. Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии. – М.: АВА–ЭСТРА, 1993. – С. 35-52.
2. Ядов В. А. Социологическое исследование: Методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – С. 177-186.
3. Babbie, E. The practice of social research. Wadsworth Publishing Company. 7-th edition. 1995. Chapter 10. Survey Research. PP. 264-270 (здесь об индивидуальном интервью “лицом к лицу”, телефонном интервью).

Контрольные вопросы

1. Каковы основные достоинства и ограничения интервью?
2. Почему необходимо уделять внимание подготовке интервьюеров?

13. НАБЛЮДЕНИЕ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

1. Познавательные возможности метода наблюдения в социологии
2. Выбор признаков и единиц наблюдения
3. Включенное наблюдение
4. Трудности применения метода наблюдения

Литература

1. Babbie, E. The practice of social research. Wadsworth Publishing Company. 7-th edition. 1995. Chapter 11. Field Research. PP. 280-303 (здесь о разных ролях наблюдателя, о выборке для метода наблюдения, о надежности и валидности метода).

2. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – С. 150-167 – понятие и особенности наблюдения социологии; С. 154 - виды наблюдения; С. 168-188 – программа наблюдения).

3. Никифоров А.Т., Семенов В.Е. Метод наблюдения в социально–психологических исследованиях. – Л.: Изд-во Лен. унив., 1987. – С. 48 - об использовании технических средств в наблюдении; С. 55 – схема наблюдения.

4. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – С. 15-31 – о включенном наблюдении, о роли наблюдателя, с.31-44 – процесс анализа и описание результатов наблюдения.

5. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – 284 с.

6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Издательство: Самарский университет, 1995. – 331 с.

7. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – С. 340 – о роли наблюдения в социологии.

Контрольные вопросы

1. Чем отличается научное наблюдение от обыденного?
2. Каковы познавательные возможности метода?
3. Каковы основные ограничения применения метода наблюдения?

14. ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ МЕТОД

1. Особенности применения метода в социологическом исследовании
2. Виды документов
3. Работа со статистическими документами

Литература

1. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – С. 39-46.

2. Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования. – Киев, Наукова Думка, 1986. – С. 150 – принципы формирования выборочной совокупности при изучении документальных источников).

3. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – С. 298- 340.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается отличие использования документов в научных целях и повседневных?
2. Какова специфика работы со статистическими документами?

15. ФОРМАЛИЗОВАННЫЙ МЕТОД АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ: КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

1. Сущность контент-анализа и условия его применения
2. Значение метода в практике анализа документов (возможности и ограничения)
3. Техника контент-анализа (качественные и количественные единицы)
4. Инструментарий метода

Литература

1. Богомолова Н.Н., Стефаненко Н.Г. Контент-анализ. – М.: Наука, 1992.
2. Проблемы контент-анализа в социологии. – Новосибирск, 1970. – 168 с.
3. Методические и методологические проблемы контент-анализа // Тезисы докладов. Рабочее совещание. – М., 1973. – Вып. 1.
4. Федотова Л.Н. Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды. – М., 1988.
5. Куркин В.В. Контент-анализ художественных текстов // Социол. исслед. – 1991. – № 6. – С. 60-66.

Контрольные вопросы

1. Каковы основные причины поиска данного метода анализа?
2. Каковы условия применения контент-анализа?
3. Каковы основные трудности составления инструментария метода?

16. БИОГРАФИЧЕСКИЙ МЕТОД

1. Сущность и познавательные возможности биографического метода
2. Источники биографических данных
3. Основные типы “историй жизни”
4. Тактика истории семьи

Литература

1. Альмодавар Ж-П. Рассказ о жизни и индивидуальная траектория // Вопросы социологии. – 1992. – Т. 1. – № 2.
2. Биографический метод // В: Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – Глава 3. – С. 44-57.
3. Знанецкий Ф. Мемуары как объект исследования // Социологические исследования. – 1989. – № 1 – С. 88-97.
4. Козлова Н.Н. Крестьянский сын: опыт биографического исследования // Социологические исследования. – 1994. – № 6. – С. 112-123.
5. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – С. 91, 95.

Контрольные вопросы

1. Каковы причины необходимости обращения к биографическому методу?

17. КАЧЕСТВО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Понятие качества в количественном исследовании
2. Критерии измерения качества (надежность, валидность)
3. Проблемы надежности качественного исследования
4. Виды триангуляции

Литература

1. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – С. 309-311.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
3. Девятко И.Ф. Диагностическая процедура в социологии. Очерк истории и теории. – М.: Наука, 1993. – 175 с.
4. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
5. Паниотто В.И. Качество социологической информации. – Киев, Наукова Думка, 1986. – 208 с.
6. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 1979. – 127 с.

Контрольные вопросы

1. Каковы причины постановки проблемы качества социологической информации?

18. ЭКСПЕРИМЕНТ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

1. Область применения социального эксперимента
2. Виды экспериментов
3. Основные этапы эксперимента (разработка зависимых и независимых переменных)

Литература

1. Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – 224 с.
2. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – С. 190-227 – экспериментальный метод в социологии, проблемы описания эксперимента; С. 203 – 206 – планирование эксперимента.
3. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – С. 57-62 – о видах эксперимента, С. 62-71 – экспериментальные планы с контрольной группой.
4. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. – СПб: Соц.-псих. центр, 1996. – 391 с.
5. Рывкина Р.В., Винокур А.В. Социальный эксперимент. – Новосибирск: Наука, 1968. – 168 с.
6. Хагуров А.А. Социальный эксперимент: Логико-методологические и социальные проблемы. – Ростов н/Д: изд-во Ростов. унив., 1989. – 152 с.

Контрольные вопросы

1. Назовите основные области применения эксперимента.
2. Каковы черты сходства и различия естественно-научного и социального экспериментов?

19. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА СОЦИОЛОГА

1. Основные положения профессионального кодекса социолога
2. Этические проблемы, возникающие при проведении социологического исследования

Литература

1. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Издательство: Самарский университет, 1995. – С. 286-287.

2. Babbie, E. The practice of social research. Wadsworth Publishing Company. 7-th edition. 1995. Chapter 18. The Ethics and Politics of Social Research. pp. 445-468 – здесь об этических проблемах социального исследования, кодексе социолога, политике социального исследования.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО КУРСУ
МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

1. Контрольные вопросы
2. Перечень вопросов контрольных работ
3. Экзаменационные вопросы
4. Перечень тем для индивидуальных исследовательских проектов
5. Требования к выполнению исследовательских проектов
6. Литература к курсу

1. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Необходимо ли социологическое воображение в повседневной практике? Как проявляется данная необходимость?
2. Каково соотношение понятий методология и методы?
3. Каковы различия и сходства качественного и количественного подходов?
4. Что может влиять на выбор стратегии исследователя?
5. Каково основное назначение повторных исследований?
6. Каковы отличительные черты описательного и аналитического исследований?
7. Раскройте содержание каждого элемента программы. Существует ли зависимость между элементами программы? Какова она?
8. Как соотносятся цели и задачи исследования?
9. На каких методологических принципах основана интерпретация понятий?
10. Как соотносятся операциональное понятие, переменная, признак и индикатор?
11. Выделите основные понятия в вашем исследовании.
12. С чем связана необходимость требований к построению гипотез?
13. Для чего проверяются гипотезы?
14. Каковы цели процедурного раздела программы?
15. На чем обоснован выбор того или иного метода сбора данных?
16. В чем заключается сущность выборочного метода?
17. Каковы особенности, преимущества и ограничения каждого типа выборки?
18. Существуют ли виды исследований, где выборка недопустима?
19. Каковы основные причины ошибок репрезентативности?
20. Каковы отличия методов проверки репрезентативности?
21. Каковы познавательные возможности опросного метода в социологии?
22. Каковы условия применения опросного метода?
23. Каковы достоинства и ограничения разновидностей анкетирования?
24. Каковы основные проблемы при составлении анкеты?
25. Каковы основные достоинства и ограничения интервью?
26. Почему необходимо уделять внимание подготовке интервьюеров?
27. Чем отличается научное наблюдение от обыденного?
28. Каковы познавательные возможности метода?
29. Каковы основные ограничения применения метода наблюдения?
30. В чем заключается отличие использования документов в научных целях и повседневных?
31. Какова специфика работы со статистическими документами?
32. Каковы основные причины поиска данного метода анализа?
33. Каковы условия применения контент-анализа?
34. Каковы основные трудности составления инструментария метода?
35. Каковы причины необходимости обращения к биографическому методу?
36. Каковы причины постановки проблемы качества социологической информации?
37. Назовите основные области применения эксперимента.
38. Каковы черты сходства и различия естественно-научного и социального экспериментов?

2. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

1. Опишите основные направления социологических исследований в отечественной социологии за последние пять лет (на основе анализа журнала "Социс")
2. В чем заключается особенность количественного и качественного подходов?
3. Возможности и ограничения теоретических и прикладных исследований
4. Какова зависимость основных пунктов программы исследования между собой?
5. Опишите основные моменты уровней интерпретации понятий
6. Составьте перечень индикаторов по теме вашего исследования
7. На каких методологических принципах строится использование выборочного метода в социологическом исследовании?
8. Обоснуйте возможность применения выборочного метода в социологии
9. Достоинства и ограничения анкетирования
10. Достоинства и ограничения интервьюирования
11. Обоснуйте тезис: без документальной информации нельзя обойтись ни в одном исследовании
12. Какое значение имеет каждая из процедур контент-анализа?
13. Основные отличительные черты использования документальной информации в научных целях от обычного ее использования
14. Значение метода контент-анализа в практике анализа документов (возможности и ограничения)
15. Основные параметры надежности социологической информации и их особенности
16. Общее и черты различия естественнонаучного и социального экспериментов

3. ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

1. Современное состояние ситуации в области исследовательских методов
2. Специфика качественного и количественного подходов
3. Понятие социологического исследования и его виды
4. Основное назначение программы социологического исследования
5. Методологический раздел программы и его задачи
6. Цели процедурного раздела программы
7. Гипотезы исследования и их разновидности
8. Специфика программы качественного исследования
9. Сущность выборочного метода
10. Типы выборок (способы формирования выборки)
11. Понятие репрезентативности выборки
12. Специфика выборки в качественном исследовании
13. Сущность и особенности опросного метода в социологии
14. Специфика анкетирования и его разновидности
15. Интервью как вид социологического опроса
16. Вопрос как исследовательский инструмент и его виды
17. Особенности экспертного опроса
18. Особенности применения метода наблюдения
19. Ценность документального метода
20. Виды документов: их достоинства и недостатки
21. Метод анализа документов: контент-анализ, его специфика
22. Техника контент-анализа
23. Сущность биографического метода и основные формы
24. Проблема качества социологического исследования. Понятие надежности
25. Характеристика социального эксперимента и его этапы
26. Анализ данных социологического исследования

5. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ

Исследовательский проект – самостоятельная работа студента, где он проходит все процедуры, действия социолога-профессионала. Студенты над проектом могут работать в паре. Условно вся работа над проектом делится на четыре этапа. Начинается работа над проектом с выбора темы (направления) исследования. Затем студент приступает к просмотру и анализу литературы по данной теме. Подбор литературы осуществляется самостоятельно. На специальных занятиях каждый студент должен выступить с анализом (обзором) литературы по выбранной теме.

Второй этап – идет работа над программой исследования: описание проблемной ситуации, формулировка проблемы, объекта и предмета исследования, затем постановка цели и задач, обязательно уточняются основные понятия данного исследования, системный анализ (перечень внешних и внутренних факторов) объекта, выдвижение гипотез исследования. Завершается программа рабочим планом исследования и обоснованием того или иного метода сбора данных.

В обязательном порядке требуется проект выборки с обоснованием способа отбора. На этом заканчивается первый этап работы над проектом.

Третий этап связан с разработкой инструментария. Одно из условий проекта обязательное использование опросного метода (анкетирования или структурированного интервью). Студент прилагает к проекту образец анкеты или бланк интервью, которые предварительно проходят пилотаж.

Четвертый этап – самостоятельный сбор данных. С последующей обработкой (возможно вручную) результатов, некоторый анализ и интерпретация. Завершается работа – представлением результатов в форме отчета.

Структура отчета:

- титульный лист с указанием темы и исполнителями,
- введение, где представлен анализ литературы,
- программа исследования (со всеми пунктами),
- результаты опроса (описание и анализ), обязательно таблицы с данными,
- образец инструментария,
- выводы,
- список использованной литературы.

6. ЛИТЕРАТУРА К КУРСУ

- Альмодовар Ж.-П. Рассказ о жизни и индивидуальная траектория: сопоставление масштабов анализа // Вопросы социологии. – М.: Адапт, 1992. – Том 1. – № 2. – С. 98-105.
- Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологического исследования: Учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
- Батыгин Г.С. Обоснование научного вывода в прикладной социологии. – М., 1986.
- Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М.: Наука, 1993.
- Берто Д., Берто-Вьям И. Наследство и род: трансляция и социальная мобильность на протяжении пяти поколений // Вопросы социологии. – М.: Адапт, 1992. – Том 1. – № 2. – С. 106-122.
- Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ / Под ред. В. Воронкова и Е. Здравомысловой. – СПб, 1977.
- Биографический метод в социологии: история, методология, практика / Ред. колл. В.В. Семенова, Е.Ю. Мещеркина. – М., 1993.
- Богомолова Н.Н., Стефаненко Н.Г. Контент-анализ. – М.: Наука, 1992. – 232 с.
- Бургос М. История жизни. Рассказывание и поиск себя // Вопросы социологии. – М.: Адапт, 1992. – Том 1. – № 2. – С. 123-130.
- Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. – М.: Высшая школа, 1989. – 176 с.
- Бутенко И.А. «Нет ответа». Анализ методической ситуации на страницах журнала «Public Opinion Quarterly» // Социологические исследования. – 1986. – № 4. – С. 118-122.
- Бутенко И.А. Организация прикладного социального исследования. – М.: Тривола, 1998. – 228 с.
- Бутенко И.А. Прикладная социология: наука и искусство. – М.: Издательство «Анкил», 1999. – 186 с.
- Девятко И.Ф. Диагностическая процедура в социологии. Очерк истории и теории. – М.: Наука, 1993. – 175 с.
- Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998. – 208 с.
- Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. – Л.: Наука, 1979. – 127 с.
- Докторов Б.З. Экспертный опрос как метод изучения общественного мнения // Социологические исследования. – 1985. – № 4. – С. 94-97.
- Знанецкий Ф. Мемуары как объект исследования // Социологические исследования. – 1989. – № 1 – С. 88-97.
- Клюшина Н.А. Отсутствие ответа в социологическом опросе: причины и следствия // Сравнительный анализ и методика социологических исследований. – М., 1989. – С. 144-164.
- Клюшина Н.А. Причины, вызывающие отказ от ответа // Социс. – 1990. – № 1. – С. 98-105.
- Клюшина Н.А. Сравнительный анализ и методика социологических исследований. – Москва. – 1989. – С. 144-164.
- Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999. – 380 с.
- Козлова Н.Н. Крестьянский сын: Опыт биографического исследования // Социологические исследования. – М.: Наука, 1994. – № 6. – С.112-123.
- Кокрен У. Методы выборочного исследования. – М.: Статистика, 1976. – 175 с.
- Куркин В.В. Контент-анализ художественных текстов // Социологические исследования. – 1991. – № 6. – С. 60-66.
- Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. – СПб.: Соц.-псих. центр, 1996. – 391 с.
- Маслова О.М. Познавательные возможности открытых и закрытых вопросов // Социологические исследования. – 1984. – № 2.

- Методологические и методические проблемы контент-анализа / Отв. ред.
А.Г. Здравомыслов // Тезисы докладов. Рабочее совещание. – М.-Л.: ИСИ АН СССР, 1973.
- Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Книга 1. – 232 с.
- Методы сбора информации в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2. – 224 с.
- Миллз Ч. Социологическое воображение. – М.: Стратегия, 1998.
- Морено Я. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе/ Пер. с англ. – М.: Академический проект, 2001. – 384 с.
- Никифоров А.Т., Семенов В.Е. Метод наблюдения в социально–психологических исследованиях. – Л.: Изд-во Лен. унив., 1987.
- Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии. – М.: АВА–ЭСТРА, 1993. – 243 с.
- Ньюмен Л. Значение методологии: три основных подхода // Социс. – 1998. – №3.
- Основы прикладной социологии: Учебник для вузов / Ред. Шереги Ф.Э., Горшкова М.А. – М.: Academia, 1995. – Т. 1 и 2. – 191 с.
- Паниотто В.И. Качество социологической информации. – Киев: Наукова Думка, 1986. – 208 с.
- Проблемы контент-анализа в социологии. – Новосибирск, 1970. – 168 с.
- Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1983. – 477 с.
- Рывкина Р.В. Экономическая социология переходной России. – М.: Дело. 1998. – 476 с.
- Рывкина Р.В., Винокур А.В. Социальный эксперимент. – Новосибирск: Наука, 1968. – 168 с.
- Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – 292 с.
- Социология: Учебное пособие. – Минск: “Тетра Системс”, 1998. – С. 452-466.
- Социология в России / Ред. В.А.Ядов. – М.: ИС РАН. 1998.
- Территориальная выборка в социологическом исследовании. – М.: Наука, 1978. – 218 с.
- Федоров И.В. Причины пропуска ответов при анкетном опросе // Социологические исследования. – 1982. – № 2.
- Федотова Л.Н. Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды. – М., 1988.
- Хагуров А.А. Социальный эксперимент: Логико-методологические и социальные проблемы. – Ростов н/Д: изд-во Ростов. унив., 1989. – 152 с.
- Чередниченко В.А. Применение экспертных оценок в социологическом исследовании // Социологические исследования. – 1981. – № 3.
- Чурилов Н.Н. Проектирование выборочного социологического исследования. – Киев: Наукова Думка, 1986. – 184 с.
- Шуман Г., Прессер С. Открытый и закрытый вопрос // Социологические исследования. – 1982. – № 3.
- Ядов В.А. Настоящее и будущее теоретической социологии в России // Социс. – 1995. – № 11. – С. 23-25.
- Ядов В.В. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара: Издательство “Самарский университет”, 1995. – 331 с.
- Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 2001. – 596 с.
- Babbie, E. The practice of social research. – Wadsworth Publishing Company. 7-th edition. 1995. – 476 p.
- Newman. W. Lawrence. Social research methods: qualitative and quantitative approaches. – 2nd ed. Allyn and Bacon. – 1994.
- The students companion in sociology / Edited by Chet Ballard, Jon Gubbay, and Chris Middleton. – Blackwell publisher, 1997. – P. 23-39.