

Министерство просвещения Республики Казахстан  
Национальная академия образования им. Ы. Алтынсарина



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ  
МЕТОДОВ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СИСТЕМЕ  
СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Астана, 2025

Рекомендовано Научно-методическим советом Национальной академии образования им. И. Алтынсарина (протокол №2 от 5 июня 2025 года).

**Методические рекомендации по применению методов социальных исследований в системе среднего образования.** – Астана: Национальная академия образования им. И.Алтынсарина, 2025. – 160 с.

Методические рекомендации направлены на оказание помощи педагогам организации учебно-воспитательного процесса, способствующего применению методов социальных исследований в системе среднего образования. включают описание адаптированных методов (анкетирование, интервью, наблюдение, контент-анализ и др.), примеры их практического применения, а также формы интеграции исследовательской деятельности в урочную и внеурочную работу. Особое внимание уделено возрастным особенностям школьников, роли педагога в организации и сопровождении исследований, а также педагогическим условиям, способствующим развитию социальной активности учащихся.

Работа может быть полезна учителям обществознания, истории, классным руководителям, а также методистам, заинтересованным в развитии исследовательской культуры в школьной среде.

## Введение

Современная система среднего образования претерпевает существенные изменения в связи с глобальными социальными, технологическими и культурными трансформациями. В условиях информационного общества, цифровизации всех сфер жизни и роста общественных ожиданий в отношении качества образования возникает необходимость не только передавать обучающимся определённую сумму знаний, но и формировать у них умения исследовать, анализировать, интерпретировать и осмысленно применять информацию в реальной жизни.

Одним из эффективных инструментов достижения этих целей выступают методы социальных исследований. Эти методы позволяют учащимся глубже понять социальные процессы, происходящие в их ближайшем окружении и в обществе в целом, формируют навыки критического мышления, умение ставить исследовательские вопросы, собирать и анализировать данные, формулировать выводы и принимать решения на основе объективной информации. Применение методов социальных исследований в системе среднего образования открывает широкие возможности для реализации деятельностного и личностно-ориентированного подхода к обучению, а также способствует формированию у школьников гражданской ответственности и социокультурной компетентности.

Методы социальных исследований традиционно ассоциируются с академической социологией, политологией, культурологией, социальной психологией. Однако их адаптация для целей школьного образования не означает простого переноса сложных исследовательских схем в школьную практику. Наоборот, речь идет о создании таких условий, при которых методы социальных исследований становятся доступными, понятными и полезными для школьников, а педагог получает инструментарий для развития их исследовательской, аналитической и гражданской компетентности.

Несмотря на высокую значимость использования методов социальных исследований в школьной практике, на сегодняшний день наблюдается дефицит системных методических разработок, которые помогли бы педагогам интегрировать эти методы в учебный процесс. Отдельные попытки внедрения исследовательской деятельности в школы часто носят разрозненный характер, зависят от личной инициативы педагогов и отсутствия единых стандартов и рекомендаций.

Методические рекомендации разработаны с целью восполнения этого пробела и оказания методической помощи педагогам, руководителям образовательных организаций, методистам, а также другим специалистам, заинтересованным в модернизации образовательного процесса через включение в него исследовательского компонента на основе социальных методов.

Целью данных методических рекомендаций является создание научно обоснованной и практико-ориентированной основы для использования методов социальных исследований в системе среднего образования как инструмента развития критического мышления, исследовательских и коммуникативных

навыков, а также формирования социальной и гражданской ответственности обучающихся.

Для реализации данной цели необходимо решение ряда взаимосвязанных задач.

Задачи методических рекомендаций

- раскрыть содержание и структуру методов социальных исследований;
- обосновать систему среднего образования по применению методов развития социальных исследований;
- предложить практические рекомендации для педагогов по организации учебно-воспитательного процесса, способствующего применению методов социальных исследований в образовании.

Методические рекомендации по применению методов социальных исследований в систему среднего образования – это стратегически важное направление, позволяющее формировать у обучающихся не только предметные знания, но и личностные качества, необходимые для жизни в сложном и быстро меняющемся мире. Эти методы не просто обогащают учебный процесс, но делают его более осмысленным, интересным и практико-ориентированным. Они позволяют ученику стать не пассивным потребителем знаний, а активным исследователем и участником образовательного процесса, способным самостоятельно анализировать, делать выводы и предлагать решения.

Методические рекомендации призваны стать опорой для педагогов, стремящихся обновить свои подходы, включить в практику исследовательские формы работы и создать условия для становления современного, критически мыслящего и социально ответственного выпускника

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБРАЗОВАНИИ

**Социальное исследование** — исследование социальных объектов, отношений, процессов, направленное на получение новой информации и выявление закономерностей общественной жизни на основе теорий, методов и процедур, принятых в социологии.

Социальное исследование как процесс логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных единой целью — получение достоверных данных об изучаемом социальном явлении для последующих изменений или сохранения текущей ситуации.

Различают три основных вида социологического исследования: разведывательное (зондажное, пилотажное), описательное и аналитическое.

Разведывательное исследование — это самый простой вид социологического анализа, позволяющий решать ограниченные задачи. По сути, при использовании данного типа идет испытание инструментария (методических документов): анкеты, опросного листа, карточек, изучения документов и др.

Программа такого исследования упрощена, как и инструментарий. Обследуемые совокупности невелики — от 20 до 100 человек. Разведывательное исследование, как правило, предваряет глубокое изучение проблемы. В ходе него уточняются цели, гипотезы, задачи, вопросы и их формулировка.

Описательное исследование — это более сложный вид социологического анализа. С его помощью изучают эмпирическую информацию, дающую относительно целостное представление об изучаемом социальном явлении. Объект анализа — большая социальная группа, например, трудовой коллектив большого предприятия.

В описательном исследовании может быть применен один или несколько способов сбора эмпирических данных. Сочетание методов повышает достоверность и полноту информации, позволяет сделать более глубокие выводы и обосновать рекомендации.

Самый серьезный вид социологического исследования — аналитическое исследование. Оно не только описывает элементы изучаемого явления или процесса, но и позволяет выяснить причины, лежащие в его основе. В нем изучается совокупность многих факторов, обосновывающих то или иное явление. Аналитические исследования, как правило, завершают разведывательное и описательное, в ходе которых собирались сведения, дающие предварительное представление об определенных элементах изучаемого социального явления или процесса [1].

Одним из самых выдающихся достижений Эмиля Дюркгейма (1858–1917) является то, что он последовательно и крайне успешно работал над институционализацией социологии как академической дисциплины. В точности формулировки предмета социологии, в инновационности методологии и способности создать социологическую школу Дюркгейм не знает себе равных.

Его имя навсегда прочно ассоциируется с этой наукой. Тем не менее, многие забывают, что Дюркгейм внёс неоценимый вклад в социологическое изучение права, что позволило активно опираться на его теоретические выкладки и представителям социологии права.

Прежде чем, перейти к вопросам права в теоретических концепциях Эмиля Дюркгейма, остановимся немного на его ключевых идеях. Под влиянием работ Огюста Конта, который в 1830-х годах впервые ввёл термин социология для обозначения позитивной науки об обществе, и немецкой «позитивной науки о морали», в первую очередь Вильгельм Вундт и его «Этики» [25], Дюркгейм разрабатывает и предлагает своё виденье социологии как научного исследования социальных фактов [27]. Социальный факт, согласно Дюркгейму, является основным понятием его социологической теории. Дюркгейм определял социальный факт как внешнюю сиюминутную или продолжающуюся форму поведения, мышления или ощущений, обладающую властью над индивидуумом и обязательной для него, независимо от его индивидуальных желаний и предпочтений.

Дюркгейм утверждал, что социальные факты существуют независимо от отдельных индивидов и имеют объективное существование в обществе. Они представляют собой коллективные нормы, ценности, обычаи и институты, которые регулируют поведение людей и формируют основу социальной жизни. Социальные факты влияют на индивидуумов через механизмы социализации и общественного контроля.

Для Дюркгейма социальные факты были объективными и внешними по отношению к индивидуумам. Он считал, что они проявляются в форме коллективных представлений, которые обретают силу и авторитет благодаря своей распространённости в обществе. Социальные факты не существуют только в уме индивидов, но проявляются и реализуются во внешнем мире через коллективные действия и социальные институты. «Социальным фактом является всякий способ действий, устоявшийся или нет, способный оказывать на индивида внешнее принуждение; или иначе: распространённый на всем протяжении данного общества, имеющий в то же время своё собственное существование, независимое от его индивидуальных проявлений» [26: С.421].

В социологическом исследовании можно выделить три основных этапа: 1) разработка программы и приемов исследования; 2) проведение эмпирического исследования; 3) обработка и анализ данных, формирование выводов, составление отчета.

### **Методология социологии как основа познания социальной действительности.**

Говоря о методологических аспектах социологического исследования, необходимо четко представлять, что такое методология. Термин «методология» происходит от греческого *methodos* – способ познания и *logos* – учение, слово. Этот термин имеет три основных трактовки:

- *Наука о способе познания.*
- *Система наиболее общих принципов, положений и методов, составляющих основу данной науки.*
- *Совокупность приемов исследования, применяемых в данной науке.*

[11].

Когда мы говорим о методологии социологии, то используем термин «методология» во втором из указанных значений. Применительно же к методологии социологического исследования можно использовать третье значение понятия «методология», которое близко к методическим аспектам его организации и проведения.

Методология может рассматриваться как некоторая совокупность принципов, подходов, которые позволяют нам реализовывать свои исследовательские задумки. В структуре методологии выделяют несколько основных компонентов: принципы, методы, теории, понятия, нормы и приемы познания. Если мы говорим о методологии социологического исследования, то такие компоненты, как методы, нормы и приемы отнесем к методическим, инструментальным ее компонентам. Соответственно важным является знакомство с остальными его составляющими. Итак, принципы.

*Принцип, в переводе с латинского, означает основу, начало. Наиболее часто под принципом понимают основное, исходное положение какой-либо теории, учения.*

В контексте методологии социологического познания через социологическое исследование важным является понимание принципов познавательной деятельности, которые и составляют основу исследовательской методологии. Принцип познания представляет собой «выработанное исторически, обобщенное требование к познавательному процессу, придающее ему некоторую направленность, указывающее путь движения к истине...» [13].

*Принципы познания – это подход исследователя к тому, что требует изучения, понимания, анализа.*

То есть принцип – изначальная точка в социологическом познании, тот подход, который будет выстраивать всю линию исследовательской работы. Сами принципы познания представляют собой результат многочисленных исследовательских, познавательных действий.

При этом, каждая эпоха порождает и использует свои принципы, сохраняя методологическую преемственность с предыдущими эпохами. Именно поэтому можно говорить об универсальных принципах (например, объективность) и специфических, актуальных в тот или иной период времени (например, рациональность). Например:

*«Эпоха индустриального развития обеспечила господство принципа детерминизма, ориентировала возникающий разум рассматривать познаваемое через призму машины, механизма, устройства. Королем принципов познания стал рационализм, который диктовался всем технико-технологическим содержанием эпохи. Научно-техническая революция, начавшаяся с 50-х годов XX века... характеризуется мощными тектоническими сдвигами в принципах познания. На смену жесткому детерминизму эпохи индустриализации пришли вероятностный, стохастический, системный подходы»*

Ситуационный анализ, или Анатомия кейс-метода / под ред. Сурмина Ю. П. – Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – С. 20

Принципы познания как структурный элемент методологии обеспечивают регулирование исследовательской деятельности. Они выступают в виде некоторой «интеллектуальной нити», которая связывает между собой все элементы и этапы познания. Еще одним основополагающим элементом методологии выступают теории. Они представляют собой некоторые модели, на которые может опираться исследователь в ходе научного поиска.

Научные теории представляют собой идеализированное знание, в котором отражены законы, закономерности и тенденции развития объектов. В основе этого знания лежат абстрактные понятия, в совокупности представляющие целостность и системность объектов исследования.

Содержательное понимание методологии исходит из того, что в ней реализуется теоретико-поисковая функция предметной области исследования. Любая теоретическая система знания имеет смысл потому, что она не только описывает и объясняет некоторую предметную область, но одновременно является инструментом поиска нового знания.

Следует иметь в виду также, что методология социологии и социологического исследования не оторваны от других наук. Именно поэтому знания из различных сфер научного познания социального являются необходимым условием успеха социологической деятельности.

В какой-то мере данная взаимосвязь отражена в уровнях методологии. Так, в методологии социологии выделяют следующие уровни:

• **Анализ философских оснований социологического познания** представляет собой высший теоретический уровень методологии. Он составляет особую область социологического познания, имеющую своим содержанием совокупность принципов и способов организации, развития и оценки теоретического и эмпирического социологического знания. Этот уровень диктует соблюдение общенаучных требований, которые могут изменяться во времени. Например, в классической социологии объект исследования рассматривался как данность, независимая от исследователя. В современной же науке признается факт влияния исследователя, его концептуального подхода, инструментария исследования на получаемый результат.

• **Анализ проблем теоретического социологического познания.** Этот уровень занимает общая методология социологии. Здесь проявляется эвристическая функция социологической теории. Примером методологии этого

уровня может служить конфликтный подход к общественным процессам немецкого социолога Р. Дарендорфа (1929-2009) или структурно функциональная методология американского социолога Т. Парсонса (1902–1979). Речь идет о достаточно крупных, системных теориях и концепциях, которые по-особому объясняют общество и акценты социологии в его изучении. Это некие «столпы» теоретической социологии, на которых выстраивается вся совокупность исследовательских выводов.

• **Анализ проблем эмпирического исследования** фактически является методологией социологического исследования и имеет своим содержанием систему норм, регуляторов и принципов его проведения. Как вид социологического знания методология социологического исследования независима от теории и эмпирии, но как направление деятельности социолога она подчинена задачам их развития. В то же время, вырастая из потребностей организации и регулирования социологического познания, являясь обобщением практики социологических исследований и других видов научной деятельности социолога, методология социологического исследования выступает конкретизацией философской и общенаучной методологии применительно к специфике познавательной ситуации в социологии.

• **Методологический анализ процедур, техник, инструментов организации исследования в целом** (подробно будет рассмотрен далее).

• **Практический и междисциплинарный контекст социологического исследования**, заключающийся, с одной стороны, во взаимодействии различных наук, а с другой, в необходимости четких разграничений между ними. При этом важным является тот факт, что практическая ориентированность социологических исследований не может игнорировать методологические основы его организации и проведения.

Таким образом, понятие «методология» является собирательным и имеет несколько аспектов. Всеобщая научная методология является инструментом поиска наиболее общих подходов к изучению социальных явлений. Общесоциологическая методология дает указания относительно принципиальных основ разработки частных социологических теорий в их соотношении с фактуальным базисом. Специальные социологические теории выполняют особые методологические функции, направляя исследование данной предметной области [10].

### **Предмет и категории социологии в социологическом исследовании.**

Проблема методологических аспектов проведения социологических исследований связана с анализом предмета и категорий социологии.

Как известно, предметом социологии являются социальные общности, процессы их формирования, развития и функционирования, а также формы их организации: социальные системы, социальные структуры, социальные институты и т.д. Это достаточно традиционное и устоявшееся представление о предмете социологии.

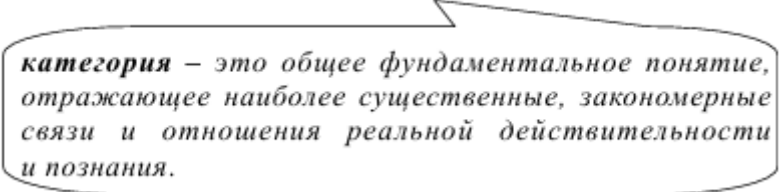
Наряду с этим, предмет социологии можно рассматривать с логико-методологической точки зрения [14]. Исходя из этой позиции, в

социологическом исследовании предмет социологии представлен понятиями 2 типов: *непеременными и переменными*.

*Непеременные («качественные»)* понятия задают область социальной реальности, подлежащую изучению. Их выбор связан с решением онтологических проблем социологии.

*Переменные («количественные»)* понятия задают тип возможных измерительных процедур, методы предоставления и анализа результатов исследований. Таким образом, непременные понятия характеризуют вид объектов изучения, а переменные – их свойства.

Можно заметить, что предмет социологии тесно связан как с общенаучным понятийным, категориальным аппаратом, так и категориальным аппаратом социологии. В этой связи ученые (например, В. Ядов) считают, что вести речь о предмете социологии, надо только сквозь призму основных понятий, категорий социологии, которые наилучшим образом отвечают уровню ее современного развития. Более того, некоторые авторы считают (и с этим трудно не согласиться), что понятия и категории «концентрируют в себе основные отличительные признаки определяемых объектов. Они играют важнейшую методологическую роль в деятельности людей: позволяют «схватывать» сущность объектов...» [15]. С этим, на наш взгляд, связано и появление новых категорий и понятий, отражающих новые состояния. Свойства социальной реальности. В наиболее общем виде



*категория – это общее фундаментальное понятие, отражающее наиболее существенные, закономерные связи и отношения реальной действительности и познания.*

Социология оперирует категориями 5 видов:

- категории социально-философского плана (сознание, базис, субъективное, объективное и др.);
- общесоциологические категории (общество, социальная структура, образ жизни и др.);
- специальные социологические категории (социальные нормы, социальные институты, социальная активность, социальное взаимодействие);
- категории общественности (демократия, государство, личность);
- общенаучные категории (проблема, цели, задачи, гипотезы).

В социологическом исследовании мы оперируем категориями всех видов, что еще раз подчеркивает межпредметные связи социологии с другими науками и необходимость компетентного владения ими.

В заключение отметим, что предметная область социологии задает «рамки», сферу, в которой применимы социологические исследования, а категориальный аппарат «обслуживает», наполняет конкретным теоретическим содержанием этот процесс.

**Методологические проблемы социологических исследований в контексте современных тенденций развития социологического знания.**

В ходе проведения социологического исследования у социолога может возникать ряд трудностей. Как показывает практика, методологические проблемы социологических исследований обусловлены рядом факторов:

- своеобразием применяемых методов;
- необходимостью использования соответствующих теоретических понятий, средств анализа и синтеза;
- обязательной концептуализацией эмпирических данных и выводов.

Это означает, что для качественного проведения социологического исследования решение методологических вопросов является принципиально важным. Важно выстроить исследование в соответствии с четкой методологической линией и в самом начале прописать, продумать в едином русле весь путь исследования от первичной теории до теоретических обобщений и выводов в конце.

Следует отметить, что современные тенденции развития социологии могут также отражаться на вопросах методологии социологического исследования. Например, теоретический, концептуальный плюрализм в социологическом знании как позитивная тенденция, может стать барьером на пути качественного исследования из-за желания выстроить методологию исследования по принципу пазла: взять всего понемногу ото всюду.

Наряду с этим, в методологическом отношении практическая ориентация социологии приводит к укреплению междисциплинарных связей, повышается значимость общенаучных концепций и методов в процессе социологического исследования. В связи с включением социологии в общий контекст междисциплинарных связей растет методологическая роль социологии для других наук, обогащается предмет социологии и ее методическая оснащенность. Однако при проведении социологического исследования сохранение его предметного поля в рамках социологии является принципиальным.

Следует сказать и о практической разработке методологий в кризисном обществе. Когда общество трансформируется, когда оно нестабильно, возникает потребность в особой методологии его изучения. Социологические исследования должны строиться на той методологической основе, которая позволяет не просто скопировать практики других, стабильных обществ, а предложить методологию, позволяющую понять особый характер состояния общества, больших и малых групп в нем, индивидов и самих себя [2]/

### **Социологический метод: сущность и история становления.**

Б. Бэкон считал, что метод – это своеобразная архитектура науки [16]. Главное назначение метода заключается в получении достоверного знания. Он выступает инструментом познания действительности.

В отличие от методологии методы и процедуры социологического исследования представляют собой систему более или менее формализованных правил сбора, обработки и анализа доступной информации. Тем не менее, они тесно связаны с методологическими основами социологического исследования. Поэтому мы рассмотрим понятие метод с 2-х сторон: как социологический метод, способ познания и как метод в социологии.

Понятие «социологический метод» является собирательным и характеризует основные онтологические и методологические установки социолога, реализуемые в процессе социологического исследования и ведущие к расширению и углублению сферы социологического знания [17].

В развитии социологического метода можно выделить 4 этапа:

1. В период, когда социология находилась в поисках своего предмета (XIX–XX вв.) широко было распространено убеждение о возможности обнаружения собственно социологического метода как специфического способа познания, характерного только для данной науки и обусловленного онтологическим своеобразием социальных явлений. На протяжении XIX века социология ориентировалась на методы наук, которые опережали ее развитие (физика, биология, химия и др.). При использовании этих методов обнаруживалась неадекватность методологической основы социологии ее познавательным установкам и практическим задачам, а это стимулировало дальнейший поиск собственного метода. Наиболее эффективные попытки в этих поисках принадлежат Э. Дюркгейму (1858–1917) (анализ природы социального факта, принципа социологического реализма); немецкому социологу М. Веберу (1864–1920) (разработка методологии реальных и идеальных типов); представителям «понимающей социологии» (В. Дильтей (1833–1911), Ч. Кули (1854–1929) и др. – анализ процесса социального взаимопонимания и др.).

2. По мере развития науки в начале XX в. ученые пришли к выводу о том, что каждая наука движется в своем развитии, опираясь на совокупность специальных конкретно научных методов, появление и совершенствование которых обусловлено развитием системы научных исследований, изменениями в функциях научной дисциплины и степенью ее зрелости. Как внутри социальных наук, так и в их отношениях с другими науками, в этот период осуществляется непрерывный, активный обмен методами познания.

3. По мере развития теоретической социологии в середине XX в., укрепления эмпирико-экспериментальной базы, укрепления продуктивных взаимосвязей (в том числе обмена методами и теоретическими моделями) с другими науками становилось все более ясным, что методологическое значение в структуре науки имеют различные общетеоретические и специально научные положения, относящиеся к конкретным предметным областям. В этот период было доказано, что обоснованием эффективности всякого метода является соответствующая его области применения предметная теория (или совокупность теорий). Конкретно-научные методы перестали пониматься как сугубо практические компоненты научной деятельности. В науке утвердился принцип взаимности отношений теория-метод. В результате появилась возможность теоретической разработки новых методов исследования, приобрела практический смысл программа методологии науки, а взаимные отношения теории и метода в процессе исследования стали предметом такой дисциплины, как логика науки.

4. В настоящее время общепризнанно, что для успеха социологического познания кардинальное значение имеет поддержание непрерывного взаимодействия методологического, теоретического и эмпирического знания. В

процессе социологического исследования эти три вида знания развиваются взаимнообусловлено, а социологический метод приобретает характерные черты комплексности и целостности. Таким образом, сам подход к познанию, изучению социальной реальности в социологии менялся со временем, придавая этому процессу специфику научных эпох. Данный факт важен для понимания того, что общий взгляд, ответ на вопрос «Как?» в социологическом познании принципиально важен. Именно поэтому при подготовке социологического исследования выбор подхода к познанию является весьма важным. Ведь этот подход влияет также на методические элементы, призванные обеспечить качество социологического исследования [3].

**Методы социологических исследований** — основной способ сбора, обработки или анализа данных. Техника — совокупность специальных приемов для эффективного использования того или иного метода. Методика — понятие, которым обозначим совокупность технических приемов, связанных с данным методом, включая частные операции, их последовательность и взаимосвязь. Процедура — последовательность всех операций, общая система действий и способ организации исследования.

В качестве основных методов, используемых в социальных *эмпирических исследованиях*, можно выделить следующие:

- Наблюдение (включенное и невключенное)
- Эксперимент
- Анализ документов (внешний и внутренний анализ)
- Опрос (устный и письменный)
- Интервью (документальное и интервью мнений, свободное и стандартизированное, интенсивное и фокусированное)

Анкетные опросы (массовые и специализированные)

Социологическое исследование представляет собой систему теоретических и эмпирических процедур.

В целях социологические исследования подразделяются на фундаментальные и прикладные. Фундаментальные направлены на установление и анализ социальных тенденций, закономерностей развития и связаны с решением сложных проблем общества. Прикладные нацелены на изучение конкретных объектов, решение определенных социальных проблем.

#### **По продолжительности**

- Долгосрочные – от 3 лет и более;
- Среднесрочные – от 6 месяцев до 3 лет;
- Краткосрочные – от 2 до 6 месяцев;
- Экспресс-исследования – от 1-2 недель до 1-2 месяцев

#### **По глубине анализа**

- **Поисковые исследования** – по своим параметрам являются простейшими, решают простые по содержанию задачи. Применяют их тогда, когда проблема, объект или предмет исследования относится к малоизученным или вообще не изученным. Охватывают небольшие совокупности, имеют упрощенные программу и инструментарий. Чаще всего используются как

предварительный этап более глубокого масштабного исследования, ориентируя их на сбор информации по объекту и предмету исследования, уточнения гипотез и так далее. Данный вид исследования также называют разведывательным. Поисковое исследование подразделяется на точечное, повторное и панельное. Точечное описательное исследование проводится один раз для получения информации о состоянии исследуемого объекта в данный момент в максимально короткий срок. Повторное исследование отличается тем, что исследуемый объект исследуется несколько раз для определения динамики изменения.

- **Описательные исследования** – призваны создать относительно целостное представление об исследуемых явлениях, процессах. Проводят в соответствии с полной программой, применяя четкий, детально проработанный инструментарий, в основном тогда, когда объектом анализа является относительно большая общность людей, с определенными социальными, профессиональными и демографическими характеристиками. По структуре, набором процедур значительно сложнее от поисковых исследований.

- **Аналитические** – заключаются не только в описании социальных явлений и их компонентов, но и в установлении причин их возникновения, механизмов функционирования, выделении факторов, обеспечивающих их. Подготовка аналитического социологического исследования требует значительных усилий, профессионального мастерства исследователя – аналитических способностей, умение интерпретировать и анализировать сложную социологическую информацию, делать взвешенные выводы.

Социальные исследования – это процесс систематического изучения социального мира, который охватывает разнообразные аспекты человеческой жизни: поведение, взаимоотношения, институты, проблемы и тренды. Внедрение методов социальных исследований в систему среднего образования помогает учащимся развивать критическое мышление, научные и аналитические навыки, а также стимулирует активное участие в общественной жизни. Эти методы могут быть использованы для углубленного изучения как глобальных социальных явлений, так и локальных проблем, актуальных для школьного сообщества.

Цель данных методических рекомендаций – предоставить педагогам и учащимся практическую информацию о том, как можно использовать методы социальных исследований в рамках школьной программы.

Социальные исследования представляют собой важный инструмент для изучения социальных явлений и процессов в обществе. Эти исследования играют ключевую роль в развитии образования, поскольку помогают не только анализировать проблемы и тенденции в социальной жизни, но и влияют на образовательную практику, способствуя подготовке учеников к активному участию в жизни общества. В системе образования социальные исследования помогают формировать у школьников критическое мышление, навыки работы с информацией и анализа социальных проблем.

### **1. Понимание социальных исследований в контексте образования**

Социальные исследования — это междисциплинарная область науки, которая использует различные методы для анализа общественных явлений. Они

включают в себя изучение социального поведения людей, социальных структур, институтов, а также воздействие различных факторов (экономических, политических, культурных) на общественные процессы. В контексте школьного образования социальные исследования включают в себя как теоретическое изучение социальных наук, так и практическую деятельность учащихся, направленную на изучение социального мира.

Методы социальных исследований могут быть использованы для изучения множества аспектов жизни общества, таких как демографические изменения, миграционные процессы, межкультурные различия, проблемы экологии, роль образования и многие другие. Важно, чтобы социальные исследования в системе образования не ограничивались лишь передачей знаний, но и развивали у школьников навыки самостоятельного сбора и анализа данных, умение критически мыслить и делать выводы на основе собранной информации.

## **2. Роль социальных исследований в образовательном процессе**

Социальные исследования играют несколько ключевых ролей в образовательной системе:

- **Развитие критического мышления.** Социальные исследования способствуют развитию навыков анализа, синтеза и оценки информации. Учащиеся учатся формулировать гипотезы, проводить исследования, анализировать собранные данные и делать выводы. Эти навыки необходимы для успешной учебы, а также для жизни в современном обществе, где информация становится важнейшим ресурсом.

- **Осведомленность о социальной реальности.** Социальные исследования помогают учащимся лучше понимать социальные процессы, происходящие в обществе. Это способствует формированию у них более осознанного отношения к вопросам, таким как равенство, справедливость, права человека, культурное разнообразие, экология и т. д. Знание этих проблем способствует воспитанию у школьников социальной ответственности и гражданского сознания.

- **Подготовка к активному участию в обществе.** Социальные исследования помогают учащимся разобраться в том, как функционируют различные социальные институты, как происходят изменения в обществе и как они могут влиять на их собственную жизнь. Эти знания необходимы для того, чтобы стать активными гражданами, способными влиять на общественные процессы и принимать участие в решении социальных проблем.

- **Вовлечение в научное исследование.** Социальные исследования в школьном контексте развивают у учащихся научные навыки, помогая им понять процесс исследования. Это включает в себя не только сбор и анализ данных, но и работу с теоретическими концепциями, проведение экспериментов, использование статистических методов и прочее. Это способствует развитию научного подхода и интереса к науке в целом [4].

## **3. Методы социальных исследований в школе**

Для проведения социальных исследований в школе можно использовать разнообразные методы, которые помогут учащимся исследовать социальные

явления с разных сторон. Методы делятся на два основных типа: качественные и количественные.

- **Качественные методы:**

1. **Интервью.** Один из наиболее распространенных методов, который позволяет получить глубокое понимание мнений, взглядов и переживаний людей по определенной теме. Это могут быть как структурированные интервью (с заранее подготовленными вопросами), так и неструктурированные, которые позволяют более свободно исследовать мнение респондента.

2. **Фокус-группы.** В ходе фокус-групп обсуждаются различные темы или вопросы, позволяя исследователю выявить множественные точки зрения и оценить, как люди взаимодействуют друг с другом по обсуждаемой проблеме.

3. **Наблюдение.** Это метод, при котором исследователь наблюдает за поведением людей в естественных условиях, чтобы понять, как они взаимодействуют в социальных ситуациях.

4. **Анализ документов.** Метод, основанный на изучении текстовых или других материальных источников (например, документов, газет, отчетов, политических программ и т. д.), что помогает понять социальные явления и процессы через призму исторического контекста.

- **Количественные методы:**

1. **Опросы и анкеты.** Этот метод позволяет собрать данные от большого количества людей и обработать их с использованием статистических методов. В школе это могут быть анкеты, которые школьники разрабатывают для исследования мнений по различным социальным вопросам.

2. **Контент-анализ.** Метод, позволяющий исследовать содержание текстов, изображений, видео или других материалов. Это полезно для изучения того, как социальные проблемы и идеи отражаются в СМИ, литературе или интернете (Приложение 3).

3. **Эксперименты.** Эксперименты позволяют изучать, как изменения в одном факторе (например, в социальных условиях) могут повлиять на поведение людей. Экспериментальные исследования могут быть полезны для изучения поведения в классе или в школьных группах.

**4. Применение социальных исследований в учебном процессе**

Социальные исследования можно интегрировать в различные предметы школьной программы, что способствует развитию междисциплинарного подхода к обучению.

- **Обществознание.** В рамках этого предмета можно проводить исследования социальных проблем, таких как преступность, безработица, бедность, неравенство и другие. Учащиеся могут проводить опросы среди одноклассников, анализировать статистику, а также разрабатывать свои предложения по решению этих проблем.

- **История.** Социальные исследования помогают учащимся лучше понять исторические события и их влияние на общественные структуры. Например, исследование влияния Октябрьской революции на развитие советской системы или анализ социальных изменений в России в XX веке.

• **Литература.** В процессе изучения произведений русской и зарубежной литературы школьники могут анализировать, как различные социальные явления (например, классовая структура общества, гендерные роли) отображаются в произведениях, и как литература может влиять на общественные настроения.

• **География.** Географические исследования, в том числе демографические исследования, позволяют учащимся изучать, как социальные факторы (например, миграция, урбанизация) влияют на географическую картину мира. Это способствует формированию целостного представления о социальном и экономическом развитии региона.

• **Проектная работа.** Социальные исследования могут быть основой для проектной работы, в ходе которой учащиеся разрабатывают темы для исследования, собирают и анализируют данные, а затем представляют результаты своим одноклассникам или на школьных конференциях. Это развивает не только исследовательские, но и презентационные навыки.

## **5. Этические и методологические аспекты социальных исследований в школе**

При проведении социальных исследований в школьной системе важно соблюдать этические принципы. Это включает в себя уважение к правам участников исследования, соблюдение конфиденциальности, информированное согласие и честность в интерпретации данных. Учащиеся должны понимать важность этих аспектов и научиться проводить исследования, которые не нарушают этических норм.

Кроме того, необходимо уделять внимание методологическим аспектам проведения социальных исследований. Это включает в себя правильный выбор методов, использование научных источников, сбор данных с соблюдением научных стандартов и объективности. Учителя и школьные исследовательские группы должны обеспечить соответствие исследованиям научным стандартам и подготавливать учащихся к самостоятельному использованию различных методов.

## **6. Преимущества и вызовы социальных исследований в школьной системе**

### **Преимущества:**

1. **Развитие навыков исследования.** Социальные исследования способствуют формированию у учащихся научных навыков, таких как сбор, анализ и интерпретация данных.

2. **Осознание социальных проблем.** Учащиеся приобретают более глубокое понимание социальных проблем и начинают осознавать важность их решения.

3. **Подготовка к реальной жизни.** Навыки исследования и анализа помогают школьникам быть более подготовленными к жизни в современном обществе.

### **Вызовы:**

**1. Недостаток ресурсов.** В некоторых школах может не хватать ресурсов для проведения качественных социальных исследований (например, недостаток времени, материалов или доступ к специализированным программам).

**2. Отсутствие подготовки у педагогов.** Для эффективного проведения социальных исследований необходимо, чтобы педагоги имели достаточную квалификацию в области социальных наук и научных методов.

**3. Этические трудности.** Важно обеспечить соблюдение этических норм, особенно в работе с несовершеннолетними.

## **7. Заключение**

Социальные исследования в системе образования играют важную роль в формировании у школьников научного подхода к изучению социальной реальности. Эти исследования не только помогают учащимся осознавать социальные проблемы и участвовать в решении важных для общества задач, но и развивают критическое мышление, научные навыки и гражданскую ответственность. Интеграция социальных исследований в школьную практику помогает создать более осознанных и активных граждан, готовых к решению проблем в социальной и политической жизни [5].

Каждая наука располагает своим инструментарием, набором методов, с помощью которого осуществляется исследовательская деятельность и познается истина. Набор специфических методов исследования социологической науки позволяет на эмпирическом уровне отследить происходящие в обществе процессы, т.е. провести прикладное социологическое исследование – систему логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, подчиненных единой цели – получить точные объективные данные об изучаемом социальном явлении.

Конкретный вид социологического исследования обусловлен характером поставленной цели, выдвинутых задач, в соответствии с чем различают три основных вида социологического исследования:

- разведывательное;
- описательное;
- аналитическое.

Разведывательное исследование – наиболее простой вид прикладного социологического анализа, решает весьма ограниченные по своему содержанию задачи; как правило, оно охватывает небольшие обследуемые совокупности и основывается на упрощенной программе и сжатом по объему методическом инструментарии – специально разрабатываемом для каждого исследования пакете инструментов, предназначенных для сбора первичной информации (бланк-интервью, массовая или экспертная анкета, проекты выборки, математический анализ первичной информации и т.д.). Этот вид социологического исследования может применяться:

- на предварительном этапе глубоких и масштабных исследований для проверки методического инструментария и его коррекции;
- для сбора «прикидочных» сведений об объекте изучения;
- в ситуации, когда предмет социологического исследования мало изучен или вообще не изучен, с тем чтобы получить дополнительные сведения о

предмете и объекте исследования, уточнить некоторые задачи и гипотезы исследования, а также его методический инструментарий.

В разведывательном социологическом исследовании обычно используются такие методы сбора первичной информации, как интервью или анкетный опрос, групповое интервью методом фокус-групп, позволяющие провести его в сжатые сроки.

Описательное исследование представляет собой более сложный вид социологического анализа, чем разведывательное исследование, так как по своим целям и задачам оно предполагает получение эмпирической информации, дающей относительно целостное представление об изучаемом объекте, явлении. Проведение исследования описательного типа требует разработки более сложной и подробной программы исследования с использованием методически апробированного инструментария, что обеспечивает его большую надежность в процессе изучения важнейших элементов исследуемого объекта. Данное исследование обычно применяется тогда, когда объектом исследования выступает относительно большая общность людей, отличающаяся разнообразными характеристиками (население города, района, области, региона и т.д.) [6].

Аналитическое исследование – самый сложный и глубокий вид социологического анализа. Его цель состоит не просто в описании структурных элементов изучаемого явления, но и в выяснении причинно-следственных связей, лежащих в основе распространенности, динамики, стабильности/нестабильности данного явления. Аналитическое исследование рассматривает комплекс факторов, влияющих на объект исследования, выделяя среди них основные и второстепенные, временные и устойчивые, явные и латентные (скрытые), управляемые и неуправляемые. Программа такого исследования разрабатывается тщательно и занимает много времени, поскольку часто требуется собрать предварительную информацию об отдельных сторонах исследуемого явления, обращаясь к разведывательному или описательному исследованию. В ходе аналитического исследования применяется комплекс социологических методов, которые дополняют друг друга, – различные формы опроса, анализ документов, наблюдение.

Социальный эксперимент является разновидностью аналитического исследования. Его проведение предполагает создание специальной экспериментальной ситуации путем изменения обычных условий функционирования исследуемого объекта.

Социологическое исследование предполагает определенную последовательность этапов.

На первом этапе формируется программа исследования: формулируются цель исследования, ее задачи, план, гипотеза на основе актуальности выбранной проблематики, определяются методы сбора информации, способы ее обработки, сроки проведения исследования и т.д.

На втором этапе социологического исследования осуществляется непосредственный сбор первичной информации. При этом могут применяться различные методы сбора информации — социологический опрос в форме

анкетирования или интервьюирования; контент-анализ (записи исследователей, выписки из документов и другие сведения, полученные из различных источников документального характера); наблюдение, эксперимент и др.

На третьем этапе производится цифровая (электронная) обработка полученной информации, собранной в ходе социологического исследования на основе специальных компьютерных программ.

На четвертом этапе, заключительном (аналитическом), проводятся анализ обработанной информации, подготовка научного отчета по итогам исследования, формулирование выводов и рекомендаций.

### **Виды методов социологического исследования**

В целом классификация видов социологического исследования приведена на рис. 1



Рис. 1. Классификация социологического исследования.

Социологический опрос является специфическим социологическим методом исследования, без которого не обходится ни одно социологическое исследование. Этот социологический эмпирический метод незаменим при сборе ограниченного объема информации у большого числа людей и может выступать в двух видах:

- **анкетирование**, когда опрашиваемый сам заполняет анкету в присутствии анкетера или без него; может быть очным и заочным; среди форм заочного анкетирования наиболее распространен почтовый опрос, а также прессовый (через газету, журнал); значимым преимуществом анкетирования является принцип анонимности, однако даже он не гарантирует, что ответы респондента (опрашиваемого) будут правдивыми, поэтому исследователь должен всегда учитывать данный фактор при анализе полученной информации;

- **интервьюирование**, которое предполагает личное общение с опрашиваемым, когда исследователь сам задает вопросы и фиксирует ответы. Оно проводится в форме либо прямого интервью («лицом к лицу»), либо опосредованного (например, телефонное интервью).

Участник социологического опроса, отвечающий на вопросы интервьюера (исследователя), называется респондентом.

В системе методов прикладной социологии различают массовые опросы и специализированные, представленные в виде экспертного опроса.

Экспертный опрос как разновидность социологического опроса на эмпирическом уровне, позволяет проверить достоверность и объективность полученной информации на основе мнения специалистов в исследуемой области.

Массовые опросы применяются в тех случаях, когда необходимо опросить большое число людей. Основным источником информации в массовом опросе являются демографические, социально-профессиональные, этнические, религиозные и другие группы населения.

Социологическое наблюдение является важным методом прикладной социологии и представляет собой целенаправленное систематизированное фиксирование исследователем свойств и особенностей изучаемого явления, объекта. При наблюдении изучаются поведенческие особенности людей, которые фиксируются исследователем в бланке или дневнике наблюдения, в фото- и видеосъемке и т.д.; собирается первичная информация, которая включает в себя анализ всего процесса наблюдения во всем его разнообразии (поведение, эмоции, мимика участников эксперимента и т.д.). Наблюдение как научный метод широко применяется в психологии и социальной психологии, специализирующихся на изучении поведения людей, однако в социологии данный метод также нашел свое предметное поле и позволяет с успехом решать многие вопросы социологического анализа.

Контент-анализ представляет собой количественный анализ любого рода социологической информации, в частности документов- протоколов, докладов, публикаций различного рода, писем и т.д. Данный социологический эмпирический метод помогает уменьшить субъективность качественного анализа полученной в результате социологического исследования информации. В настоящее время применение этого метода связано с широким использованием компьютерных технологий.

Точечное (разовое) исследование обеспечивает информацию об изучаемом объекте на момент его изучения, но не позволяет сделать выводы о динамике его изменений и тенденциях развития.

Повторные исследования проводятся на протяжении определенного времени через конкретный промежуток времени на основе единых программ и методического инструментария с целью сбора информации об изучаемом явлении, объекте и ее сравнения, с тем чтобы выявить динамику изучаемого объекта. При этом повторное исследование имеет свои особенности, связанные с исследуемой выборочной совокупностью (совокупность респондентов) [7].

Если на протяжении нескольких исследований их участниками остаются одни и те же лица (респонденты), то такое исследование называется панельным.

### **Виды социологических исследований**

Классификацию социологических исследований можно проводить по разным критериям.

В зависимости от сложности решаемых задач выделяют три вида исследования:

- разведывательное (пилотажное или зондажное) — самый простой вид исследования, имеющий целью получить оперативную информацию об изучаемом явлении; разновидностью разведывательного исследования является экспресс-опрос, проводимый с целью выявления отношения людей к каким-либо актуальным событиям;
- описательное — более сложный вид, где объектом анализа выступает большая совокупность людей, различающаяся своими характеристиками, объединив их в однородные группы, можно сделать сравнение и сопоставление;
- аналитическое — самый глубокий вид исследования, направленный на выяснение причин, лежащих в основе изучаемого явления.

В зависимости от частоты проведения социологические исследования подразделяют на:

- разовые (точечные) — дают информацию о состоянии объекта анализа в статике, т.е. моментальный срез;
- повторные — позволяют получить данные, отражающие динамику изменения объекта, и сделать сравнительный анализ. Непрерывное и оперативное получение данных о явлениях и процессах, происходящих в обществе, называется социальным мониторингом.

Выделяют три разновидности повторных исследований:

- панельные — проводятся по одной и той же методике, на одной и той же совокупности людей, но через равные промежутки времени (например, сплошные и выборочные переписи населения);
- лонгитюдные — направлены на изучение одной и той же совокупности людей в течение длительного времени;
- когортные — позволяют изучить лиц одного возраста (когорты) на протяжении длительного времени и выявить изменения в образе жизни, ориентации людей одного поколения.

В зависимости от того, кто является источником информации, выделяют два вида исследований:

- массовое — это такое исследование, в котором на вопросы социолога отвечают большие массы людей, профессионально не связанные с объектом изучения, их называют респондентами;
- специализированное — предполагает опрос компетентных людей (знатоков, экспертов), которые как специалисты дают экспертную оценку изучаемого объекта, а сам опрос называется экспертным опросом.

По масштабности социологические исследования делятся на международные, общенациональные, региональные, отраслевые, локальные.

### **Классификация исследований**

Как уже отмечалось, социологические исследования могут быть как теоретическими, так и практическими (эмпирическими):

- теоретические социологические исследования ориентированы в основном на разработку теорий, выявление социальных тенденций развития системы, анализ общих противоречий;

- эмпирические социологические исследования касаются изучения конкретных социальных проблем, часто связанных с решением практических задач, регулированием межгрупповых и внутригрупповых отношений и социальных процессов.

### **По задачам**

Классификация по задачам:

- разведывательное исследование (его иногда называют пилотажным или зондажным) — наиболее простой вид социологического исследования, который преследует цель получения оперативной социологической информации.

- описательное исследование, которое преследует цель получения сведений целостного характера об изучаемом явлении. Результатом описательного исследования оказывается общая картина состояния изучаемого объекта.

- в ходе проведения аналитического исследования требуется выявить причины, противоречия, характер и способы разрешения проблем. Разновидностью аналитического исследования считают эксперимент.

### **По частоте проведения**

Классификация исследований по частоте проведения:

- разовое исследование дает возможность получить знания о социальных явлениях и процессах на текущий момент;

- повторное исследование рассматривает проблемы в динамике, изменении, развитии. Различают: а) панельные повторные исследования, изучающие одну и ту же социальную проблему с определенным интервалом времени по единой программе и методике; б) лонгитюдные повторные исследования, т.е. повторное изучение одной и той же совокупности людей в течение ряда лет по единым или близким проблемам.

### **По масштабности**

Классификация по масштабности:

- международные;
- общенациональные;
- региональные;
- отраслевые;
- локальные и другие виды социологических исследований [8].

Наряду с основными критериями различия видов социологического исследования (по глубине, степени сложности эмпирического анализа и т.д.) могут использоваться и другие критерии, например особенности метода сбора информации, форма и характер проведения социологического исследования. Так, в зависимости от применяемого метода сбора эмпирических данных различают три вида социологического исследования: опрос, наблюдение, анализ документов.

Вычленение уровней социологического исследования основано на различии в способах получения знания. Как известно, рациональное познание основано на абстрактном мышлении (к его формам относят понятие, суждение и умозаключение), чувственное познание опирается на образы, возникшие в результате деятельности чувств человека, и оформляется в виде

ощущения, восприятия и представления. На основе рационального познания оформляется теоретический уровень социологического знания, на основе чувственного — эмпирический.

### **Теоретический**

На теоретическом уровне, как правило, осуществляется анализ основных понятий, категорий и законов социологии, наиболее общих проблем строения и функционирования общества. К этому уровню принадлежат такие общенаучные методы, как функциональный и конфликтологический, а в зависимости от проблемы и объекта исследования — исторический, системный, сравнительный и др.

Зачастую используемые методы кажутся противоречивыми. Так, явно различны функциональная теория и теория конфликта. Поэтому исследователю необходим набор строгих предположений, т.е. общая теория, которая, по определению, присуща социологии, как и другим наукам. Такая теория дает возможность упорядочить реальность, выбрать полезные понятия, разработать схему наблюдений, сформулировать гипотезу и выдвинуть объяснение. С одной стороны, теория отражает сущность явлений и их связи, выступает средством не только объяснения, но и изучения еще не познанных явлений и процессов, в том числе указывает наиболее общее направление поиска для эмпирических исследований. С другой стороны, теории многое дает эмпирическое исследование — направляет, углубляет, зачастую переориентирует и проясняет ее, поскольку оно основано на конкретных фактах.

### **Эмпирический**

Эмпирический уровень представлен различными формами конкретной статистической, документальной информации об изучаемых социальных явлениях и процессах.

Таким образом, теоретическая социология (которую также называют общей социологией или макросоциологией) рассматривает общество в целом или крупные социальные общности, объясняет закономерности их развития и функционирования, а эмпирическая социология (называемая также микросоциологией) сфокусирована на конкретных фактах и процессах, специфических мотивах, целях, действиях людей.

В современной социологии наблюдается тенденция к преодолению крайностей теоретизма и эмпиризма, и все большее распространение получают теории «среднего уровня», которые рассматривают отдельные социальные подсистемы, например институты семьи, социализации, религии, права, политики, экономики и т.д. Здесь теоретический и эмпирический уровни находятся в состоянии относительно сбалансированного взаимодействия.

Любое социологическое исследование включает в себя четыре последовательных, сменяющих друг друга организационно-автономных и вместе с тем содержательно взаимосвязанных этапов:

- подготовку исследования;
- сбор первичной социологической информации;
- подготовку и обработку собранной информации;

- анализ информации, подведение итогов исследования, формулировку выводов и рекомендаций.

Несмотря на то, что каждое исследование, претендующее на цельность и законченность, включает перечисленные выше этапы, не существует унифицированного и обязательного для всех алгоритма социологического анализа, пригодного для изучения проблем различной сложности. Это объясняется тем, что каждый конкретный вид социологического исследования обусловлен характером поставленной цели.

### **Фундаментальные и прикладные исследования**

В соответствии с поставленными целями и выдвинутыми задачами исследования подразделяют на фундаментальные и прикладные.

Фундаментальные (или академические) исследования обычно проводятся с научными целями: для пополнения знаний о дисциплине, лучшего понимания социальных процессов, объяснения социального поведения, опровержения или подтверждения той или иной теории. Как правило, в фундаментальных исследованиях теоретический уровень социологического познания превалирует над эмпирической составляющей.

Прикладные исследования имеют практические цели — их результаты предназначены для непосредственного применения в практике социальной работы, образования, трудовых отношений, городского планирования, социальной политики. Они могут быть оформлены в виде конкретных предложений, советов, рекомендаций или данных, необходимых для подготовки и принятия управленческих решений. Можно сказать, что всякое прикладное исследование представляет собой систему процедур, связанных единой целью — получить достоверные данные об изучаемом явлении для использования их в практике управления [9].

Выстроенная по разным основаниям классификация видов социологического исследования представлена на рис. 2



Рис. 2. Виды социологического исследования

Социологическое исследование следует понимать как планомерное применение научных методов с целью изучения определенного

фрагмента социальной реальности. Социологические исследования осуществляются на всех трех уровнях социологической науки.

Социологическое исследование, реализуемое на нижнем, базовом уровне социологической науки, называют конкретным социологическим исследованием (КСИ). Вне зависимости от конкретного вида, КСИ носит четко выраженную практическую направленность (эмпирический характер), хотя может быть подчинено определенным научным целям и задачам.

### **Классификации конкретных социологических исследований**

Виды социологических исследований многообразны, поскольку существует великое множество социальных проблем и соответственно возможных целей исследования в социологии. В зависимости от научной ориентации социолога, от тех целей, которые он ставит перед собой, выделяют три типа конкретных социологических исследований:

- теоретико-прикладные;
- практически-прикладные;
- методико-прикладные КСИ;
- мониторинговые.

Ожидаемым результатом теоретически ориентированного исследования может быть новое знание о структуре, функциях, формах развития социального объекта.

Практически-прикладное конкретное социологическое исследование направлено на решение конкретных задач совершенствования социального объекта (предприятия, социальной группы, территории и пр.).

Методически ориентированное КСИ направлено на разработку методики, отработку отдельных процедур, инструментария исследования.

Особым видом социологического исследования является мониторинговое исследование. Его главные черты — комплексность, планомерность, периодичность. Мониторинг — это сложный вид комплексного исследования, включающий как методы конкретных социологических исследований (опросы, наблюдения и др.), так и методы социально-демографических, экономических, психологических и иных исследований. В рамках мониторинга проводятся систематические КСИ, например, ежемесячные или ежеквартальные экспресс опросы по актуальным социальным проблемам. Мониторинг позволяет как собирать, так и систематизировать, хранить, производить анализ получаемых данных, а также выдавать их по запросу в требуемой форме.

Мониторинговое исследование является эффективным средством изучения социальной сферы. В таком случае социальный мониторинг — целостная система регулярного отслеживания происходящих процессов в социальной сфере и в смежных областях общественной жизни. Социальный мониторинг включает систему отслеживаемых показателей развития социальной сферы исследуемого региона (города, района, области). Его данные включены в систему управления социальной сферой, являясь основой выработки социальной политики.

Другая классификация исходит из познавательных возможностей социолога к моменту начала разработки КСИ. Это прежде всего состояние

наличных знаний, что определяет возможности для разработки гипотез. От этого зависит выбор одного из четырех видов (планов) исследовательского поиска:

- разведывательное КСИ;
- описательное КСИ;
- аналитическое КСИ;
- повторно-сравнительные КСИ.

Разведывательное (формулятивное) исследование применяется в случае, если об объекте исследования имеется самое смутное представление и социолог не в состоянии выдвинуть никаких гипотез. Такая ситуация возможна в новой области исследования, где литература весьма скудна или ее вовсе нет и где объект КСИ не знаком социологу. Формулятивный план КСИ предполагает три основные стадии работы:

- а) изучение имеющейся литературы;
- б) беседы с компетентными лицами — специалистами;

в) сбор данных по разведывательному типу исследования. Такое исследование не формализовано — отсутствует четкий инструментарий, есть только перечень вопросов для изучения без их детального членения по пунктам, поскольку эмпирическая и операциональная интерпретации понятий КСИ не проведены, но только обозначены.

Работа по разведывательному плану завершается четкой формулировкой проблем, определением цели, задач их изучения, основных гипотез.

Второй вид КСИ проявляется в описательном (дескриптивном) плане. Этот план возможен, когда знаний об объекте достаточно для выдвижения описательных гипотез. Типичный пример КСИ по описательному плану — опросы общественного мнения.

Третий и наиболее сильный вид исследовательского поиска реализуется в рамках аналитико-экспериментального плана. Его применяют лишь при наличии достаточно высоких знаний в изучаемой области, что позволяет выдвинуть объяснительные предположения.

Повторно-сравнительные КСИ проводят с целью определения динамики, тенденций протекания социальных процессов.

Все работы при проведении конкретного социологического исследования (КСИ) можно разделить на три этапа.

*Первый этап* составляют подготовительные работы, важнейшая компонента которых — создание общей программы исследования. На ее основе могут быть разработаны более конкретные программы применения избранных методов сбора, обработки, анализа информации, создаются необходимые средства, инструменты для работы. Это очень важный этап в социологическом исследовании, так как от его грамотного проведения зависят результаты и вообще все исследование в целом.

*Второй этап* — оперативно-процедурный. Здесь происходит непосредственное воздействие на объект исследования в виде применения определенных процедур с помощью подготовленных инструментов, т. е. собственно эмпирическое обследование. Главная цель — сбор данных об изучаемом объекте.

*Третий этап* — результирующий. Его составляют обработка, анализ, обобщение полученных данных, результатов действий, разработка рекомендаций, оценка эффективности использования метода.

Завершается социологическое исследование созданием научного отчета по его результатам [10].

### **Программа социологического исследования**

Следует подчеркнуть важную организующую роль общей программы КСИ для исследовательской работы социолога. Программа социологического исследования — это основной документ, содержащий методологические и методические предпосылки научного поиска, гипотезы исследования с указанием правил процедуры и логической последовательности операций для их проверки. Программа социологического исследования — основная часть отчета о проведенном исследовании, в котором документируется полученная информация, результаты КСИ.

Разработка общей программы КСИ осуществляется поэтапно, логически последовательно. Основные разделы (этапы разработки) программы КСИ представлены ниже.



Рис. 3. Основные разделы (этапы разработки) программы КСИ

### **Формулировка проблемы**

Описание проблемной ситуации и формулировка проблемы КСИ — первый раздел в исследовании. Он влечет за собой выбор конкретного объекта исследования. Объект социологического исследования — это то, что явно или неявно содержит социальное противоречие и порождает проблемную ситуацию. Это есть носитель проблемной ситуации. На объект исследования направлен процесс познания. В процессе разработки программы КСИ необходимо не только указание на объект исследования, но и его описание в системе факторов, которые влияют на его функционирование и создают проблемную ситуацию.

За выбором объекта следует определение предмета КСИ. Предмет изучения — это те наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения свойства, стороны, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению. Правильный выбор предмета КСИ обеспечивается строгой формулировкой проблемы, системным анализом объекта.

### **Цели и задачи**

Во втором разделе определяются и формулируются цели и задачи КСИ.

Цель социологического исследования — это модель его ожидаемого конечного результата (решения проблемы), который может быть достигнут только с помощью проведения исследования. Цель исследования определяет доминирующую ориентацию социолога на решение либо теоретических, либо методических, либо прикладных проблем.

Определению объекта, предмета, его целей и задач должна предшествовать предварительная исследовательская работа на уровне теоретического поиска. В случае теоретического КСИ — это изучение литературы по теме, построение гипотетической общей концепции предмета исследования, интерпретация исходных понятий, выделение научной проблемы и логический анализ рабочих гипотез. Для практического КСИ предварительная работа над программой должна начинаться с изучения специфики данного социального объекта и уяснения практических задач (не следует путать с задачами самого исследования), подлежащих исполнению. После этого возможно обращение к литературе в поисках ответа на вопрос: имеется ли типовое решение возникших задач (имеется ли специальная теория, относящаяся к предмету)?

Задачи социологического исследования представляют собой систему конкретных требований, предъявляемых к анализу и решению сформулированной проблемы. Они формулируют вопросы, на которые должен быть получен ответ для реализации целей КСИ. По отношению к цели задачи являются необходимым средством ее реализации, они носят инструментальный характер, т. е. указывают на потенциальные возможности достижения цели с помощью процедур исследования.

Задачи подразделяют на основные, частные и дополнительные. Основные и частные задачи логически связаны, они являются средствами решения главных вопросов исследования. Дополнительные касаются отдельных аспектов проблемы, способов ее решения. Различают также программные задачи и задачи, которые возникают в процессе развертывания КСИ, в их числе и методические задачи [11].

### **Общая концепция**

В третьем разделе разрабатывается общая концепция КСИ.

*Первый шаг* — уточнение и интерпретация основных понятий. Интерпретация понятий социологического исследования — это процедура истолкования, уточнения смысла понятий, составляющих концептуальную схему исследования.

Интерпретация понятий — универсальная процедура социологического исследования. Она пронизывает весь ход разработки программы, служит построению ее концептуального содержания. Уточнение смысла понятий происходит на каждом следующем этапе разработки программы и в ходе проведения исследования в соответствии с принципом итерации.

*Второй шаг* составляет предварительный системный анализ объекта исследования.

В процессе исследования выделение ключевых понятий проблемы и их теоретическая интерпретация явно или скрыто опирается на некоторое более

или менее систематическое представление о предмете в целом. Системный анализ призван проявить образ предмета, сделать его ясно выраженным, т. е. более четким и определенным. Системному анализу подлежит объект КСИ; в процессе расчленения объекта на элементы социолог преобразует его в предмет целенаправленного изучения.

Предварительный системный анализ предмета социологического исследования — это, по существу, моделирование исследовательской проблемы, т. е. такое ее концептуальное расчленение и детализация, которые позволяют далее сформулировать общие и более частные гипотезы КСИ.

*Третий шаг* составляет выдвижение рабочих гипотез.

Гипотеза — главный методологический инструмент, организующий весь процесс исследования и подчиняющий его внутренней логике. В КСИ гипотезы — это обоснованные предположения о структуре социальных объектов, характере связей между изучаемыми социальными явлениями и возможных подходах к решению социальных проблем.

Исходные посылки гипотез в социологии черпаются где-то на грани между наблюдениями реальных событий и системой объяснения этих событий в понятиях имеющейся социологической теории и смежных наук. Если социолог располагает специальной социологической теорией изучаемой предметной области, которая его устраивает, то выдвижение гипотез значительно облегчается. Если такой теории нет, то социолог строит гипотетическую систему.

Предварительный системный анализ объекта есть ни что иное, как формулирование общей гипотезы по предмету исследования.

Исходя из этого системного представления об объекте социологического исследования, социолог формулирует ряд детализированных исходных гипотез, которые объясняют исследовательскую проблему. Руководствуясь ими, социолог проверяет обоснованность выдвинутого объяснения не целиком, а по частям. Поэтому важно, чтобы гипотезы были логически связаны в систему доказательств выдвинутого объяснения проблемы.

Исходные гипотезы должны быть развернуты в цепочку выводимых гипотез-следствий (метод дедукции). В эмпирическом исследовании проверяются именно гипотезы-следствия, которые сформулированы в менее общих понятиях, чем исходные предположения. Проверка этих выводимых гипотез возможна лишь в случае, если все термины, в которых они формулируются, были подвергнуты эмпирической интерпретации.

### **Методика сбора и анализа данных**

Раздел 4: создание методики сбора и анализа данных и разработка инструментария предполагает следующие шаги:

- выбор принципиального плана и вида социологического исследования;
- определение метода сбора данных и подготовка инструментария;
- формирование обследуемой совокупности (системы выборки единиц наблюдения);
- определение основных процедур анализа данных.

Выбор принципиального плана исследования определяет вид КСИ. Для выбора плана необходимо оценить состояние наличных (к моменту сбора эмпирических данных) знаний и соответственно возможности для разработки гипотез. От этого зависит выбор стратегии исследовательского поиска.

Определение метода сбора данных осуществляется с учетом особенностей, назначения, ограничений в применении методов сбора данных. Выбор метода (или методов) должен быть обоснован. После этого создается инструментарий для сбора информации (например, анкета при опросе, карта для наблюдения, таблицы для анализа документов и др.) [18].

Создание инструментария сразу же ставит массу вопросов об адекватном измерении интересующих социолога характеристик изучаемого объекта. Например, как выявить степень неблагополучности отношений в семье? Как определить степень социального расслоения? Как измерить уровень социальной напряженности или конфликтности? Первый шаг в решении этих проблем — грамотное определение понятий исследования. Второй шаг заключается в правильном измерении признаков этих понятий.

Измерение - это процедура, с помощью которой измеряемый объект сравнивается с некоторым эталоном и получает числовое выражение в определенном масштабе или шкале.

Формирование обследуемой совокупности. Приступая к сбору информации с помощью созданного инструментария, социолог в большинстве случаев сталкивается с тем, что он не в состоянии исследовать все элементы, составляющие изучаемый объект (например, в случае изучения трудового коллектива предприятия — всех работающих на нем). Поэтому исследователь вынужден использовать тот или иной способ выделения из большой совокупности элементов, подлежащих изучению, некоторую их часть в надежде, что на этой обследуемой совокупности могут быть выявлены свойства объекта исследования в целом — генеральной совокупности.

Существуют различные способы формирования обследуемой совокупности (выборки):

- *Сплошное исследование.* Данный способ требует полного охвата всех элементов объекта без исключения. Здесь обследуемая совокупность идентична генеральной.

- *Исследование основного массива.* Здесь исследуется большая часть объекта или его важнейшие элементы. Данный способ отбора элементов не строго формализован, получаемые социологические данные не могут быть признаны достаточно надежными.

- *Монографическое исследование.* В данном случае изучается часть объекта по ряду критериев. Данная часть объекта (которая может состоять всего лишь из одной исследуемой единицы) должна быть типичной для всего объекта. Например, может изучаться социальный слой предпринимателей путем детального ознакомления с каким-либо типичным представителем этого слоя. Это также не формализованный метод, не дающий надежной информации.

- *Выборочный метод.* Это формализованный метод, хотя здесь возможна разная степень формализации. Выборочная совокупность (выборка) строится по

заданным правилам. Основное отличие выборочного метода от других способов формирования обследуемой совокупности (кроме сплошного исследования) состоит в том, что этот метод обеспечивает возможность распространения выводов, полученных на основании анализа выборки, на изучаемую, т. е. генеральную совокупность.

Особенности выборочного метода предопределяют его широкое применение в КСИ. Главное в том, что выборочный метод позволяет добиться наибольшей степени репрезентативности. Репрезентативность - это свойство выборочной совокупности представлять параметры генеральной совокупности, значимые с точки зрения задач исследования. Требование репрезентативности выборки означает, что по выделенным параметрам (критериям, признакам) состав обследуемых должен приближаться к соответствующим пропорциям в генеральной совокупности.

### **План исследования**

Раздел 5: составление рабочего плана исследования завершает создание программы КСИ. В нем упорядочиваются этапы работы, указываются сроки осуществления исследования, оцениваются необходимые ресурсы и т.д. В рамках рабочего плана составляется логический план всего исследования, а на его основе — организационный план, включающий график работ.

Выполнение представленного алгоритма конкретно-социологического исследования — важное условие его успешного проведения.

В современной науке широко применяются как социальные так и социологические исследования различных проблем. Сходное звучание этих двух терминов является источником их отождествления, однако, сущность понятий «социальное исследование» и «социологическое исследование» различна и требует уточнения.

Социальными следует считать эмпирические исследования так называемых «социальных фактов», к которым можно отнести плотность населения, коллективные представления, характеристики массового поведения и т.д. Так, например, юристы изучают проблемы преступности, историки — социальные проблемы исторической действительности, педагоги — социальные проблемы семьи и т.д. В социальном исследовании социальные факты объясняются не через социальные.

Методы сбора социологических данных, с помощью которых организуется процесс получения научной информации:

- анализ документов;
- социологическое наблюдение;
- опрос (анкетирование, интервьюирование, экспертный опрос);
- социальный эксперимент;
- некоторые социально психологические методики (групповые тесты) [19].

### **Анализ**

Метод анализа документов представляет собой систематическое изучение документов, направленное на получение информации, значимой для целей исследования. Документом в конкретном социологическом исследовании называют специально созданный автором (коммуникатором) материальный или

виртуальный (компьютерные файлы) предмет, предназначенный для фиксации, передачи и хранения информации. Не являются документами предметы, которые не предназначены специально для передачи информации. Документальной в социологии называют любую информацию, фиксированную в печатном или рукописном тексте, на компьютере и любом ином носителе информации.

Документы одновременно содержат в себе два рода информации:

- информацию о фактах, событиях, результатах деятельности;
- авторскую позицию, оценку этих фактов, которая представлена в содержании документа, а также в его структуре, стиле, средствах выражения.

Основное назначение метода — извлечь содержащуюся в документе информацию об изучаемом объекте, зафиксировать ее в виде признаков (категорий анализа), определить ее надежность, достоверность, значимость для целей исследования, выработать с ее помощью объективные и субъективно-оценочные характеристики и показатели исследуемого процесса. Эти задачи, решаемые в процессе анализа документов, одновременно дают представление об этапах его применения.

Существуют определенные правила работы с документами, которые должен знать социолог:

- следует разделить факты от оценок в документе;
- необходимо проверить достоверность источника и информации из него;
- следует проверять выводы, полученные из информации, собранной методом анализа документов с помощью использования нескольких источников документальной информации, либо применяя другие методы сбора социологических данных [19].

### **Наблюдение**

Метод социологического наблюдения — метод сбора первичной социологической информации, осуществляющийся путем непосредственного восприятия и прямой регистрации событий, значимых с точки зрения целей исследования. Такие события называются единицами наблюдения. Ключевой особенностью метода является то, что происходит прямая регистрация событий очевидцем, а не опрос свидетелей совершившегося события.

В зависимости от положения (позиции) наблюдателя различают следующие разновидности этого метода.

- наблюдения, в процессе которых наблюдатель не вступает в общение с членами группы, а регистрирует события как бы со стороны. Это простое наблюдение;
- наблюдатель может частично вступать в общение, действия группы, сознательно ограничивая контакты. Это промежуточная разновидность наблюдения;
- включенное наблюдение имеет место тогда, когда наблюдатель включается в действия группы полностью, т. е. имитирует вхождение в социальную среду, адаптируется в ней и анализирует события изнутри. Включенное наблюдение может производиться открытым способом или же инкогнито. Возможен еще один вариант — так называемое стимулирующее наблюдение, в процессе которого исследователь создает некоторую

экспериментальную обстановку, с целью выявить такие состояния объекта, которые в обычной ситуации не наблюдаются;

- самонаблюдение — наблюдатель регистрирует факты своих действий, состояний. Практикуется, как правило, для изучения поведения людей в совершенно новых, необычных условиях [20].

### **Опрос**

Метод опроса представляет собой метод сбора социальной информации об изучаемом объекте в ходе непосредственного (в случае интервью) или опосредованного (при анкетировании) социально-психологического общения социолога (или интервьюера) и опрашиваемого (называемого респондентом) путем регистрации ответов респондента на вопросы, заданные социологом, вытекающие из целей и задач КСИ. Таким образом, опрос — это метод, основанный на ответно-вопросной ситуации.

Основное назначение метода — получение информации о состоянии общественного, группового, индивидуального мнения, а также информации о фактах и событиях, отраженных в сознании опрашиваемого.

Основной областью применения опроса является изучение сферы сознания людей. Опрос также применяется в исследовании таких явлений и процессов, которые мало доступны непосредственному наблюдению. В качестве объекта исследования может выступать социальная общность, группа, коллектив или индивид. Если группа, коллектив или индивид выступают как данность, которую социолог может отобрать для изучения, то социальная общность формируется самим социологом.

Необходимо учитывать, что данные опроса в любом случае выражают лишь субъективное мнение опрошенных. Из этого факта вытекают ограничения в применении данного метода. Выводы из полученной в ходе опроса информации нуждаются в сопоставлении с данными, полученными другими методами, которые характеризуют объективное состояние изучаемых явлений. Необходим учет смещений, связанных с особенностями отражения социальной жизни в сознании индивидов, социальных групп, выступающих в качестве респондентов.

В зависимости от ролевых позиций того, кто опрашивает (исследователя) и того, кто отвечает (респондента) выделяют две разновидности опроса — анкетный опрос и интервью. Несколько особняком стоит метод экспертного опроса. Основание выделения этого вида — качество респондентов.

Существуют две основные разновидности социологического опроса — анкетирование (письменный опрос) и интервьюирование (устный опрос).

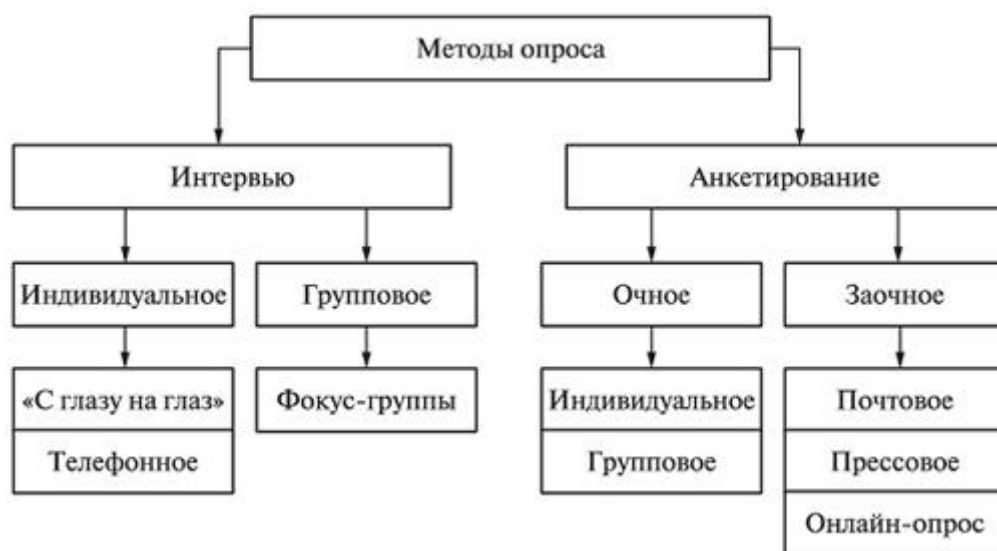


Рис. 4. Виды и методы опроса.

В свою очередь, каждый из этих видов опроса разделяется на множество подвидов:

- по числу опрашиваемых (групповой и индивидуальный);
- по месту проведения (дома, на работе и в целевых аудиториях — посетители клуба, пациенты в поликлинике и т.п.).

Анкеты можно разделить по способу распространения среди опрашиваемых:

- раздаточная (курьерская) анкета; почтовая (рассылаемая по почте);
- прессовая (публикуемая в газете или журнале).

Кроме того, виды опросов можно классифицировать по другим критериям, а именно:

- количественные (с применением статистики) и качественные (глубинное интервью, фокус-группа);
- письменные (анкеты, тесты) и устные (интервью);
- очные и заочные;
- стандартизированные, полустандартизированные и нестандартизированные;
- клинические и фокусированные;
- направленные и ненаправленные;
- пробные (пилотажные, зондажные, экспресс- опросы) и основные (как главный способ сбора первичной информации);
- массовый опрос (для респондентов-неспециалистов) и экспертный опрос (для специалистов в той или иной области).

При всех различиях виды опроса объединяет одно обстоятельство — вопросник, т.е. соответствующая исследовательскому замыслу и логически выстроенная система вопросов — адресованных респонденту речевых сообщений в вопросительной, утвердительной или отрицательной форме, а также предлагаемых к ним вариантов ответа. Вопросник — более широкий термин, чем анкета. Он применим по отношению как к анкетированию, так и интервью. В свою очередь, анкета — это документ опроса («Анкета для

рабочего») и метод опроса (т.е. анкетирование). В западных методиках анкетой называется вопросник (questionnaire), который чаще всего заполняется с помощью интервьюеров, но иногда рассылается по почте либо раздается респондентам для самостоятельного заполнения [21].

### **Анкетирование**

В случае анкетного опроса процесс коммуникации исследователя с респондентом опосредуется анкетой. Проводит опрос анкетер. Его функция состоит в том, что, получив от социолога-исследователя инструкцию, он ведет себя в соответствии с ней, создавая положительную мотивацию респондента по отношению к опросу. Существуют специальные приемы формирования такой мотивации, например, апелляция к гражданскому долгу, к личным мотивам и др. Анкетер также объясняет правила заполнения анкеты и ее возврата.

Существуют различные виды анкетирования. По числу опрашиваемых выделяют групповое и индивидуальное анкетирование. В зависимости от ситуации и аудитории различают анкетирование по месту работы, в целевой аудитории (например, в библиотеке) или на улице. Важное значение имеет способ доставки анкет. Здесь различают следующие разновидности:

- раздаточное (курьерское) анкетирование. Позволяет одному анкетеру одновременно опрашивать много человек путем раздачи анкет в аудитории;
- почтовое анкетирование, при котором анкета доставляется респонденту по почте;
- прессовый опрос. В этом случае анкета публикуется в средствах массовой информации. Данный метод имеет ограниченные возможности, поскольку социолог не формирует выборочную совокупность, не в состоянии спрогнозировать, кто ответит на анкету. Применяется в журналистике.

Каждая из перечисленных разновидностей метода имеет как преимущества, так и недостатки. Например, в случае почтового анкетирования возникает проблема возврата анкет, а в случае прессового опроса невозможно распространить результаты исследования на всю изучаемую совокупность (подписчиков газеты), поскольку здесь только респондент решает, принимать ему участие в опросе или нет.

Основной инструментарий анкетирования — анкета. Качество анкеты во многом определяет надежность, достоверность результатов исследования. Социологическая анкета — это объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление характеристик объекта и предмета анализа. Существуют определенные правила и принципы конструирования анкеты. Отметим, что существуют разные типы вопросов, выполняющих различную функцию. Вопросы в анкете формируются в блоки, например блок вопросов об объективных характеристиках респондентов.

При анкетировании возможны следующие способы общения с опрашиваемыми:

- анкетирование путем публикации вопросника в газете, журнале, книге (прессовое);
- путем раздачи анкет группе респондентов.

В зависимости от цели анкетирование может быть проведено по месту жительства и по месту работы респондентов.

Например, для оценки эффективности деятельности муниципальных органов в области организации сферы услуг анкетирование целесообразно проводить по месту жительства.

Анкета представляет собой структурно организованный набор вопросов, каждый из которых отражает программные и процедурные задачи исследования.

В каждой анкете есть вводная часть, содержащая обращение к респонденту с пояснением цели и необходимости анкетирования, краткой характеристики ожидаемых результатов и их полезности. Указывается степень анонимности опроса.

В анкете должна быть выражена благодарность респонденту за ответы на поставленные вопросы.

Требования к анкете:

- необходимо дать инструкцию по заполнению анкеты;
- на титульном листе анкеты должно быть название, отражающее тему или проблему опроса, название организации, проводящей анкетирование, место и год издания;
- вопросы и варианты ответов следует выделять шрифтом, цветом, рамками, стрелками. Текст анкеты должен легко читаться.

Включаемые в анкету вопросы классифицируются по различным основаниям. В зависимости от отношения к цели исследования различают программно-тематические (содержательные, результативные) и процедурные (функциональные) опросы.

По предметному содержанию выделяют вопросы: о фактах; знаниях; мнениях, установках, мотивах поведения.

По степени стандартизации вопросы делятся на закрытые, полужакрытые и открытые.

Закрытые вопросы могут быть: дихотомическими («да-нет»); альтернативными и «вопросами-меню».

В открытых вопросах нет набора возможных ответов, что несколько затрудняет обработку полученного материала. Однако при открытых вопросах в большей мере учитывается мнение респондента по рассматриваемой проблеме [22].

## **Интервью**

Интервью предполагает иной вид контакта социолога с респондентом, опосредуемого не анкетой и анкетером, а интервьюером. Роль интервьюера — не просто раздача анкет и обеспечение их заполнения респондентами, но как минимум озвучивание вопросов анкеты. Функции интервьюера зависят от вида интервью. Более высокая роль интервьюера в исследовании предъявляет к нему повышенные требования. Поэтому интервьюер должен пройти более сложную подготовку, чем анкетер.

Интервью можно классифицировать по тем же основаниям, что и анкетный опрос. Помимо этого, важное значение имеет разграничение видов интервью по степени формализации его процедур, что дает наиболее жесткое разграничение

познавательных возможностей. Возможные варианты располагаются здесь между неформализованным и формализованным видами интервью.

В формализованном интервью интервьюер здесь как бы озвучивает анкету; конструкция вопросов схожа с теми же в анкете и поэтому поддается процессу квантификации, опирающемуся на принципы измерения социальных характеристик. Потому имеется возможность применить количественную обработку такой информации. Порядок вопросов в этом случае жестко фиксирован, их последовательность менять нельзя. Формализованное интервью предполагает, что интервьюер, задавая вопрос, следит за психологическим контекстом интервью и может что-либо объяснить, повторить вопрос или ускорить темп. Однако все это делается по жесткой инструкции. Чем выше степень формализации, тем меньше ошибок, связанных с личностью интервьюеров.

Неформализованное интервью представляет противоположную разновидность интервью. Наиболее свободное, не стандартизированное интервью называют клиническим, наротивным (повествовательным). Интервьюер и респондент здесь как бы меняются местами. Сам интервьюер должен быть исследователем, а не просто вспомогательным персоналом в КСИ. Его функция состоит в том, чтобы задать импульс беседе, а далее он должен лишь стимулировать поток сознания от респондента. Однако роль интервьюера при этом очень велика. Задавая наротивный импульс, исследователь задает направление беседе. Иногда социолог заранее готовит вопросы, однако в ходе интервью он их не зачитывает и не перебивает собеседника во время рассказа. После того как опрашиваемый сам все рассказал, социолог может задать дополнительные вопросы.

Между этими двумя видами интервьюирования располагаются промежуточные варианты. Это свободное интервью, интервью с открытыми вопросами (с путеводителем), фокусированное (направленное) интервью, интервью со свободными ответами. Каждый из видов имеет свои особенности, область применения и инструментарий.

Интервью является специфическим видом опроса. Чаще его применяют при пилотажном пробном исследовании для организации выборок на объектах сложной структуры (предприятия, организации).

Вопросник интервьюер заполняет при непосредственном контакте с респондентом на основании ответов последнего.

Личное интервью бывает индивидуальное и групповое. Этот метод является дорогостоящим, но он позволяет оптимизировать опрос за счет установления доброжелательных взаимоотношений. Поэтому интервьюеры должны проходить психологическую (коммуникативную) подготовку.

Телефонный опрос предполагает краткость беседы, которая не допускает личные и деликатные вопросы. Таким образом, такой опрос позволяет получать информацию в ограниченных тематических рамках.

Опрос с помощью почтовых писем является дешевым, но требует четкого определения вопросов. Кроме того, адресаты могут не ответить на поставленные вопросы.

Социально-статистическая диагностика позволяет получить мнение о различных социально-экономических преобразованиях, работе государственных и муниципальных органов управления, влиянии телевидения на молодежь и другие группы населения.

Интервьюирование предполагает личное общение с опрашиваемым, при котором исследователь (или его полномочный представитель) сам задает вопросы и фиксирует ответы. По форме проведения оно может быть прямым, как говорится, «лицом к лицу», и опосредованным, например по телефону.

В зависимости от степени свободы исследователя выделяются интервью:

- формализованное (стандартизованное), когда деятельность исследователя строго регламентирована вопросником и инструкцией для интервьюера. Такое интервью обычно проводится при опросе больших масс людей, поскольку однотипные ответы легко поддаются анализу;

- полуформализованное (полуструктурированное, полустандартизованное), где порядок вопросов и их формулировки могут меняться в течение разговора;

- неформализованное (неструктурированное, открытое), которое может проводиться без вопросника, а исследователь имеет возможность корректировать характер вопросов в зависимости от хода разговора. Такое интервью применяют при пилотажном исследовании, при опросе небольшого количества людей (например, экспертов), когда не требуется классифицировать и сравнивать результаты интервью.

Таким образом, опрос является одним из основных методов получения данных о состоянии общественного и группового сознания, о мнениях людей и их оценках различных социальных явлений и процессов. Опросный метод представляет собой достаточно гибкий инструмент сбора информации и может быть реализован в различных формах — устной и письменной, очной и заочной и т.д. Опросы незаменимы в тех ситуациях, когда объект изучения недоступен непосредственному наблюдению; в таких случаях опрос становится главным методом сбора информации. Как правило, в конкретных исследованиях опросы дополняются методами контент-анализа, наблюдения и эксперимента.

### ***Требования к процедуре интервью***

Качество интервью, т.е. получение откровенной и достоверной информации, зависит от многих факторов. Среди них атмосфера доброжелательности, тактичное поведение интервьюера, постепенное «вхождение» в тему — от простых вопросов к сложным, отсутствие намеренного или непроизвольного навязывания интервьюером своей позиции.

Вводная часть интервью должна быть лаконичной, не отвлекать респондента от основной темы опроса.

Например: «Здравствуйте! Я представитель Центра социологических исследований, изучающего отношение населения к новым видам туристских услуг. Вы предпочитаете проводить отпуск дома, на даче, или на курортах?..» Если «молниеносный» контакт не завязывается, интервьюер должен в течение 2-3 мин попытаться уговорить потенциального респондента. В случае неудачи

попытку следует прекратить и приступить к отбору следующего респондента, согласно инструкции по выборке.

Интервьюер обязан спокойно, без раздражения дать полные ответы на все вопросы респондента, касающиеся темы и цели опроса (разумеется, в рамках своей компетенции), и обязательно подчеркнуть, что опрос анонимный, что респондент имеет полное право на любые формы ответов, а также на отказ отвечать.

Стиль поведения интервьюера должен быть уважительным, дружелюбным. Опрос не должен превращаться в допрос!

В процессе беседы роль ведущего постоянно должна быть у интервьюера. Чтобы овладеть этой ролью, ему необходимо досконально знать содержание бланка-интервью, помнить очередность вопросов, что поможет избежать длительных пауз.

Интервьюеру следует уходить от любых дискуссий с респондентом и только регистрировать его мнение, но не комментировать его. Должны быть исключены собственные оценки, неодобрительные замечания во время общения с респондентом, проявления равнодушия, безразличия. Более того, интервьюер должен всячески подчеркивать интерес к тому, что говорит его собеседник. Это может быть одобрительный кивок, улыбка и т.д. Если респондент спрашивает о точке зрения интервьюера на обсуждаемую проблему, тот должен объяснить, что его функция — выяснить различные мнения, а не навязывать свое.

В случае, когда респонденту непонятен вопрос, его нужно повторить еще раз; если он опять непонятен, кое-где усилить акценты. Если вопрос непонятен респонденту после повторного прочтения, этот факт фиксируется и интервьюер переходит к следующему вопросу. Объяснять респонденту суть вопроса можно лишь тогда, когда это предусмотрено инструкцией.

Задавать вопросы нужно в той последовательности, в которой они изложены в бланке. Каждый предыдущий вопрос должен быть как бы введением к последующему, что гарантирует непрерывность и последовательную логику беседы.

Вопрос может быть пропущен только в случае, если на этот счет в бланке-интервью есть специальные указания.

В ситуации, когда ответ не отличается конкретностью или однозначностью, интервьюеру целесообразно попытаться уточнить позицию респондента, задав наводящие вопросы типа: «Эта мысль интересна. Смогли бы вы объяснить ее подробнее?», или «Значит, вы считаете, что...», или «А точнее, что именно вы имеете в виду?»

Причиной отказа от ответа нередко бывает некомпетентность респондента или нежелание огласить свою позицию, кажущуюся ему несовместимой с общепринятой. Уловив это обстоятельство, интервьюер может сказать: «Наверное, я не совсем ясно зачитал вопрос. Позвольте, я повторю его», или «Данная проблема действительно сложная, порождающая различные мнения, что вполне правомерно. И все-таки мне было бы интересно узнать по этому поводу ваше личное мнение».

Регистрировать ответы проще всего в формализованном интервью, когда интервьюер обводит ответы респондента по заранее проставленным числовым кодам. Свободное интервью предполагает «стенографирование» ответов. Для ускорения записи рекомендуется использовать ряд обозначений (их круг может быть расширен самим интервьюером).

По форме вопросы бывают закрытыми, полузакрытыми и открытыми. К закрытым вопросам «прилагается» заранее сформулированный полный набор ответов. К полузакрытым — максимум заранее сформулированных вариантов ответов, а также дополнительные строки для свободного ответа. Открытый вопрос предполагает только свободный ответ респондента. Закрытые и полузакрытые вопросы конструируются тогда, когда исследователю заранее известны все или почти все варианты ответов. В противном случае вопрос задается в открытой форме.

Закрытые вопросы могут быть альтернативными, когда сумма всех вариантов ответов равна 100 %, и неальтернативными, когда предоставляется возможность выбора нескольких вариантов, в результате чего сумма ответов может превысить 100%.

Если в перечне ответов не предусмотрена позиция «затрудняюсь ответить», отсутствие ответа кодируют отдельно.

По содержанию вопросы могут быть направлены на констатацию фактов, знаний («Читаете ли вы газету "Известия"», или «Могли бы вы назвать примеры этнического геноцида из истории СССР?»); мнений, намерений, представлений, поведения («Кто может стать, по вашему мнению, следующим президентом России?», или «Где вы намерены провести летний отпуск?», или «Какой вы представляете себе вашу будущую квартиру?», или «Как вы провели прошлое воскресенье?»).

Общее число вопросов в анкете зависит от полноты операциональной схемы, а соотношение числа открытых и закрытых вопросов — от степени изученности предмета исследования.

Логическая последовательность вопросов в анкете (как правило, от простых к сложным) предопределена структурой предмета исследования, а также психологическими требованиями к коммуникативному процессу. Важно, чтобы анкета

не начиналась с вопросов, способных насторожить, а то и отпугнуть респондента. Для смягчения остроты психологически трудных вопросов можно задать предварительный «вводный», начинающийся, например, со слов: «Бытует мнение, что...»

Как свидетельствует опыт, после 35-50 минут внимание респондента обычно притупляется, поэтому целесообразно вопросы объединить в блоки, которые выделяются тематическими заголовками. Более сложные вопросы стоит расположить в рамках первых 40 минут заполнения анкеты. Оптимальной считается анкета, заполнение которой в среднем не превышает одного часа [23].

### **Экспертный опрос**

Еще один вид опроса — экспертный опрос. Его отличительная черта заключается в том, что в качестве респондентов выступают эксперты —

специалисты в определенной области деятельности. Процедура получения информации от экспертов называется экспертизой. Она может включать самостоятельное решение экспертами поставленных перед ними задач в ходе КСИ. Все зависит от выбранного вида экспертного опроса.

Основным назначением метода экспертного опроса следует признать выявление наиболее существенных, важных аспектов исследуемой проблемы, а также повышение надежности, достоверности, обоснованности информации благодаря использованию знаний и опыта экспертов [24].

### **Социально-психологические методы в социологии**

Наряду с социальной общностью социальная группа — наиболее распространенный объект изучения в социологии. Часто получается так, что сведения об объекте приходится получать путем анализа данных об индивидах, ее составляющих. Суммарные сведения об индивидах (их социальные ориентации, мнения, стереотипы мышления и прочее) — это существенные характеристики социального целого. Поэтому социологи активно используют методики, разработанные в психологии. Их можно разделить на две группы: методики, с помощью которых измеряют личностные свойства, и методики, измеряющие групповые свойства. И те и другие называют тестами.

Тест — это кратковременное испытание, с помощью которого измеряется уровень развития или степень выраженности некоторого психического свойства (черты, характеристики), а также совокупности психических свойств личности или же психических состояний (отношений, взаимовосприятий) групп и коллективов.

В социологии применяются социометрические тесты, которые направлены на количественное измерение и анализ структуры межличностных отношений в малых социальных группах путем фиксации среди членов группы связей, предпочтений в ситуациях выбора. Основное назначение социометрического теста — диагностика эмоциональных связей, т. е. взаимных симпатий и антипатий между членами группы. Социометрия выполняет следующие функции:

- позволяет измерить степень сплоченности-разобщенности группы;
- выявляет соотносительный авторитет членов группы по признаку симпатии-антипатии, где на крайних полюсах оказываются неформальный лидер группы и отвергнутый;
- проявляет внутrigрупповые подсистемы (сплоченные образования со своими неформальными лидерами).

В социометрическом тесте единицей анализа и измерения является выбор — установка индивида относительно взаимодействия с членами своей группы в определенной ситуации [25].

*Социологическое исследование* (наравне с этим термином используется так же термин социологическое обследование) — это системное изучение социальных процессов и явлений, характеризующееся: всесторонним сущностным анализом предмета исследования; эмпирическим способом получения данных об изучаемом явлении, процессе; статистической

обработкой данных об единичных проявлениях социальной реальности. Это система теоретических и эмпирических методов обследования социальной реальности с использованием методов статистической обработки данных.

При проведении социологического исследования пользуются как общенаучными методами, так и специфическими (рис. 5).

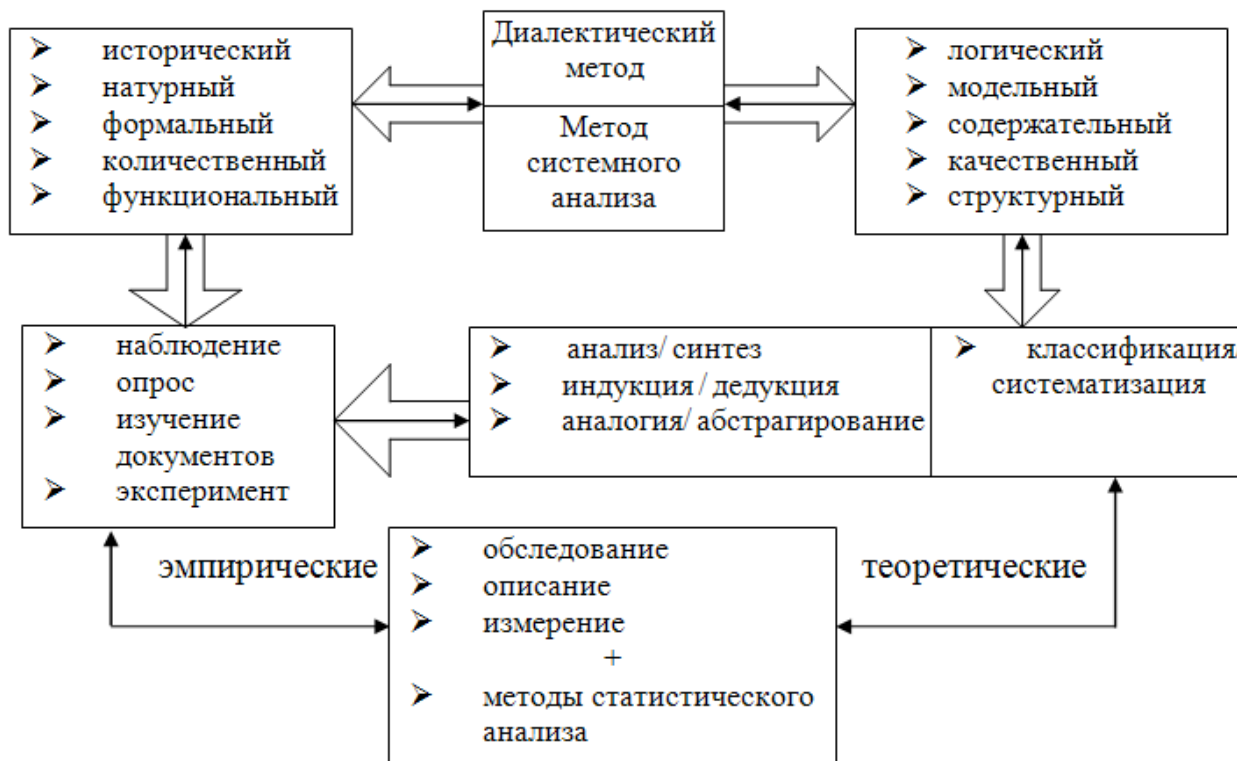


Рис. 5. Система общенаучных и специальных методов исследования социальной реальности

Социологические исследования бывают:

- *теоретическими* (то есть основанные на применении и апробировании определенных социологических теорий) и эмпирическими (то есть основанные на сборе и обработке данных об объективной реальности, завершающиеся, как правило, теоретическим осмысливанием);

- *фундаментальными* (ориентированными на выявление универсальных связей и отношений) и прикладными (ориентированными на решение узкого круга практических проблем);

- *сплошными* (когда обследуется вся генеральная совокупность <sup>[1]</sup>) и выборочным (проводимое на основе определенной выборки из генеральной совокупности) [26].

Любое научное исследование представляет собой вид познавательной деятельности, направленный на получение новых знаний, информации и т.п., изучение научных и практических проблем с помощью специальных методов (эксперимент, наблюдение и т.п.), на обоснование направлений и разработку методов и средств их решения. Социологическое исследование — один из основных способов развития социологии, сфера профессиональной деятельности социологов. Социологические исследования представляют собой последовательность определенных этапов деятельности профессиональных

социологов, целью которых является изучение некоторых, как правило, проблемных фрагментов социальной действительности на основе научно разработанной методологии и методики, позволяющих систематизировать факты об изучаемых социальных явлениях и процессах, их связях, отношениях и зависимостях.

Для лучшего понимания смысла и особенности социологического исследования вспомним, что собой представляет социология.

Несмотря на длительность дискуссии о предмете и объекте социологии и множестве высказанных дефиниций, а может быть, именно благодаря их обилию, общепринятого определения социологической науки до сих пор не существует. Каждый, затрагивающий в своих выступлениях или публикациях принципиальные аспекты социологии, вынужден определять свою позицию по этому вопросу. Не претендуя на оригинальность, последуем установившейся традиции.

Буквальный этимологический смысл понятия «социология», как известно, обозначает науку об обществе. Однако общество как специфический объект является предметом познания множества дисциплин: социальной философии, истории, политологии, культурологии, социальной психологии и многих других. Поэтому ограничиваться только этим — этимологическим — пониманием социологии непродуктивно. Специфика социологии проявляется в том, что из всего комплекса явлений, процессов и структур, образующих общество, она в качестве предмета исследования выделяет мир социальной деятельности людей, их связей и взаимодействий, которые в совокупности и обеспечивают функционирование общества как целостной социальной системы.

Общество в социологической науке рассматривается не как простое скопление индивидов, случайно взаимодействующих друг с другом, а как упорядоченная структура, как *целое, состоящее из определенным образом расположенных частей, взаимодействующих между собой в соответствии с более или менее устойчиво проявляющимися правилами (алгоритмами, закономерностями и т.п.)*. Эти части могут включать в себя как простейшие элементы, каковыми являются отдельные личности, так и совокупности этих элементов, или социальные общности, объединенные по определенным признакам. Опыт изучения структурно упорядоченных систем в естественных и общественных науках показывает, что главное в таком изучении — определение наиболее важных и устойчивых связей между отдельными частями структуры. Поэтому социология в понятие социальной структуры включает не только взаимное расположение индивидов, групп, социальных институтов в обществе, но и их взаимосвязи, т.е. контакты, действия и взаимодействия, осуществляемые как на основе межличностного общения, так и с помощью средств массовой коммуникации. Таким образом, социология рассматривает общество как *систему*, и главной ее задачей, как и всякого системного исследования, является установление характера внутри и внесистемных связей и взаимодействий.

**Социология** — наука об общих и специфических закономерностях развития и функционирования конкретных социальных систем (обществ), социальных институтов и общностей, образующих структуру социальных

систем, исследующая механизмы и процессы взаимодействия и взаимосвязи как внутри, так и между названными институтами и общностями, а также характер и формы проявления этих закономерностей в деятельности личностей, социальных групп, общностей, институтов на основе соответствующей эмпирической информации [27].

Названные связи и взаимодействия можно изучать как на макроуровне для установления общих, инвариантных закономерностей развития социального мира (и тогда мы будем иметь дело с *общетеоретическим уровнем* социологического знания), так и на уровне конкретных, частных социальных структур и процессов (и тогда мы будем иметь дело с комплексом *конкретно-социологических дисциплин*, позволяющих выявлять определенные формы проявления исследуемых закономерностей).

Оба уровня социологии в качестве обязательного элемента предполагают проведение *специальных исследований*. Их целью является получение документальных материалов, в которых с помощью определенных методов фиксируется множество эмпирических фактов, отражающих состояние соответствующих фрагментов предметной области социального мира.

Весьма важная особенность социологии состоит в том, что получаемое на ее основе знание (даже общетеоретического уровня), как правило, в большей или меньшей степени ориентировано на его использование при решении актуальных практических проблем. Поэтому одним из важнейших критериев реальной ценности социологического знания является уровень его востребованности социальной практикой. Есть основания утверждать, что весьма определенная управленческая ориентация — тот специфический признак, который существенно выделяет социологию среди всех наук об обществе.

Таким образом, можно говорить о двух типах конечных результатов социологического исследования. *Первый* — достаточно традиционный, неспецифический, являющийся итогом исследования в рамках любого научного направления. Он представляет собой новое знание о какой-либо предметной области социального мира. *Второй* тип — это информация, полученная средствами социологии в связи с необходимостью решения какой-либо практической проблемы и включенная в структуру информационного обеспечения органа социального управления.

Отличие первого от второго состоит в том, что результаты первого типа — это чистое знание об определенном социальном феномене (например, молодежная культура, девиантное поведение, маргинализация и т.п.). Главный критерий ценности знания первого типа — принципиальная новизна. Востребованность знания этого типа социальной практикой не играет существенной роли. Для него вполне приемлемо самое общее определение информации как *некоторых сведений*.

Критерием ценности результатов второго типа является, прежде всего, их практическая актуальность, информативность, потенциальная возможность снижения неопределенности для структур, принимающих управленческие решения. Принципиальной новизны они могут и не содержать. Как видно, результаты второго типа представляют собой *управленческую информацию*.

Объективная необходимость использования возможностей социологии в исследованиях социально-экономических и политических процессов структурами социального управления предопределяется ее спецификой.

1. В отличие от наук о природе субъект и объект исследования в социологии очень трудно (практически невозможно) разделить друг от друга. Исследователь социального мира, сам находясь в этом мире, не может быть нейтральным по отношению к объекту своего исследования. Да и объект социологического исследования весьма нелегко отделить от сопряженных с ним социальных образований. Эта ситуация имеет как свои достоинства, так и недостатки. Достоинство заключается в том, что субъект исследования «погружен» в реальный социальный мир, и получаемое в результате исследования знание неизбежно имеет выход на практику.

2. Предмет исследования в социологии, как правило, совпадает с актуальной социальной проблемой, а его результаты (как мы упоминали) ориентированы прежде всего на использование в практической деятельности органов управления. То есть социология в существенной своей части управленческая наука, и использование ее возможностей в практике социального управления объективно неизбежно. Именно этим объясняется ее включение в качестве источника специализированной информации в соответствующие звенья структуры и этапы управленческого цикла.

3. В социологии для обоснования содержательных выводов в ранг принципа возводится привлечение конкретного эмпирического материала. Это бесспорное достоинство также характеризует социологию как управленческую науку.

В современной науке широко применяются как социальные так и социологические исследования различных проблем. Сходное звучание этих двух терминов является источником их отождествления, однако, сущность понятий «социальное исследование» и «социологическое исследование» различна и требует уточнения.

**Социальными** следует считать эмпирические исследования так называемых «социальных фактов», к которым можно отнести плотность населения, коллективные представления, характеристики массового поведения и т.д. Так, например, юристы изучают проблемы преступности, историки – социальные проблемы исторической действительности, педагоги – социальные проблемы семьи и т.д. В социальном исследовании социальные факты объясняются не через социальные.

**Социологическими** называются такие исследования, в результате которых появляются «социологические факты» - сводные числовые характеристики, полученные при специально организованном массовом наблюдении социальных явлений.

В.И. Добреньков и А.И. Кравченко выделяют следующие различия между социальным и социологическим исследованиями [1].

1. Понятие «социальное исследование» не отражает стоящую за ним конкретную науку, а «социологическое исследование» отражает – это

социология. Понятие «социальное исследование» является более широким, нежели понятие «социологическое исследование».

2. Социологическое исследование определено предметом, тематикой, методом социологии, социальное исследование – нет.

3. У социологического исследования есть специфический метод, а у социального – нет.

4. Социологическое исследование – внутридисциплинарный метод познания, а социальное – междисциплинарный.

5. Социальное исследование охватывает любые социальные проблемы общества, даже те, которые необязательно принадлежат к социологии, а социологическое – узкий круг проблем, заданных предметом социологии.

6. Социальные исследования (опросы) проводят юристы, врачи, экономисты, журналисты, кадровики. Социологические исследования проводят только профессионалы. Его отличительная черта – спаянность теории и метода.

7. Источником социологического исследования является научная литература и профессиональная подготовка, социального – популярная литература и обыденный опыт (собственный жизненный опыт или опыт данного ведомства).

8. Социальное исследование отражает широкий взгляд на общество, социологическое – узкий, специализированный.

Существует несколько видов социологических исследований: пробное (другие названия поисковое, разведывательное), описательное, аналитическое, сплошное, выборочное, полевое, оперативное и др. Выбор типа исследования в каждом конкретном случае определяется спецификой изучаемой проблемы, целью, имеющимися ресурсами и пр. Ниже мы приводим описание видов исследований, наиболее часто применяющиеся в современной социологии, сделанное Добреневым В.И., Кравченко А.И. [2].

*Пробное (поисковое, разведывательное) исследование* проводится с целью уточнения проблемы, определения цели, постановки задач, выдвижения обоснованных гипотез, т.е. является, по сути, концептуальным исследованием. Оно относится к наиболее простым видам социологического исследования и предполагает получение прикладных, ориентировочных сведений об интересующем объекте, поэтому используется для мало изученных или вообще не изученных проблем.

Пробное исследование обычно проводится по упрощенной программе, с применением ограниченного инструментария на небольшом числе опрошенных, поэтому полученные данные нерепрезентативны. Его цель – получение примерных данных о том или ином вопросе, его лозунг – приблизительно, дешево, быстро.

*Методы поискового исследования:*

- интервью с потенциальными респондентами;
- фокус-группа по центральной проблеме исследования;
- опрос экспертов или просто людей, имеющих отношение к проблеме;
- изучение документов, статистических данных.

Вариантом разведывательного исследования выступает экспресс-опрос или *оперативный опрос*, в ходе которых решаются сиюминутные, но очень нужные утилитарные задачи. С помощью таких опросов выявляется, например, отношение народа к президенту, к войне в Чечне, происшедшим террористическим актам и пр.

*Пилотажное исследование* (рабочий термин «зондаж») в отличие от разведывательного предназначено для отработки технических приемов и процедур: установления необходимого объема и качества выборки, для уточнения содержания и числа вопросов анкеты, времени опроса, а также для апробации вопросника.

*Правила проведения пилотажного исследования:*

- объем выборки в пилотажном исследовании не имеет четкого методического обоснования (обычно достаточно опросить 30 респондентов). Важно только, чтобы они представляли все существенные категории планируемого объекта исследования [3];

- выборка респондентов должна отвечать качеству разнообразия, т.е. включать те группы респондентов, которые могут реагировать на инструментарий по-разному;

- в пилотажную выборку включают тех респондентов, которые представляют наиболее важные для темы опроса социально демографические признаки (пол, возраст, образование, стаж работы, содержание труда и т.п.).

В социологии пилотаж проводится до основного исследования по «укороченному» плану: в нем используются малые выборки, не в полной степени проводится сбор информации, полученная информация анализируется только по наиболее значимым критериям.

Пилотаж полезен для:

- а) тестирования инструментария, в котором исследователь вполне уверен;
- б) усовершенствования инструментария в ситуации, когда предмет исследования хуже известен исследователю.

В случае а) инструментарий проходит окончательное испытание в своем окончательном варианте. В случае б) исследователь должен поэкспериментировать с разными вариантами (макетами) инструмента, чтобы узнать, какое из них удобнее в работе. Для этого необходимо провести предварительное тестирование.

Предварительное тестирование включает в себя:

- а. Тестирование различных словесных формулировок и форм вопросов.
- б. Опробование анкеты, предназначенной для самостоятельного заполнения респондентов, в личном интервью, чтобы в процессе живого общения с респондентом выявились возможные трудности ее заполнения.

- с. Употребление открытых вопросов для выявления типичных ответов, которые затем можно будет включить в набор ответов на закрытые вопросы, с тем, чтобы использовать последние в окончательном варианте.

- д. Тестирование различных видов инструментария (почтовых анкет, очных интервью, телефонных интервью) с целью определения годности каждого из них [4].

Таким образом, в ходе пробного исследования социолог может получить примерные, ориентировочные сведения об интересующем объекте. Пилотаж позволяет проверить процедуры и инструментарий исследования. Если обратиться к аналогиям, то пробное исследование – это разведка местности, а пилотаж – тренировка со страховкой перед длительной научно исследовательской экспедицией.

Описательное и аналитическое исследования более сложные типы научного поиска, чем разведывательное и пилотажное.

*Описательное исследование*, опираясь на репрезентативные сведения, надежные данные, обстоятельно описывает структуру, динамику какого либо явления. Цель описательного исследования – представить целостную картину явления, не выявляя причинных связей.

*Аналитическое исследование* – самый углубленный вид социологического анализа, обладающего репрезентативностью, надежностью, достоверностью. Кроме того, цель аналитического исследования – выявить скрытые причины возникновения явления.

На рис 3. представлена типология социологических исследований по уровню сложности и распространенности.



**Рисунок 3** Типология социологических исследований по уровню сложности и степени распространенности

*Сплошное исследование* – это социологическое исследование, охватывающее все единицы генеральной совокупности. Примером такого исследования может служить перепись населения.

*Выборочное исследование* представляет собой способ систематического сбора данных о поведении и установках людей посредством опроса специально подобранной группы респондентов, дающих информацию о себе и своем мнении. Свое название оно получило благодаря использованию специальной процедуры отбора из огромной совокупности единиц исследования (генеральной совокупности) небольшой части (выборочной совокупности), которая очень точно отражает основные параметры целого. Процедура

построения выборки основана на методах математической статистики и базируется на принципах теории вероятности.

Выборочное исследование более экономично и не менее надежно, чем сплошное, хотя требует более сложной методики и техники.

*Повторные исследования* – это совокупность нескольких исследований, проведенных по единой программе и инструментарию последовательно через определенные промежутки времени. Повторные исследования проводятся в случаях, когда необходимо получить результаты, характеризующие динамику изменения объекта.

Виды повторных исследований:

1) *Лонгитюдное исследование* - исследование, предполагающее последовательную многократную регистрацию определенных показателей через строго установленные промежутки времени с целью определить динамику их изменения и взаимовлияния. Лонгитюд предполагает длительное изучение одной совокупности лиц. Первоначально лонгитюдное исследование или метод «продольных срезов» сформировался в детской и возрастной психологии, где он применялся в качестве своеобразной альтернативы методу «поперечных срезов». Позже лонгитюдное исследование проникло и в другие исследования, в частности в социологию, где оно понимается как «неэкспериментальный тип исследования, при котором данные собираются с одной и той же выборки в более чем одной временной точке. Поскольку наблюдается одна и та же выборочная совокупность в течение длительного времени, то данные, полученные в разных наблюдениях, правомерно интерпретируются как изменения во времени, характеризующие одного и того же человека (объекта), а не как различия, характеризующие разные выборки, пусть и полученные на одном и том же объекте».

2) *Когортное исследование* – изучение лиц одного возраста на протяжении длительного времени с целью анализа изменений в образе жизни людей одного поколения. Объекты исследования меняются, но люди сохраняются.

3) *Трендовое исследование* – исследование, проводящееся на одной и той же генеральной совокупности с интервалом во времени и с соблюдением относительно одинаковой методики. Цель – установление тенденций (трендов) социальных изменений. Пример – переписи населения.

4) *Панельное исследование* – исследование, проводящееся по единой программе, на одной и той же выборке и по единой методике через определенный интервал времени. Цель – анализ динамики событий. Люди могут меняться, но объекты исследования сохраняются.

Панелью называется совокупность одних и тех же респондентов, опрошенная в базовом и повторном (например, через 15 лет) исследовании. В повторном исследовании это уже будут люди, повзрослевшие на 15 лет. Псевдопанель – совокупность респондентов, подобранная так, что по основным параметрам – возраст, образование, профессия – она напоминает базовую, но это не одни и те же люди (например, молодые рабочие 1962 году и молодые рабочие в 1992 году). Панельные исследования являются одной из разновидностей лонгитюдных, в которых информация собирается посредством нескольких (не

менее двух) опросов членов постоянной выборочной совокупности (панели). Так как информация охватывает данные, полученные от каждого члена панели в двух или более временных точках, то появляется возможность наряду с совокупными сдвигами изучать и индивидуальные изменения.

Поскольку панельное исследование позволяет изучить причинные связи, оно прочно утвердилось в практике исследования общественного мнения. Временной интервал между повторными опросами в таких исследованиях, как правило, невелик (от нескольких дней до нескольких месяцев), а конструкция исследования нередко принимает вид плана «до» и «после».

Примером панельного исследования может служить проведенные в 1960-80-е гг. исследования тенденций реализации жизненных планов выпускников средних школ: первый раз их опросили накануне выпускных экзаменов, а затем в интервалы времени, определяемые окончанием приема в вузы и стадиями трудовой карьеры.

*Мониторинг* является способом наблюдения, оценивания и прогноза состояния объекта, развития явления в течение достаточно длительного времени по одинаковой системе показателей и методике. В настоящее время мониторинг используется в технических, естественных и социальных науках.

Экологический мониторинг – информационная система наблюдений, оценки и прогноза изменений в состоянии окружающей среды, созданная с целью выделения антропогенной составляющей этих изменений на фоне природных процессов. В экологии мониторинг определяется как непрерывное слежение за состоянием окружающей среды с целью предупреждения нежелательных отклонений по важнейшим параметрам [5]. Используется мониторинг воды, воздуха, леса, токсические газы, шум, излучения и т.д.

В психологии мониторинг позволяет выявить тенденции и закономерности психологического развития определенных групп людей и отдельного человека. Предметом мониторинга могут быть психологическая готовность детей к школьному обучению, динамика профессионального и личностного самоопределения и пр.

В медицине мониторинг используют для выявления и предупреждения критических ситуаций, опасных для здоровья человека, например, мониторинг внутриутробного развития зародыша, температуры, аритмии, кровяного давления и пр.

В образовании мониторинг – это «Форма организации, сбора, хранения, обработки и распространения информации о педагогических системах и социальной инфраструктуре, обеспечивающей непрерывное слежение за учебным процессом и условиями жизнедеятельности, а также дающей возможность прогноза их развития» [6]. Предметом мониторинга в образовании являются знания учащихся, их воспитанность и т.д.

**Социологический мониторинг** – это «системно организованная совокупность регулярно повторяющихся исследований, цель которых состоит в научно-информационной помощи заинтересованным учреждениям в реализации социальных программ, соответствующих социо-культурным

характеристикам и особенностям массового сознания различных поколений населения» [7].

Проведение мониторинга процесса или явления возможно при соблюдении двух условий:

- отслеживаемое явление или процесс меняется во времени;
- явление приобрело массовое либо угрожающее значение.

Поскольку изучаемое явление или событие динамично, то на основе двух или нескольких текущих замеров можно сделать прогноз его развития в ближайшем или отдаленном будущем. Кроме этого, мониторинг динамики какого-то события позволяет:

- a) сравнивать между собой несколько разных точек;
- b) проследивать тенденцию или закономерность изменения;
- c) применять сложные аналитические и графические средства для изображения этого явления во времени [8].

*Полевое исследование* – изучение социальных явлений методом непосредственного наблюдения за поведением людей в реальных жизненных ситуациях.

В каждой из наук сложилось свое понимание полевого исследования. Так в археологии «полем» исследования может быть открытое поле в прямом смысле: раскопки кургана или другого памятника культуры.

В психологии примером полевого исследования может служить изучение поведения ограниченной в пространстве совокупности индивидов, пребывающих в естественных для них условиях. В зависимости от задач и используемых средств здесь выделяют три типа полевых исследований: поисковое, имеющее описательный характер; диагностическое – направленное на решение практических задач; экспериментальное – связанное с проверкой гипотез.

В этнографии и антропологии полевым исследованием называют невключенное изучение аборигенной группы, ее культуры и образа жизни, поведенческих ритуалов и социальных практик с выездом на место проживания.

*В социологии полевым называется фаза основного исследования, наступающая после разработки программы, пилотажа анкеты и размножения методических документов.* Термин «поле» носит здесь метафорический характер и обозначает выход команды исследователей на объект: на рынок, городскую улицу, цех и т.д.

*Подготовка поля в социологии* предполагает проведение следующих работ:

- обеспечение доступности эмпирического объекта;
- организация штаба полевого исследования (помещение, оргтехника, режим работы, дежурство, оперативная связь, обеспечение сохранности и закрытости собираемых эмпирических данных);
- подготовка комплектов эмпирического инструментария для исполнителей (инструкций, заданий, списков, адресов);
- отбор и обучение исполнителей;
- текущий оперативный контроль во время сбора данных;

- контроль заполненных документов во время приема результатов работы, специальные контрольные процедуры после завершения полевого этапа;
- оперативный контроль выборки в процессе полевых работ [9].

При полевом исследовании ученый находится в точке событий и осуществляет непосредственное наблюдение. Например, при выборочном опросе социолог спрашивает группу людей о применении наркотиков, а в полевом исследовании он находится рядом с ними и наблюдает за их действиями. Считается, что собранная во втором случае информация точнее и достовернее информации, собранной в первом случае. Зато результаты полевого исследования ограничены одной ситуацией, их невозможно или трудно типизировать, если не провести дополнительных исследований.

*Оперативное исследование* – исследование, проводимое с практическими целями, в короткие сроки и по сокращенной научной программе.

Особенности оперативного исследования:

- 1) Направленность на практические задачи, принятие оперативного решения.
- 2) Исследование проводится не по инициативе ученого, а по инициативе заказчика.
- 3) Сжатые сроки (в 2-3 раза по сравнению со сроками в других типах исследования).
- 4) Отсутствие интерпретации основных понятий и системного анализа объекта.
- 5) Замена гипотезы описанием предполагаемых результатов.
- 6) Опрос по каталогу стандартизированных вопросов.
- 7) Переход от индивидуального к групповому (аудиторному) опросу.

Отличие группового опроса от индивидуального заключается в том, что все делается, как и в индивидуальном с той лишь разницей, что респонденты собираются в одном месте (аудитории).

Оперативное исследование – перспективный и наиболее подходящий метод изучения общественного мнения. Он экономичен и прост по технологии организации. Его цель – получение нового научного знания о реальности, а конкретизация, уточнение уже имеющихся знаний (например, из литературы) об объекте для принятия управленческих решений.

*Анализ случая (Case study).* В отечественной литературе нет устоявшегося термина для обозначения метода, который в английской традиции носит название *case study*. В общем виде «анализ случая» можно определить как углубленное выборочное исследование какой-либо проблемы на одном отдельно взятом, но представительском объекте. При этом предмет исследования, его взаимосвязь с объектом изучаются с особой тщательностью. Case study – форма качественного описательного исследования, объектом которого выступает отдельный индивид или малая группа. Его предметом может выступать только реальное взаимодействие обозримого числа людей и лишь в очень специфическом контексте.

Социологи, практикующие данный метод не стремятся к глобальным обобщениям, открытию причинно-следственных законов или к статистически

репрезентативной информации. Здесь изучается одно событие или одна общность во всех подробностях. Сущность такого исследования заключается в том, чтобы, детально изучив один или несколько случаев, раскрыть содержание глубинных процессов, протекающих в обществе.

Трудности использования метода case study:

1) Репрезентативность. Так же как и выборочная совокупность, единичный случай должен быть сопоставим с генеральной совокупностью.

2) Ограниченное использование точных количественных методов.

Преимущества метода case study:

1) Разнообразие информативности.

2) Доступность.

*Опросные и неопросные методы исследования.* В социологии существует четыре разновидности методов эмпирического исследования: опросы, наблюдение, анализ документов и эксперимент. Виды опросов (анкетирование, интервью) относятся к опросным методам; наблюдение, анализ документов и эксперимент – к неопросным. К неопросным относятся и так называемые аппаратные методы регистрации реакций людей, например, при тестировании. Другим примером может служить регистрация зрительской реакции в момент просмотра (прослушивания) рекламы, передач, иных видео-аудио-фрагментов.

*Опрос* – это социологический метод получения информации, при котором людям (их называют респондентами) в письменной или устной форме задают специально подобранные вопросы и просят ответить на них.

Социолог обращается к методам опроса в том случае, когда изучаемая проблема недостаточно обеспечена документальными источниками либо такие источники вообще отсутствуют.

С помощью опроса можно изучать:

- содержательные характеристики массового или индивидуального сознания;
- социальные или межличностные отношения, которые мало поддаются или не поддаются прямому наблюдению;
- общественное мнение;
- потребности, интересы, мотивацию, настроения, ценности, убеждения людей [28].

*Типология эмпирических методов по способу проведения:*

## **1. Опросы**

*Интервью* – проводимая по заранее разработанному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом, в ходе которого интервьюер фиксирует его ответы. *Виды интервью:* свободное или стандартизированное, клиническое или фокусированное, групповое или индивидуальное, прямое или опосредованное.

*Анкетирование* – вопросно-ответная форма организации текста. Анкетные опросы: экспресс-опрос, групповой или индивидуализированный, очный (раздаточная анкета) или заочный (почтовая анкета, прессовая анкета), массовые или экспертные.

**2. Анализ документов:** качественный или количественный (контент-анализ).

**3. Наблюдение:** включенное или невключенное, формализованное или неформализованное.

**4. Эксперимент:** истинные эксперименты, квазиэксперименты, натурные эксперименты, натуралистические эксперименты.

*Технические средства опроса.* Лидерами технических помощников социолога являются телефон и компьютер. Первый позволяет опрашивать большое количество респондентов, находящихся за тысячи километров от офиса, в короткие сроки. Второй в онлайн-режиме дает возможность опросить еще большее число людей по минимальной себестоимости и при этом быстро обработать полученные данные с помощью специальных программ.

### **Виды социологического исследования**

Социологическими исследованиями называются внутридисциплинарные исследования, в которых одни социальные явления объясняются при помощи других социальных явлений.

В зависимости от характера поставленной цели и выдвинутых задач различают несколько видов социологических исследований.

По глубине анализа социальной проблемы и масштаба охвата событий различают *пробное (поисковое, разведывательное), пилотажное описательное и аналитическое исследования.*

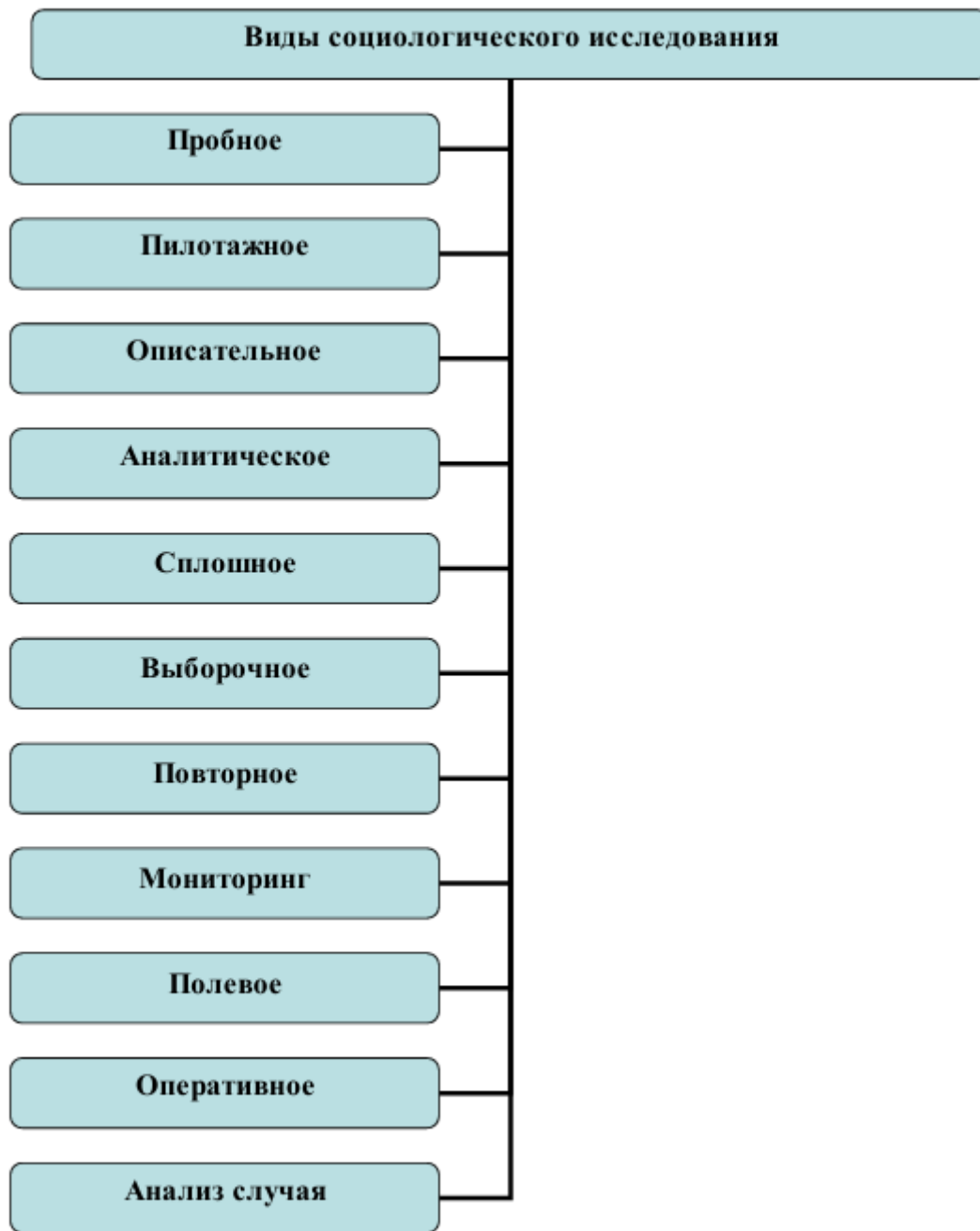
В зависимости от того, изучается статика или динамика явления выделяют точечное или *повторное исследования.*

По объему охвата объекта исследования типы исследования делятся на *сплошные и выборочные.*

В зависимости от места проведения выделяют полевые и лабораторные исследования.

По применяемому методу сбора данных различают *опрос, наблюдение, анализ документов, эксперимент (Приложение 1).*

Типология социологических исследований представлена в виде схемы на рис.6, основные методы социологического исследования - на рис 7.



**Рисунок 6** Типология социологических исследований

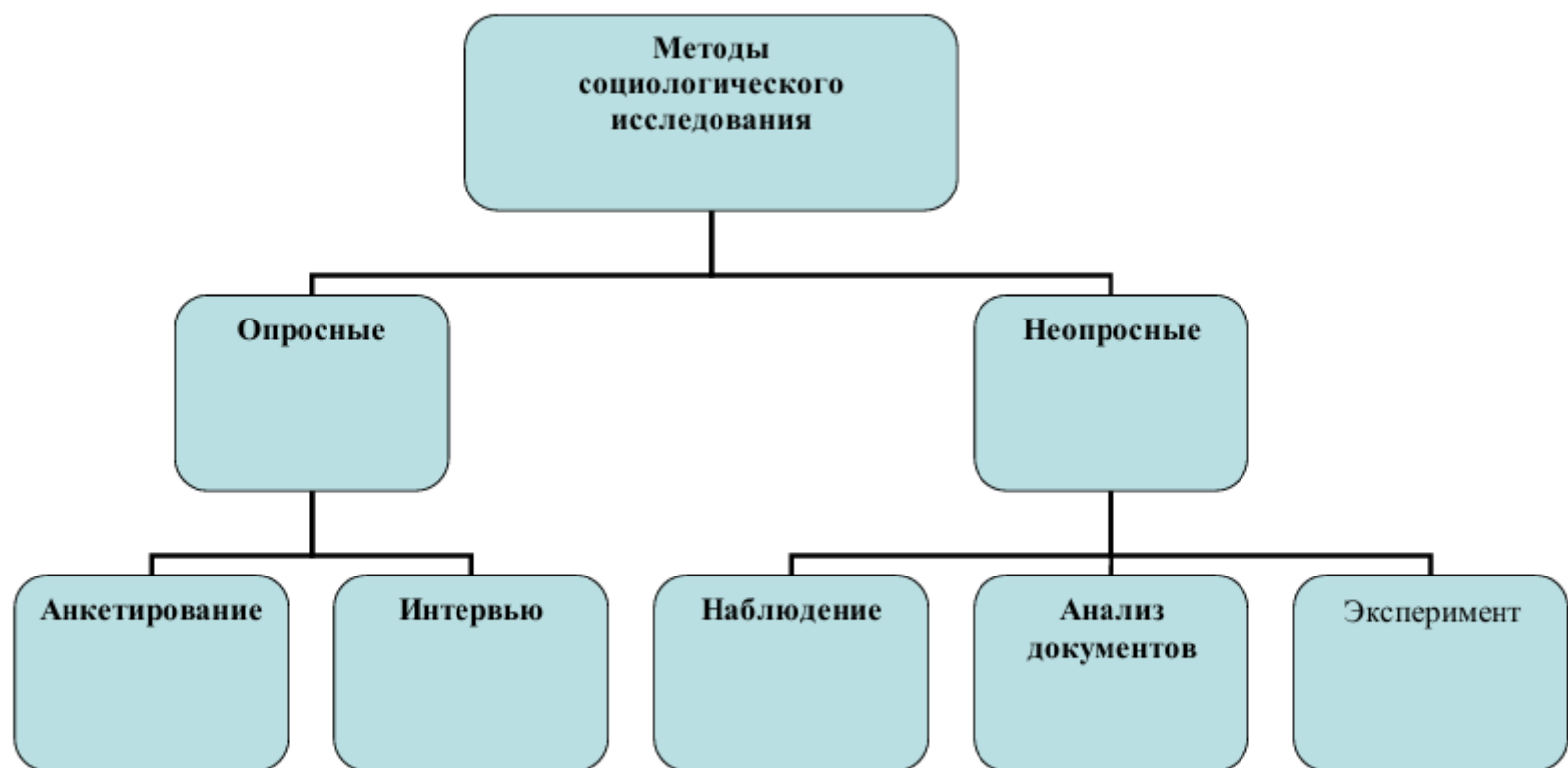


Рисунок 3 Методы социологического исследования

Социологическое исследование начинается с составления программы, в которой определяются исходные посылки, цели и задачи, методическое обеспечение, организационная структура и пр.

Для фундаментальных социологических разрабатываются программы объемом 200-300 страниц, исследований программы оперативных исследований уместаются в 5—7 страниц машинописного текста. Однако основные элементы их структуры сохраняются неизменными, поскольку каждый из них осуществляет свою функцию: **нормативную, методическую, организационную, информационную или контрольную.**

По разработанной программе исследования осуществляется сбор первичных данных (**эмпирическое исследование**), предоставляющий в распоряжение ученого репрезентативную информацию.

**Данные исследования** – результат исследовательского поиска (отвечают на вопрос «что получено в исследовании»).

**Технология** (методика и методы) сбора данных отвечает на вопрос «как получены данные».

**Стратегия** эмпирического исследования задается программой исследования, куда входят теоретическая модель предмета исследования, эмпирическая схема объекта исследования, методы и методика получения данных, анализ и интерпретация данных, но не входит научный отчет, в котором описаны итоги.

Программа социологического исследования включает подробное, четкое и завершенное изложение следующих узловых моментов: **теоретико-методологическая часть** – формулировку и обоснование проблемы, указание цели, определение объекта и предмета исследования, логический анализ основных понятий, формулировку гипотез и задач исследования; **методическая часть** – определение обследуемой совокупности, характеристику используемых методов сбора первичной социологической информации, логическую структуру инструментария для сбора этой информации, логические схемы ее обработки на ЭВМ, организационный план.

Добренков В.И. и Кравченко А.И. выделяют следующие основные этапы составления программы исследования:

- формулировка проблемы;
- определение цели и задач исследования;
- определение объекта и предмета исследования;
- выдвижение гипотезы;
- логический анализ основных понятий;
- обоснование и выбор методов сбора информации;
- определение выборочной совокупности;
- полевое обследование;
- обработка и интерпретация полученных данных;
- выводы и подготовка научного отчета.

На составление программы опытные социологи тратят от трети до половины всего времени исследования. Примерное распределение времени на организацию социологического исследования им глядит так:

- а) разработка программы — 30-40%;
- б) сбор информации — 10-15%;
- в) подготовка данных к машинной обработке — 10-15%;
- г) обработка данных — 5-10%;
- д) анализ материалов, написание отчета — 30-40%.

После получения результатов математического обсчета исследователь может приступить к анализу социологических данных и их интерпретации. Глубина анализа, научность, объективность и полнота интерпретации зависят от компетентности исследователя, уровня его подготовки, умения применять знания к анализу социальной реальности [29].

На заключительном этапе исследования его результаты оформляются документально: в виде отчета, приложения к нему и аналитической справки.

### **Формулировка и обоснование проблемы исследования**

Выделение и обоснование проблемы исследования начинается с описания проблемной ситуации.

**Проблемная ситуация** — состояние в развитии социального объекта, характеризующееся неустойчивостью, несоответствием его функционирования потребностям дальнейшего развития.

**Проблема** — форма научного отображения проблемной ситуации. Она, с одной стороны, выражает реальные объективные противоречия, вызывающие проблемную ситуацию, с другой — указывает на противоречие между осознанием потребности определенных практических действий и незнанием средств и методов их реализации. Проблема формулируется как выражение необходимости изучения определенной области социальной жизни, разработки теоретических средств и практических действий, направленных на выявление причин, вызывающих противоречия, на их разрешение.

**Социальной проблемой** называют существующую в самой реальности, в окружающей нас жизни противоречивую ситуацию, носящую массовый характер и затрагивающую интересы больших социальных групп либо социальных институтов. Это может быть незнание причин роста молодежной преступности, увеличения безработицы или снижения жизненного уровня населения, снижения спроса на отечественную бытовую технику, ухудшения политического рейтинга главы государства, превышения эмиграции над иммиграцией и т.п.

Итак, проблема исследования — это различие между «сущим» и «должным», т.е. между существующим, чаще всего нежелательным состоянием объекта или явления (например, чрезмерно высокий уровень текучести кадров) и желательным положением дел (стабильный, хорошо работающий коллектив). Неразрешенное противоречие, как и отсутствие знания — это начальная точка научного исследования, разрешенное противоречие и полное знание — конечная. Между ними должно быть хорошее соответствие.

В процессе формулировки проблемы исследования социолог стремится точно выразить проблемную ситуацию, «переводит» проблемную ситуацию в формулировку проблемы. Это означает, что он должен проделать анализ проблемной ситуации — специальную аналитическую работу, включающую решение следующих задач.

1. Как можно полнее представить себе структуру проблемной ситуации, вычленив наиболее существенные ее элементы и факторы и определить, к каким научным дисциплинам они относятся. Это поможет четко обозначить именно социологическую проблему, решение которой принадлежит компетенции социологов, а не экономистов, технологов и т.д. Например, проблема эффективности экономической учебы включает аспекты, связанные с социологией массовой коммуникации, социальной активностью личности и ее информационными потребностями. А недостаточная эффективность форм бригадной организации труда может быть в значительной степени следствием как технологических, так и экономических условий, тогда социологическое исследование может лишь показать социальные последствия отрицательного влияния этих фундаментальных факторов, но не даст средств для радикального разрешения проблемной ситуации.

2. Вычленив уже известные, явные компоненты проблемной ситуации, которые не требуют специального анализа и выступают как информационная база для рассмотрения неизвестных элементов. Например, при изучении проблемной ситуации в связи с текучестью кадров выделяется удельный вес различных ее видов:

а) неизбежная текучесть (естественный отток, связанный со смертью, инвалидностью, уходом на пенсию);

б) общественно необходимая текучесть (служба в армии, направление на учебу, наказания за преступления и т.д.);

в) общественно допускаемая текучесть (смена работы по семейным обстоятельствам; воспитание детей, образование семьи и др., смена профессии или профессиональный рост и т.п.);

г) нежелательная текучесть, доступная управленческим воздействиям (ситуационные решения об уходе вследствие конфликтов, разрешимых в коллективе предприятия; неинформированность о возможностях решения личных проблем работников, нарушение процесса адаптации работников с малым стажем и т.п.). Если первые три компонента описываются ведомственной статистикой, то структура последнего требует специального изучения и может явиться центральной проблемой исследования.

3. Выделить в проблемной ситуации главные (существенные) и подчиненные (второстепенные) компоненты. Например, в одном из исследований проблемная ситуация обозначалась как недостаточное использование социальных факторов для повышения производительности труда. Автор установил следующие группы факторов: а) возможность эффективно работать (трудо- и работоспособность); б) умение эффективно работать (образование и квалификация); в) желание эффективно работать (отношение к труду). Вычленив в качестве главного последний фактор

(отношение к труду), автор сформулировал проблему исследования как противоречие между ведущей ролью этого фактора в повышении производительности труда и недостаточным его учетом. Следствием этого являются более конкретные, частные противоречия. Например, противоречие между высоким уровнем квалификации работника (умением) и низкой заинтересованностью (желанием) максимально реализовать это умение [30].

В соответствии с целью исследования различают проблемы гносеологического и предметного характера. **Гносеологические проблемы** порождены недостатком знаний о состоянии или тенденциях изменения социальных процессов. **Предметными проблемами** принято называть противоречия, вызванные столкновением интересов групп населения либо социальных институтов, дестабилизирующие жизнедеятельность общества.

***Типичные ошибки при выборе и определении проблемы исследования:***

- отождествление темы и проблемы;
- отождествление ее с социальной проблемой в целом. Оба понятия во многом сходны, но в проблеме исследования субъектом выступает индивид, а в социальной проблеме – большие социальные группы людей. Следовательно, проблема исследования – лишь часть социальной проблемы, ее конкретная сторона;
- отождествление проблемы и задач исследования. Важно помнить, что задачи исследования носят конкретно-практический характер, а проблема исследования — абстрактно-теоретический.

**Цели и задачи исследования**

Цель – модель ожидаемого конечного результата (решения проблемы), который может быть достигнут только с помощью проведения исследования. Цель отвечает на вопрос – «Что мы хотим получить в результате исследования».

Ожидаемым результатом фундаментального или теоретического исследования может быть новое знание о структуре, функциях, формах развития социального объекта.

Методически ориентированное исследование направлено на разработку методики, отработку отдельных процедур, инструментария.

Прикладное исследование имеет целью решение практической задачи, улучшение реального положения дел. В прикладном исследовании цель согласовывается с заказчиком [31].

***Целью исследования может быть:***

- получение описательной информации о проблемной ситуации, сбор социальной статистики: например, социально-демографическая структура увольняющихся и устраивающихся на предприятие; отношение работающих к планируемому нововведению; статистика нарушений трудовой дисциплины до и после специальных административных мероприятий по укреплению дисциплины;
- анализ причин формирования проблемной ситуации и разработка прогнозов ее возможного развития, оценка эффективности возможных вариантов управленческих воздействий на проблемную ситуацию;

- разработка практических рекомендаций по управленческому воздействию на изучаемую ситуацию. В этом случае конечным результатом работы социологической службы будет обоснование и оценка управленческих решений;

- формирование предложений по созданию специализированных функциональных подразделений (например, службы «Ваше настроение»). При этом социолог может заниматься разработкой нормативных документов, определяющих права, обязанности и содержание работы этих подразделений, а также осуществлять контроль за постановкой работы на начальных стадиях их функционирования [10].

Иначе говоря, определение цели исследования обеспечивает нормативную функцию программы как официального документа, утверждающего взаимные обязательства заказчика и социолога по поводу конечного результата исследования.

**Задачи** – конкретные требования, предъявляемые к анализу и решению сформулированной проблемы. Они служат средством реализации цели и носят инструментальный характер. Задачи представляют собой содержательную, методическую и организационную конкретизацию цели и отвечают на вопрос – «Что нужно сделать, чтобы достичь цели исследования».

Например, для получения информации, отражающей отношение работающих к нововведению, социолог должен решить такую задачу, как определение степени включенности различных групп людей в ситуацию нововведения. Это, в свою очередь, ставит перед ним ряд еще более конкретных задач: например, провести анализ нормативных документов, в которых определяется степень участия различных должностных групп в изучаемой ситуации [11].

Задачи исследования могут быть условно разделены на основные и дополнительные. Основные предполагают поиск ответа на центральный вопрос: каковы пути и средства решения исследуемой проблемы? Дополнительные задачи помогают выяснить сопутствующие главной проблеме исследования обстоятельства, факторы, причины.

Логическую связь между тремя элементами программы – проблемой, целью и задачами можно выразить с помощью простого алгоритма:

- проблема – обнаружен труп неизвестной девушки;
- цель – найти виновника;
- задачи: опросить возможных свидетелей, выяснить круг знакомых жертвы, установить возможную мотивацию преступления и т.д.

Одно вытекает из другого, а все они – логически связанные причинной связью звенья единой цепи: проблема – цель – задачи.

### **Определение объекта и предмета исследования**

**Объект** – носитель проблемной ситуации, конкретная область социальной реальности, сфера деятельности субъекта общественной жизни, включенная в процесс научного познания. Объект отвечает на вопрос – «Что мы собираемся исследовать?». Выделение объекта осуществляется на основе анализа

проблемы. В качестве объекта вычленяют сферу социальной действительности, содержащую социальное противоречие проблемной ситуации.

Объектом социологического исследования чаще всего выступает социальная группа – студенты, рабочие, матери-одиночки, подростки и т.п. Если, к примеру, изучаются причины неуспеваемости в вузе, то объектом изучения в равной мере являются студенты и преподаватели.

***Объектами социологического исследования могут быть:***

- работники, увольняющиеся с предприятия по собственному желанию;
- молодые специалисты со стажем работы менее пяти лет;
- первичные коллективы, работающие в условиях бригадной организации труда;
- нормативная документация;
- административные распоряжения;
- материалы экономической статистики;
- протоколы заседаний и пр.

***Предмет*** исследования отражает угол зрения, под которым рассматривается объект и включает в себя те стороны и свойства объекта, которые в наиболее полном виде выражают исследуемую проблему (скрывающееся в ней противоречие) и подлежат изучению. Предмет исследования – наиболее существенные свойства и отношения объекта, познание которых особенно важно для решения проблемы исследования.

Например, проблемная ситуация состоит в том, что текучесть кадров на предприятии повысилась по сравнению с уровнем, существовавшим ранее и считавшимся допустимым. При этом проблема определена как противоречие между существующей системой стабилизации кадров и повышением роли увольняющихся по причинам, доступным управленческому регулированию, а цель – как разработка предложений по оптимизации деятельности системы стабилизации кадров предприятия. Объектом исследования в этом случае будут работники предприятия, увольняющиеся по вышеназванной группе причин.

Так, в качестве центральной части проблемы, т.е. предмета исследования, можно избрать мотивацию увольнений. Этот выбор основан на предположении, что мотив увольнения – это чаще всего реакция на несовершенную систему стабилизации кадров, реакция заведомо отрицательная. Следовательно, анализ мотивов увольнения покажет наиболее уязвимые звенья системы, а это позволит оперативно разработать практические предложения, т.е. достигнуть цели исследования [12].

Другой вариант решения состоит в учете информационных аспектов проблемы. Тогда предметом исследования будет информированность увольняющихся о возможностях решения проблемных ситуаций, послуживших причиной ухода, в рамках данного предприятия, а не с помощью увольнения.

Возможен третий вариант определения предмета исследования: состояние удовлетворенности трудом как наиболее существенного фактора текучести кадров.

Итак, предмет исследования – это совокупность существенных признаков (или переменных), в которых описывается изучаемое явление. Предмет исследования чаще всего имеет сложную структуру.

### **Выдвижение гипотезы**

Гипотеза – научное предположение, выдвигаемое для объяснения изучаемых явлений и процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть, это явно или неявно выраженное предположение о характере и причинах возникновения изучаемой проблемы.

Например, если в ходе анализа причин неуспеваемости в вузе выдвигаются предположения о 1) низком качестве преподавания ряда предметов, 2) отвлечении студентов от учебы на дополнительные заработки, 3) нетребовательности администрации к успеваемости и дисциплине, 4) просчетах в конкурсном приеме в вуз, то именно их и следует проверять в исследовании. Гипотезы должны быть точными, конкретными, ясными и касаться только предмета исследования. В зависимости от того, как сформулированы гипотезы, часто зависит то, какими будут методы исследования. Так, гипотеза о низком качестве преподавания требует проведения экспертного опроса, а гипотеза об отвлечении студентов на приработки – обычного опроса респондентов.

Для формулирования гипотезы надо располагать некоторой предварительной информацией, основанной на результатах прошлых исследований или данных экономики, статистики, психологии. Описательные, поисковые исследования могут не иметь гипотез, но аналитические, изучающие причинные связи, функциональные зависимости, как правило, всегда базируются на гипотезах о том, какие именно параметры связаны зависимостями, каковы характер, направленность и сила таких зависимостей.

**Пример рабочей гипотезы** – уровень трудовой дисциплины больше зависит от воздействия мастера на организацию труда, чем от личного примера мастера в отношении трудовой дисциплины.

В зависимости от теоретического уровня интерпретируемых понятий гипотезы делятся на основные и выводные (гипотезы-следствия), т.е. они образуют иерархические цепочки, дублирующие теоретическую интерпретацию понятий. **Пример основной гипотезы:** «Степень согласованности удовлетворенности трудом с текучестью кадров будет в значительной степени определяться как имеющимися у той или иной социальной группы объективными и субъективными возможностями для реализации их отношения к труду и фактическом поведении (в частности, в актах увольнения и выборе нового места работы), так и адекватностью осознанного отношения к труду, потребностям – интересам и репрезентации данного отношения к вербальной удовлетворенности [13].

### **Логический анализ основных понятий**

Логический анализ предполагает точное объяснение содержания и структуры исходных понятий, а на этой основе уяснение соотношения свойств изучаемого явления.

Различают теоретическую и эмпирическую интерпретацию.

**Теоретическая интерпретация** включает три типа процедур:

• *дескриптивная интерпретация*, или четкое, ясное и однозначное описание тех понятий, которые вы собираетесь использовать при построении своей модели;

• *структурная интерпретация*, которая предполагает упорядочение, выявление взаимных связей между описанными понятиями;

• *факторная интерпретация* – установление связей (иногда выраженных в количественных величинах) между исходными понятиями и переменными.

Социолог должен описать проблемную ситуацию в строгих научных терминах, которые потом будут использоваться при разработке инструментария для сбора данных и теоретической интерпретации. Умение определять понятия и термины – высокое и сложное искусство [33].

### **Эмпирическая интерпретация понятий**

Основное требование к формулировке гипотезы заключается в том, что она должна быть эмпирически проверяемой. Это значит, что понятия, входящие в состав гипотезы, могут описывать только те явления, которые доступны наблюдению, измерению, регистрации, анализу. Подбор таких понятий обеспечивается особой процедурой, которую называют *эмпирической интерпретацией* (или *операционализацией*). Общим понятиям подбирают частные определения, которые указывают на поступки людей, результаты их деятельности, мнения, знания, оценки, на конкретные события и предметы. Необходимость эмпирической интерпретации возникает от того, что многие явления или тенденции недоступны непосредственному восприятию, они обнаруживаются косвенно. Речь идет о социальных потребностях, ценностных ориентациях, мотивации увольнения, отношении к труду, которые можно зафиксировать только через высказывания людей о фактах их сознания или поведения, либо с помощью наблюдения и регистрации условий их деятельности, либо на основе анализа документов.

Понятия, обозначающие регистрируемые признаки, называются понятиями-индикаторами.

*Эмпирический индикатор* – элемент или характеристика объекта, которые доступны наблюдению и измерению. В фундаментальном исследовании индикаторы служат эмпирической и операциональной интерпретации опорных понятий. Они представляют (репрезентируют) признаки изучаемого объекта и, будучи поставленными в соответствие с теоретическими понятиями, выражают фактическое эмпирическое содержание понятий и связей понятий.

На стадии эмпирической интерпретации главная задача — обеспечить максимально полное описание проблемы исследования в понятиях индикаторов, сформировать «вселенную» индикаторов. Их список может быть весьма обширным, если учесть, что индикаторы подбираются из исходных понятий, которые составляют структурную и факторную интерпретацию понятий.

Отбор индикаторов производится по трем критериям:

а) содержательная репрезентация ключевых понятий (требование необходимости и достаточности индикаторов для эмпирического описания проблемы исследования);

б) обеспеченность индикаторов потенциальными источниками информации (документы, факты, предметы и поведение, доступное внешнему наблюдению; вербальная информация, получаемая методом опроса);

в) возможности методического обеспечения источников.

Описать проблему исследования в системе эмпирических индикаторов означает обеспечить переход от теоретического описания проблемы исследования к эмпирически регистрируемым фактам и поступкам [34].

### **Обоснование и выбор методов сбора эмпирических данных**

В этом разделе указываются технико-организационные параметры используемых методов сбора данных (МСД). Если речь идет об анализе документов, то следует указать, какие именно источники (статистические формы, планы, отчеты и т.д.) будут изучаться; будут ли использоваться традиционные методы или формализованный анализ содержания. При использовании контент-анализа к программе следует приложить кодировочные карточки и инструкции для кодировщиков.

Использование метода опроса также требует описания его технико-организационной структуры: применяется ли анкетирование, интервьюирование или смешанная стратегия; где проводится опрос: по месту жительства, месту работы или в целевой аудитории (в кино, на приеме в ведомственной поликлинике, в заводских пунктах службы быта, в профилактории и т.п.)? Какая конкретно разновидность анкетирования применяется: раздаточная, курьерская, на рабочих местах; групповое (аудиторное) анкетирование; в присутствии анкетера или без него; почтовое, прессовое анкетирование? Столь же подробно надо охарактеризовать и методику интервьюирования: к программе желательно приложить инструкции для анкетеров (интервьюеров) и бланки вопросников.

**Методы сбора информации.** Наиболее распространенным методом сбора социологической информации является опрос. Существует несколько видов опроса, прежде всего анкетирование и интервьюирование.

*Анкетирование* предполагает самостоятельное заполнение анкеты респондентами. Возможно индивидуальное и групповое анкетирование, очное и заочное. Примером заочного анкетирования является почтовый опрос или опрос через газету.

*Интервьюирование* представляет собой личное общение социолога с респондентом, когда он задает вопросы и записывает ответы респондента. Существует несколько разновидностей интервьюирования:

- прямое (когда социолог непосредственно беседует с респондентом);
- опосредованное (беседа по телефону);
- формализованное (заранее разрабатывается вопросник);
- фокусированное (в центр внимания ставится конкретное явление);
- свободное интервью (свободная беседа без заранее заданной темы);
- интервью по телефону.

Важным видом сбора информации является социологическое *наблюдение* – целенаправленное, систематизированное восприятие какого либо явления с последующей фиксацией результатов на бланке или в дневнике наблюдения с

помощью кино-, фото- или радиомagneтофонной аппаратуры. Наблюдение может быть неформализованным (когда отсутствует детальный план наблюдения, определены лишь общие черты ситуации) или формализованным (есть детальный план наблюдения, инструкция, получена достаточная информация об объекте).

*Анализ документов* применяется в сочетании с другими методиками и может носить контрольный характер. Источником служат доклады, протоколы, решения, публикации, письма, записки, личные дела, отчеты, архивные материалы и др.

Важным моментом подготовки исследования и сбора информации является разработка инструментария: анкет, бланков-интервью, учетных карточек, дневников наблюдений и т.д. Из всех методов опроса наиболее часто используется анкетирование.

*Социологическая анкета* – объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественных и качественных характеристик объекта исследования. Составление анкеты — дело сложное, трудоемкое, требующее наличия определенных профессиональных навыков. Только соблюдая определенные требования при ее составлении, можно получать объективные данные.

Выбирая методы сбора эмпирических данных, социолог должен учитывать следующие обстоятельства.

1. Оперативность и экономичность исследования не должны обеспечиваться в ущерб качеству данных. Это главное требование, соблюдение которого характеризует профессиональное мастерство.

2. Ни один метод не является универсальным, но имеет свои, четко очерченные познавательные возможности.

3. Не существует вообще «хороших» и «плохих» методов, есть методы, адекватные и неадекватные исследовательским задачам. Выбрать надежный метод – значит логически обосновать его соответствие поставленной задаче.

4. Надежность метода обеспечивается не только его обоснованностью, но и соблюдением правил его применения.

5. Адекватность и надежность метода проверяется в пробном (пилотажном) исследовании.

6. Каждый метод при его испытании в пробном исследовании ведет себя по-своему, поэтому требует специальных правил апробации.

Следующими этапами составления программы социологического исследования являются *определение выборочной совокупности и проведение полевого исследования* [35].

### **Обработка и интерпретация полученных данных**

Собранные в эмпирическом исследовании факты получили в социологии название *данных*.

С социологическими данными можно производить следующие операции:

- 1) подготавливать их для обработки; шифровать, кодировать и т.д.;
- 2) обрабатывать (вручную или с помощью компьютера); табулировать, рассчитывать многомерные распределения признаков, классифицировать и т.д.;

- 3) анализировать;
- 4) интерпретировать.

Анализ данных представляет собою своеобразную «вершину» всей процедуры социологического исследования, ее результатом, ради которого все, собственно, и предельвается. Методы анализа данных описываются в соответствии с разрабатываемой методикой сбора информации. Указываются такие универсальные процедуры анализа, как получение первичных (линейных) распределений ответов на вопросы анкеты; двойные (парные) связи между изучаемыми признаками (переменными); коэффициенты связи, которые будут получены на ЭВМ.

Анализ данных – основной вид работ социологического исследования, направленный на выявление устойчивых, существенных свойств, тенденции изучаемого объекта; включает выделение и расчет показателей, обоснование и доказательство гипотез, построение выводов исследования. На его основе поддерживается логическая стройность, последовательность, обоснованность всех процедур исследования.

Основное назначение анализа данных: зафиксировать информацию об изучаемом объекте в виде признаков, определить ее надежность, выработать объективные и субъективно-оценочные характеристики и показатели исследуемого процесса, обосновать и проверить гипотезы, обобщить результаты исследования, установить направления и формы их практического применения.

**Основные *нормативные требования*:**

- руководящая роль теоретических требований, методологических принципов;
- концептуальная взаимосвязь всех этапов анализа с программой исследования, обеспечение полноты, надежности информации и процедур достоверности результатов исследования;
- систематизация, сжатие и более полное выражение информации за счет использования на всех этапах анализа логических, математико-статистических и информационных методов, эффективных процедур, современных технических средств; итеративность процесса анализа, повышение уровня обоснованности информации на каждом следующем этапе исследования;
- всемерное использование компетенции специалистов, развитие творческой инициативы исполнителей.

Программа анализа данных является составной частью программы социологического исследования. ***Ее ведущие задачи:***

- определение вида и состава необходимой информации,
  - определение способов, средств ее регистрации, измерения, обработки и преобразования,
  - обеспечение надежности данных,
  - определение форм интерпретации,
- обобщение данных, установление способов практического применения результатов исследования [36].

***Измерение*** – это приписывание, согласно определенным правилам, числовых значений объектам, их признакам в виде эмпирических индикаторов и

математических символов. С его помощью дается количественная и качественная оценка свойств, признаков объекта. Оно может быть рассмотрено как построение математической модели определенной эмпирической системы. Процедура измерения включает три основных этапа: выделение измеряемых величин из всего набора возможных величин, характеризующих объект; нахождение эталона; соотнесение эталона с измеряемой величиной и получение соответствующей числовой характеристики.

Важным инструментом измерения выступают в социологии *измерительные шкалы*. Измерительная шкала – основной инструмент социального измерения, в качестве эталона служит средством фиксации той или иной совокупности значений, интересующих исследователя. Шкала устанавливает определенную последовательность индикаторов. Она является средством анализа статистического материала. В ходе измерения с ее помощью качественно разнородные данные приводятся к сопоставимым количественным показателям. В зависимости от характера измеряемых признаков и задач их анализа используются различные шкалы:

- *номинальная* (для классификации объектов, их признаков),
- *порядковая* (для сравнения интенсивности проявления признака по возрастанию и убыванию),
- *интервальная* (для анализа интенсивности свойств объектов, выраженных величинами, разбитыми на равные интервалы),
- *шкала отношений* (для отражения отношений пропорции) [37].

### **Выводы и подготовка научного отчета**

После завершения анализа данных результаты оформляются в итоговые документы исследования. По форме и назначению различают три основных вида итоговых документов:

- 1) отчет;
- 2) научные публикации;
- 3) публикации в средствах массовой информации.

Научный отчет адресован заказчику, научная статья – специалистам, а публикация в прессе – широкой публике.

Объем научного отчета в фундаментальном исследовании очень большой, а его структура повторяет в основных чертах программу исследования.

Объем заключительного отчета в прикладном исследовании, в частности маркетинговом, обычно меньше, так как не включает теоретико-методологический раздел. Его структура также приближается к структуре программы прикладного исследования. Тот и другой наряду с полной формой имеют еще краткую. Краткая форма отчета о фундаментальном исследовании состоит из 22-24 страниц. Краткий вариант прикладного отчета не превышает 10 страниц.

Структура, объем и содержание научного отчета ориентированы на своего потребителя – профессиональных коллег в первом случае и менеджеров компании заказчика во втором. Коллег больше интересует описание методики исследования, используемых понятий, способ их операционализации, репрезентативность данных и иные атрибуты академического исследования.

Ничего такого администрации компании не нужно. Главное для них — простой и ясный язык изложения, четкость и практическая эффективность рекомендаций.

Свой научный отчет академический ученый сдает руководству своего института (факультета) либо представителям научного фонда, от которого получен грант на исследование. Прикладник же отправляет свои документы непосредственно заказчику — администрации области или частной компании.

Какой бы ни была судьба научного отчета, он является главным итоговым документом, включающим всю содержательную информацию, полученную в результате исследования.

***Структурно заключительный отчет делится на три части: вводную, основную и заключительную.***

**Вводная часть** включает титульный лист, договор на проведение исследования, меморандум, оглавление, перечень иллюстраций и аннотацию.

**Введение** ориентирует читателя на ознакомление с результатами отчета. Оно содержит описание общей цели отчета и целей исследования, актуальности его проведения.

**Основная часть** отчета состоит из введения, характеристики методологии исследования, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, а также выводов и рекомендаций. В методологическом разделе описываются: кто или что явилось объектом исследования, используемые методы. В конце приводятся выводы и рекомендации. Выводы основываются на результатах проведенного исследования. Рекомендации представляют собой предположения относительно того, какие следует предпринять действия исходя из изложенных выводов.

В **заключительной части** приводятся приложения, содержащие дополнительную информацию, необходимую для более глубокого осмысления полученных результатов. Приводятся ссылки на авторов и источники использованных методов.

Кроме полного обзора необходимо представить еще и краткий обзор, который считается наиболее важной частью отчета. Многие заказчики читают только его. Другие прочитают больше, но даже они будут использовать краткий отчет в качестве руководства к практическим действиям. Он представляет собой не выжимку из полного отчета, где все положения излагаются в сжатой форме, не краткое изложение сути существенных результатов и заключений. Успешный краткий отчет акцентирует внимание на всех важных моментах основной части отчета. Надлежащим образом написанный, он экономит время занятых руководителей без ущерба для качества [38].

### **Выводы**

Социологическое исследование предполагает сбор новых фактов и их описание, интерпретацию, классификацию, первичное обобщение. Все стадии работы социолога отражены в его главном документе — *программе социологического исследования*.

Программа социологического исследования включает формулировку и обоснование проблемы, указание цели, определение объекта и предмета

исследования, логический анализ основных понятий, формулировку гипотез и задач исследования; определение обследуемой совокупности, характеристику используемых методов сбора первичной социологической информации, логическую структуру инструментария для сбора этой информации, логические схемы ее обработки на ЭВМ, научный отчет (Приложение 2).

Основные этапы составления программы социологического исследования представлены на схеме рисунка 7.

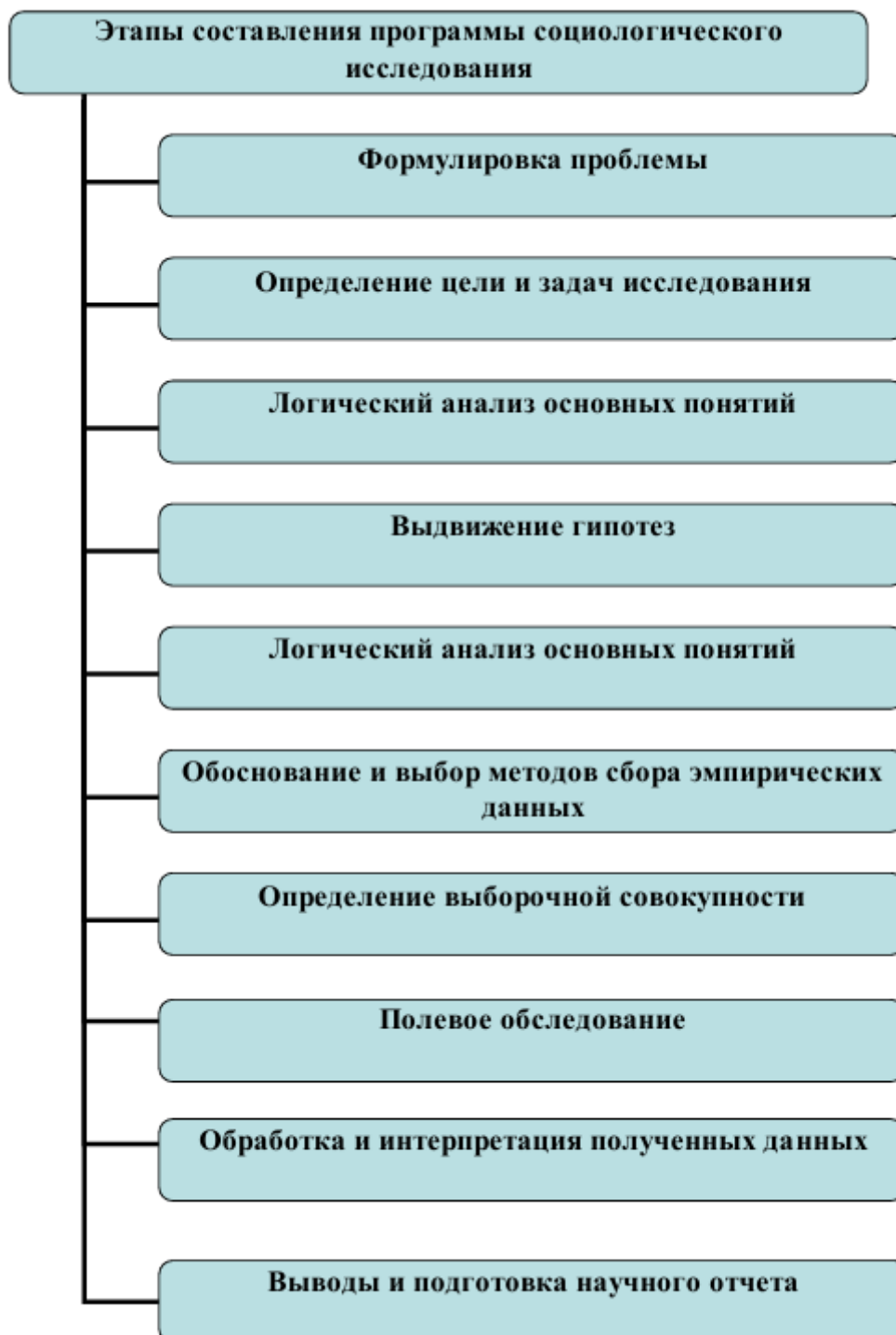


Рис. 8. Этапы составления программы социологического исследования

## Общие принципы анализа данных

Ю. Толстова указывает на существование не менее четырех различных (хотя и связанных между собою) смыслов понятия «анализ данных» в социологии:

1) совокупность действий, совершаемых в процессе изучения полученных эмпирических данных, для того чтобы сформировать представление о характеристиках изучаемого явления;

2) процесс изучения статистических данных с помощью неких приемов, математических методов и моделей с целью более удобного и наглядного их представления, что позволяет наиболее обоснованно интерпретировать изучаемое явление;

3) понятие, тождественное прикладной статистике;

4) такие процедуры «свертывания» информации, которые не допускают формального алгоритмического подхода [14].

Достоверность и качество результатов статистической обработки в немалой степени зависят от того, насколько аккуратно и тщательно проделана работа по формированию базы данных (так называемая «набивка»). Внимательность, точность и быстрота – вот основные качества, требуемые от оператора при вводе первичной социологической информации.

Довольно полезной предварительной работой, предшествующей обработке данных, может оказаться составление так называемого словаря переменных. Это таблица, где сведены переменные данного исследования с указанием всех возможных значений, которые может принимать каждая из них, с соответствующими кодами, а также номеров тех позиций, которые занимает данная переменная в матрице базы данных. В табл. 1 можно увидеть пример такого словаря переменных.

Таблица 1 – Словарь переменных для исследования представлений о богатстве (фрагмент)

| Номер переменной | Переменная                                                      | Варианты значений                                                                                                        | Номер позиций |
|------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| VI               | Самоидентификация себя и своей семьи с категорией богатых людей | 0 – нет ответа<br>определенно да в принципе да пожалуй,<br>нет определенно нет<br>затрудняются<br>ответить               | 1             |
| V2               | Установка на достижение богатства как цель                      | 0 – нет ответа<br>обязательно вероятно,<br>да если получится, то<br>не против им этого не<br>надо не знают, не<br>думали | 2             |
| V 84             | Партии, предлагающие надежный путь к благосостоянию             | 0 – нет ответа<br>Аграрная Партия<br>России КПРФ ЛДПР                                                                    | 84-85         |

|      |       |                                                                                                                                                                                  |     |
|------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
|      |       | Наш Дом Россия<br>Новая Сила<br>Отечество<br>Правое дело<br>Россия молодая Союз<br>справедливости и<br>труда<br>Трудовая Россия<br>Честь и Родина<br>Яблоко<br>Другие<br>Никакие |     |
| V 85 | Пол   | 0 – нет ответа<br>мужской женский                                                                                                                                                | 86  |
| ...  | ..... | .....                                                                                                                                                                            | ... |

Прежде чем перейти к описанию конкретных методов обработки и анализа данных, следует кратко остановиться на общих принципах, служащих основанием для любого анализа. Сущность процесса обработки первичной информации состоит в ее обобщении. Собранная в ходе полевого этапа первичная социологическая информация представляет собою массив «сырых» данных (например, пачку заполненных анкет). Эта информация не структурирована, она недоступна обозрению и не поддается непосредственному изучению. Поэтому самым первым шагом, который предстоит сделать в направлении анализа, является ее упорядочивание, уплотнение и компактное описание. Этот процесс осуществляется с помощью статистической группировки данных [15].

Метод *группировки* заключается в том, что обследуемая совокупность расчленяется на однородные группы (т.е. отдельные единицы которых обладают общим для всех признаком). Группировки по количественным или качественным признакам имеют свои специфические особенности. В случае группировки по количественным признакам (возраст, стаж работы, размер дохода) весь диапазон изменения переменной разбивают на определенные интервалы с последующим подсчетом числа единиц, входящих в каждый из них. При группировке по качественным признакам должна быть предусмотрена возможность отнесения каждой из единиц анализа к одной из выделенных градаций. Причем делать это необходимо однозначным образом с тем, чтобы суммарное число единиц анализа, отнесенных ко всем градациям, было бы в точности равно общей численности изучаемой совокупности (поэтому наряду с вариантами ответов типа «не знаю», «затрудняюсь ответить», в словаре переменных всегда предусматривается вариант «нет ответа», кодируемый обычно нулем).

Другой важной процедурой упорядочения данных, предшествующей собственно анализу, выступает типологизация. Этим понятием обозначают «обобщение признаков социальных явлений на основе идеальной теоретической модели и по теоретически обоснованным критериям» [16]. В этом исследовании

выделялись такие типы политической ориентации, как «демократы», «западники», «прагматики», «коммунисты», «национал-патриоты» и «тоталитаристы» **При обработке данных нужно помнить, что, во-первых,** математический аппарат, используемый в эмпирической и прикладной социологии, зачастую предлагает для выявления связи между явлениями, а также ее направления и силы довольно большое число специализированных процедур, многие из которых выглядят весьма сложно и громоздко. Выбор их для конкретного исследования зависит как от задач (формулируемых гипотезой), так и от уровня подготовки исследователя. Однако необходимо отметить, что во многих случаях изощренный математический аппарат, превращающийся из средства в некую самоцель, может лишить выводы четкости и «прозрачности». Практика проведения исследований показывает, что можно провести достаточно убедительный анализ социологических данных, используя не слишком широкий набор вычислительных средств. Не следует забывать, что главное в статистическом анализе – это прежде всего поиск социологического смысла, заключенного в полученных в результате расчета таблицах, диаграммах и индексах.

**Во-вторых,** социологический анализ предназначен для достижения конкретных, заранее намеченных целей, установления связей между различными социальными явлениями, сформулированных в виде рабочих гипотез. Почти всегда мы должны заранее знать, чего мы хотим, чего ищем, на какие вопросы желаем получить ответ. Конечно, возможны и случайные открытия, но вряд ли стоит на них рассчитывать. Таким образом, успех анализа в огромной степени зависит от подготовительного периода и во многом закладывается на этапе разработки программы.

### **Анализ одномерных распределений**

Главная цель эмпирических наблюдений состоит в том, чтобы проверить гипотезы об интересующих нас общественных явлениях или закономерностях в поведении людей. Однако перед тем как исследователи начинают проверять свои гипотезы, они обычно бросают предварительный общий взгляд на свои данные и пытаются резюмировать или описать их по каждой из переменных. При резюмировании измерений одной переменной используется так называемая *описательная статистика*. Соответствующие такому анализу таблицы называют линейными или одномерными распределениями.

Познакомимся с некоторыми примерами анализа одномерных данных и описательной статистики.

Например, средний оценочный балл группы – это описательная статистика, которая описывает и суммирует экзаменационные ведомости как отражение курса оценок.

Если мы вычертим график того, как изменяется со временем коэффициент безработицы в данном регионе, то это позволит увидеть, возрастает он или падает – это и будет анализ одномерных данных, где в качестве предмета описательной статистики выступает коэффициент безработицы.

Таким образом, описательные статистические данные – это не что иное, как способы математического суммирования многочисленных наблюдений в ясной и осмысленной форме.

Обычно для обобщенного описания того, что является наиболее характерным для наблюдаемых нами явлений, используют два основных типа анализа:

1) измерение центральной тенденции (т.е. им явление того, какие из значений переменных встречаются в линейных распределениях наиболее часто, а значит, определяют общую или центральную закономерность);

2) измерение разброса или дисперсии (т.е. показывает, насколько плотно или слабо распределяются все зафиксированные значения данной переменной вокруг наиболее общего, среднего или центрального значения). При обработке эмпирических данных и анализе полученных результатов мы должны, разумеется, принимать во внимание шкалу, с помощью которой производилось измерение той или иной переменной. Способы измерений, т.е. те алгоритмы, по которым производится отображение изучаемых социальных объектов в ту или иную числовую математическую систему, различаются по степени своей сложности и по объему тех математических действий, которые можно производить с полученными в результате наблюдений значениями переменных.

В социологии чаще всего используют шкалы следующих типов (если расположить их в порядке возрастания соответствующего уровня измерений): **номинальные, ранговые, интервальные, пропорциональные**. Все эти шкалы были разработаны и введены в научный оборот американским исследователем С. Стивенсом.

### **Номинальная шкала**

С помощью **номинальной шкалы** мы измеряем такие переменные, которые в принципе не могут количественно отличаться друг от друга. Другое название этого уровня измерений — шкала **наименований**, что довольно точно отражает его сущность: каждое значение здесь представляет собою отдельную категорию, и значение является просто своего рода ярлыком или именем. Значения присваиваются переменной безотносительно к упорядочиванию или установлению какой-то дистанции между категориями, их невозможно сравнивать между собою по принципу «больше меньше», «выше-ниже» и т.п. Так, если бы мы захотели рассчитать средние значения переменных, измеренных по номинальной шкале, то это было бы пустой тратой времени. В самом деле, можно ли рассчитать среднее значение пола? Или рода занятий? В измерениях номинального уровня отсутствуют те свойства, которыми обладают реальные числа, и такие переменные невозможно складывать, вычитать, умножать и делить [40].

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ МЕТОДОВ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ

Под *анкетными вопросами* специалисты понимают все адресованные респондентам речевые сообщения в вопросительной, утвердительной и (или) отрицательной формулировках, а также предлагаемые варианты ответов.

Анкетный вопрос в социологическом исследовании несет в себе важные функции: *индикаторную, коммуникативную и инструментальную* [17].

*Индикаторная функция* состоит в том, что вопрос обеспечивает получение искомой информации, а не какой-либо другой. Подобное требование может показаться тривиальным, если исходить опять-таки из житейских представлений, будто человек, задающий опрос, знает, о чем спрашивает. Ведь человек в чужом городе не будет опрашивать прохожих о смысле жизни, если ему нужно выяснить путь до ближайшей столовой. Однако в социологическом опросе соотношение искомой информации и анкетного вопроса не столь очевидно. Например, в начале 1960-х гг. охотно задавали вопросы о величине затрат времени на различные виды деятельности с учетом их регулярности, периодичности, частоты. Например, «Сколько примерно книг Вы читываете в течение года?», «Сколько часов в среднем в неделю Вы тратите на общественную работу?». Однако сравнение ответов с результатами исследований бюджетов времени, основанных на ежедневной саморегистрации фактических затрат времени, показывало 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 фактическому положению дел. Вопрос здесь измеряет не изучаемую характеристику, а нечто другое.

Подмена индикаторов встречается значительно чаще, чем можно предположить. В исследовании образа жизни задавался открытый вопрос: «Что означает для Вас «хорошо жить»?» Содержание индикаторной функции данного вопроса состояло в выяснении «позитивной жизненной программы», «концепции жизни» опрашиваемых. Однако вопрос измерял не жизненную программу, а житейскую ситуацию на момент опроса [12]. Обеспечение индикаторной функции связано с обоснованием формулировки вопроса относительно измеряемой характеристики (индиката). Когда индикат определен, то можно оценить, является ли сформулированный вопрос его индикатором, может ли он дать искомую информацию. Способность вопроса изучать измеряемую характеристику, а не какую-либо другую, называется *обоснованностью вопроса*. Ее синонимами выступают понятия *валидности и релевантности*.

**Коммуникативная функция** вопроса обусловлена природой социально-психологического общения. Любой вопрос появляется только тогда, когда имеется его адресат, от которого получают информацию. В опросе коммуникативная функция обеспечивает связь между сознанием исследователя и обыденным сознанием респондентов. Достигается это при помощи перевода

познавательной задачи вопроса на уровень обыденной лексики респондента. Адекватность перевода обеспечивается учетом социально-психологических особенностей опрашиваемого: его информированности и компетентности, памяти и аналитических способностей. Критерием оценки коммуникативных возможностей вопроса выступает однозначность понимания его смысла респондентами, искренность и достоверность ответов.

**Инструментальная функция** вопроса связана с соблюдением специальных требований, предъявляемых к его измерительным возможностям, построению шкал и индексов, формируемых на базе блоков вопросов. Речь идет о таких оценках, как точность и устойчивость измерений, проводимых с помощью вопросов шкального типа.

Выделение и оценка инструментальной функции вопроса связана, во-первых, с освоением традиций психологической практики тестирования и психодиагностики. Эти традиции развивались параллельно с освоением психологами методов математической статистики, применяемых для обработки и анализа результатов измерения психических и психофизиологических реакций. Во-вторых, представления об инструментальной функции вопроса возникли в связи с адаптацией к социологии принципов метрологии (науки о качестве измерения), сложившейся в рамках естественных и технических наук.

### **Логическая структура вопроса**

Логическая структура вопроса определяется наличием в нем двух обязательных элементов:

- а) базисной информации о том, что известно;
- б) указанием на недостаточность известной информации и необходимость ее восполнения или уточнения.

Например, социолог задает вопрос: «Как Вы думаете, что мешает рабочим правильно отнестись к повышению норм выработки?» (после чего приводится список возможных причин). Базисная часть вопроса содержит следующую информацию, которая полагается известной: а) нормы выработки повышаются; б) все рабочие неправильно относятся к повышению норм выработки; в) существуют причины, вызывающие неправильное отношение. Требуется выяснить (искомая информация) мнение опрашиваемого о причинах неправильного отношения.

Из приведенного примера видно, что подобный вопрос, как и большинство других, основан на предварительных предположениях о том, что именно известно автору вопроса и респонденту. Однако такие предположения не всегда правильны. В тех случаях, когда социолог ошибается в определении базисной части вопроса (известной информации), появляется «эффект внушения». Такой вид методической ошибки (внушающий вопрос) часто связан с проявлением субъективного отношения социолога к предмету, о котором идет речь в вопросе. В нашем примере это проявляется в оценочном суждении «все рабочие неправильно относятся к повышению норм выработки». Содержание отрицательной оценки «неправильное отношение» имеет различный смысл для различных групп опрашиваемых и для самого социолога.

Первая группа логических ошибок связана с *«эффектом внушения»*. Возможность появления *«эффекта внушения»* бывает связана с утвердительными формулировками базисной части вопроса (*«Вы повышаете свою квалификацию?»*), когда отрицательный ответ может неявно ассоциироваться с социально негативной оценкой. Эффект усиливается, когда вопросам предпосылается специальное вступление, раскрывающее установку исследователя: *«Неправда ли, Вы повышаете свою квалификацию?»* или *«Развитие научно-технического прогресса требует постоянного повышения квалификации буквально от всех работающих. А когда Вы последний раз повышали свою квалификацию?»*. Иногда *«эффект внушения»* используется намеренно в качестве специального приема для снятия психологического барьера и получения *«острой»* информации, которая может затрагивать престиж опрашиваемых, их чувство самоуважения. Например, *«Известно, что даже в самых удачных семьях время от времени возникают конфликты по разным поводам. Бывают ли в Вашей семье неприятности или конфликты из-за следующих причин?»*. Здесь базисная часть вопроса направлена на снижение предполагаемого психологического барьера, содержание которого состоит в убеждении, что конфликт в семье — это плохо (стыдно, неприлично). Это убеждение вовсе не способствует откровенной беседе с посторонним (интервьюером, анкетером).

***Требования к базисной части вопроса таковы:***

- а) ее информация должна быть в равной степени известна и социологу и опрашиваемому;
- б) она должна однозначно пониматься и социологом и респондентами;
- в) она должна быть свободна от влияния явных и неявных ожиданий социолога по поводу социально одобряемых и неодобряемых ответов.

*Вторая группа логических ошибок* вызывается нарушением связи базисной части вопроса с его второй частью (с указанием на неизвестную информацию и на область поиска ответов). Существенной особенностью вопросов, с которыми работает социолог, является создание во второй части указания на неизвестную информацию с вариантами возможных ответов. В разговорной речи вопросы задаются, как правило, в открытой форме, т.е. без указания возможных вариантов ответов.

*Третья группа логических ошибок* связана с тем, что правила обыденного общения механически переносятся на конструирование в опроснике. В обыденной ситуации адресат полностью определен: к нему обращаются с вопросом. Социолог же при определении адресата исходит из более строгих требований, поскольку структура изучаемого предмета (представленная в вопросах анкеты) не однозначно соотносится со структурой информированности респондентов. Часто вопросы относятся к узким группам респондентов. В таком случае должны выполняться следующие требования:

- 1) обеспечивается возможность уклониться от ответа (варианты *«не знаю»*, *«не имею мнения»*, *«затрудняюсь ответить»*);
- 2) включаются вопросы-фильтры;
- 3) прямо обозначается адресат вопроса.

Специалисты классифицируют анкетные вопросы по самым разнообразным основаниям.

В учебных пособиях рекомендуется не задавать вопросы «почему?» («Почему Вы предпочли этот коллектив?»). Дело в том, что вопрос «почему?» нехорош тем, что вызывает ответы разного содержания, выдвигая в качестве причины разные побуждения, которые интервьюеру будет трудно классифицировать. Опрашиваемый может ответить первое, что пришло в голову, или намеренно скрыть истинные причины, указав чисто внешние мотивы, дать оправдание своему поступку вместо объяснения.

Обычно все **вопросы в анкете подразделяют по:**

- 1) *содержанию* (вопросы о фактах сознания, поведения и личности респондента);
- 2) *форме* (открытые и закрытые, прямые и косвенные);
- 3) *методической функции* (основные и неосновные, вопросы фильтры, вопросы-ловушки и др.);
- 4) *отношению к личности респондента* (наводящие, провокационные, деликатные);
- 5) *технике заполнения* (трудные, сложные).

**По предметному содержанию** выделяются вопросы о знаниях людей, их мнениях по поводу различных явлений и фактов, о пожеланиях, ожиданиях и планах на будущее; о фактах поведения — поступках, действиях и результатах деятельности; наконец, о личности респондента. Они могут касаться любых объектов, как связанных с личностью опрашиваемого или его окружающей средой, так и не имеющих к нему непосредственного отношения. Любое мнение, высказанное респондентом, представляет собой оценочное суждение, основанное на индивидуальных представлениях, и поэтому носит субъективный характер.

В этом виде вопросов есть особый блок — вопросы о личности респондента, которые входят во все социологические анкеты и называются «паспортной», или социально-демографическими вопросами. Они выявляют пол, возраст, национальность, образование, профессию, семейное положение, доход, место жительства или работы и т.п.

**Другое направление классификации вопросов по предметному содержанию** связано с выделением различных сфер социальной практики: труд, досуг, семья, культура, образование и т.п.

**Закрытыми** считаются такие вопросы, в которых перечислены все без исключения ответы (альтернативы) и в которых, таким образом, свобода выражения респондентом своего мнения сведена если не к минимуму, то к очень жестким границам. Какого-то единого критерия того, что считать закрытым вопросом, у специалистов нет. Одни полагают, что закрытым является вопрос, в котором респонденту предлагается один или несколько возможных ответов, другие — если на вопрос в анкете обязательно приводится полный набор вариантов ответов. Как правило, закрытыми специалисты называют такие вопросы, на которые в вопроснике приведены полные (завершенные) наборы всех возможных вариантов ответов. Это весьма удобная для респондента форма,

поскольку она не заставляет его напрягать свою память и иные мыслительные процессы. Закрытые вопросы не выполняют своего назначения, если не соблюдается главное требование: необходимо максимально предусмотреть возможные варианты ответов. Тогда закрытый вопрос позволяет более строго интерпретировать ответ.

Пример:

Каков доход на одного человека в вашей семье?

1. До 5000 тг.
2. От 5001 до 10000 тг.
3. От 10001 до 20 000 тг.
4. Свыше 20 000 тг.

**Закрытые вопросы подразделяют на несколько групп.**

*Дихотомические вопросы* предполагают учет наиболее общих, полярных реакций респондента: «да, нет, не знаю (или затрудняюсь ответить)». Возможные варианты ответов могут представлять собой оценочную шкалу, изменяющую степень проявления какой-либо характеристики респондента (интенсивности мнения, уровня информированности, активности участия в каком-либо виде деятельности). Дихотомические вопросы хороши при изучении фактов.

*Шкальный или табличный вопрос.* В этом случае он отображает не наличие у респондента того или иного признака или вещи, а интенсивность проявления конкретного качества, скажем, удовлетворенности работой (табл. 2)

Таблица 2 – Довольны ли Вы своей работой?

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| Работой очень доволен         | 001 |
| Скорее доволен, чем недоволен | 002 |
| Работа для меня безразлична   | 003 |
| Скорее недоволен, чем доволен | 004 |
| Работой очень недоволен       | 005 |

Шкальный вопрос можно перевести в табличную форму. В таком случае шкала измерения располагается либо построчно, либо столбцами. Кроме того, экономится место, благодаря чему в одном вопросе фактически задаются несколько (табл. 3).

Таблица 3 – Как Вы считаете, в какой мере члены Вашего коллектива влияют на решение следующих вопросов?

| № п/п | Формулировка вопроса                       | Безусловно влияют | Влияют незначительно | Практически не влияют |
|-------|--------------------------------------------|-------------------|----------------------|-----------------------|
| 1     | Распределение поощрений за трудовые успехи | 001               | 002                  | 003                   |

|   |                                                   |     |     |     |
|---|---------------------------------------------------|-----|-----|-----|
| 2 | Определение меры наказания нарушителям дисциплины | 004 | 005 | 006 |
|---|---------------------------------------------------|-----|-----|-----|

Но самым распространенным среди закрытого типа являются, пожалуй, «*вопросы-меню*». Они представляют набор суждений, предметов, фактов, из которых респондент выбирает несколько позиций либо может указать неограниченное число их. Иногда исследователь предлагает респонденту проранжировать выбранные ответы – упорядочить их по степени привлекательности, значимости для него. Например, из предложенного списка выбираются три самые привлекательные профессии. И всякий раз нужное число выборов должно оговариваться (обычно в скобках) в тексте вопроса.

Итак, в альтернативном и шкальном вопросах респондент выбирает только один ответ, в «вопросе-меню» и в вопросе с задачей ранжирования – несколько вариантов. Принято считать, что закрытые вопросы приводят к односложным ответам, которые уже предопределены заранее составленной шкалой. Предполагается, что при ответе на закрытый вопрос респондент лишь выбирает из предложенных альтернатив.

**Открытые** вопросы не содержат никаких подсказок и дают возможность респонденту выразить свое мнение в той словесной форме, в которой он привык выражаться, во всей полноте, до подробностей. Они могут иметь две формы расположения — линейную и табличную.

Пример табличной формы:

Таблица 4 – Хватает ли Вам времени?

| Виды деятельности       | Хватает | Не хватает | Когда как |
|-------------------------|---------|------------|-----------|
| На учебу                | 1       | 2          | 3         |
| На общественную работу  | 1       | 2          | 3         |
| На отдых и развлечения  | 1       | 2          | 3         |
| На занятие физкультурой | 1       | 2          | 3         |

Один и тот же вопрос можно сделать открытым и закрытым. Закрытые легче обрабатывать на компьютере, но они требуют от социологов исчерпывающего знания предмета. Открытые используются там, где эти знания ограничены и исследование проводится с разведывательной целью.

Открытые вопросы не содержат подсказок в виде предлагаемых социологом вариантов ответа. Они дают возможность респонденту высказать собственное мнение во всей полноте. С их помощью собирают более богатую информацию.

В открытых вопросах после текста самого вопроса социолог оставляет место и просит респондента самого сформулировать свое мнение. Например:

Каков доход на одного человека в вашей семье?

Под текстом вопроса приведены цифры кода. Они нужны не респонденту, а социологу, который после того, как получит весь массив заполненных анкет, приступит к их обработке. И первым шагом на этом пути станет присвоение соответствующего кода вписанному рукой респондента ответу. Число кодов определяется исходя из возможных вариантов ответов на вопрос. Практика показывает, что целесообразно заранее размещать в конце вопроса до 10 кодов. Формализация ответов – основное неудобство, которое затрудняет широкое использование открытых вопросов. Тем не менее, в ряде случаев их применение просто необходимо.

Число строк для записи ответа зависит от характера вопроса и должно быть достаточным для того, чтобы респондент смог свободно выразить свою мысль. Как показывает опыт, среднее число строк для записей в открытом вопросе колеблется от 3 до 7.

Все разнообразие ответов на открытые вопросы придется кодировать самому исследователю, сводя их в конечном счете к некоторому ограниченному числу наиболее часто повторяющихся ответов. Закрытая форма вопроса позволяет избежать этого, поскольку, отмечая один из вариантов ответов, респондент одновременно кодирует его. Надо помнить: трудоемкость кодирования открытых вопросов повышает их стоимость в 3-5 раз по сравнению с закрытыми вопросами. Кроме того, при ответе на такие вопросы очень сильное влияние на респондента оказывает личность интервьюера.

Открытые вопросы легче составлять, но труднее обрабатывать. Закрытые – наоборот. Они требуют особой эрудиции и хорошего знания дела. Закрытый вопрос – это, по существу, ваше зеркало, в нем видны все ваши недостатки. Если вопрос составлен коряво, альтернативы не исключают друг друга, а пересекаются (говорят об одном и том же разными словами), не все ответы перечислены, то, значит, перед большой группой людей, может быть, своих товарищей, вы предстали в неприглядном виде, как неумелый, неграмотный специалист. Запомните: закрытый вопрос должен быть умнее респондента, содержащаяся в нем информация – превышать знания опрашиваемого.

**Вопросы-фильтры.** Гораздо проще вопросы-фильтры. Это чисто функциональные элементы, их цель – отсекают тех, кто не может отвечать. Они отсеивают «чужих», не относящихся к данному вопросу или анкете в целом респондентов. Так, при исследовании читательской аудитории конкретной газеты, перед тем как переходить к собственно содержательному блоку вопросов, социолог размещает вопросы фильтры, где спрашивает, знаком ли респондент с этой газетой.

Надобность в них возникает в том случае, когда исследователю **важно** получить данные, относящиеся не ко всей совокупности респондентов, а лишь к их части. В роли такого спецраспределителя и выступают вопросы фильтры. После ответа на вопрос-фильтр следует задать несколько вопросов, посвященных только этой группе людей. После того как «анкета в анкете»

закончилась, целесообразно поместить обращение: «Внимание! Вопросы для всех».

Вопросы-фильтры относятся к классу не основных вопросов социологической анкеты, поскольку в их задачу входит не выяснение содержания изучаемого социального явления, а установление основного адресата вопроса.

Когда нет вопросов-фильтров, а выборка неоднородна (например, в нее попали и семейные, и холостые, а вы этого еще не знаете), велика опасность искажения информации. Допустим, об изменениях в семье будут отвечать и те, у кого ее нет. Стало быть, ваши вопросы заданы не тем людям, для кого они предназначались. Если вы хотите знать чей-то ответ о том, за кого он голосовал на последних выборах, прежде спросите, был ли этот человек там. Иначе лжи от истины вам никогда не отличить. Ваш вопросник просто не рассчитан на проведение таких различий. Иногда вопросом-фильтром служит уже само название инструмента, например – «Анкета для увольняющегося».

Иногда специалисты разделяют вопросы-фильтры и контрольные вопросы на два похожих, но тем не менее разных вида. Контрольные и фильтрующие вопросы во многом выполняют похожие функции.

В анкетных исследованиях специалисты обращают внимание на существование трудных, сложных, наводящих и деликатных вопросов.

**Трудный вопрос** – это вопрос, затруднения при ответе на который связаны со спецификой опосредованного общения и прежде всего с восприятием печатного текста. Доля трудных вопросов колеблется от 10 до 40%. Чем профессиональнее составлена анкета, тем ниже доля подобных вопросов. Трудный вопрос ведет к пропускам, формальным отпискам, комментариям на полях.

Недостаточное внимание к формулировкам трудных вопросов, по мнению И.А. Бутенко, связано с тем, что социолог ориентируется на лингвистические способности людей своего круга, т.е. лиц с высшим образованием. Это понятно, так как свободное владение родным языком создает иллюзию однозначного понимания высказываний всеми, кто их воспринимает.

Основная трудность восприятия текста вопроса – количество содержащихся в нем слов. Длина высказывания в 10 и более слов вызывает затруднение при его чтении, восприятии и понимании. Примером может служить такая формулировка: «Обсуждаете ли Вы и как часто, если обсуждаете, вопросы охраны окружающей среды с членами семьи, друзьями и знакомыми, товарищами по работе?»

Помимо чрезмерного количества слов препятствием к пониманию анкетного вопроса может стать злоупотребление специальной терминологией, непонятной лексикой, сленгом. К трудным относятся, в частности, термины, которые в повседневной жизни респондентами не употребляются. Скажем, на вопрос о бюджете семьи один из опрошенных ответил: «Бюджета в нашей семье не имеется». Даже широко распространенные понятия респондентами могут истолковываться совсем не так, как представлял себе автор анкеты. Так, на вопрос о климате в коллективе был получен ответ: «А климат в коллективе

плохой: дует все время и запахи разные». Редко употребляемые слова также понимаются по разному, что может остаться незамеченным для социолога. Даже простейший вопрос «Как часто Вы гуляете с детьми в свое свободное время?» может вызвать у человека затруднение, если подсказки типа «часто», «регулярно», «редко» не обеспечены, конкретными критериями для оценивания. Для одних «часто» — прогуливаться с детьми каждый день, для других — по большим праздникам.

Третьим препятствием выступает форма анкетного вопроса. По данным методического эксперимента, проведенного И.В. Федоровым, отказы от ответов на вопросы в форме таблиц встречаются в среднем в 1,8 раза чаще, чем на вопросы в традиционной форме. *Сложный вопрос* заставляет респондентов решать сразу несколько задач для того, чтобы дать один ответ: вспомнить и подсчитать («Какой доход приходится в среднем на одного члена Вашей семьи? Сложите суммы всех зарплат, пенсий, стипендий и поделите на число членов семьи»), припомнить («Какую сумму ежемесячно Вы тратите на приобретение спиртных напитков?», «Сколько времени Вы тратите обычно на химчистку или прачечную?»); понаблюдать («Каким свободным временем располагает каждый взрослый член Вашей семьи?»). В исследовании И.А. Бутенко на долю таких высказываний приходится 17% всех затруднений в ответах [17].

Проблема сложного вопроса решается сравнительно легко: из одного вопроса делается два или три; абстрактные формулировки переводятся в конкретные; длинноты заменяют короткими, четкими фразами, а понятия — терминами.

**Наводящий вопрос** — вопрос, в котором содержится скрытая подсказка или расшифровка того, в каком направлении пойдет в дальнейшем беседа между исследователем и респондентом, дополнительная информация, необходимые пояснения. Следует различать две формы наводящего вопроса, проистекающие из разных целей, которые преследуют их авторы.

Первую форму можно назвать техническим наводящим вопросом. Его задача — ввести респондента в курс дела.

Исследователь имеет право «наводить на цель», но не имеет права навязывать свой ответ. Он может поставить рамки диалога, как это делает диктор телевидения, в прямом эфире проводящий групповую беседу, где каждому хочется высказаться о наболевшем, не всегда думая о теме передачи. Наводящий вопрос указывает, каких тематических рамок надо держаться, отвечая на анкету.

Вторая форма наводящего вопроса — *идеологическая*. При помощи ловко сформулированных вопросов автор старается не просто направить, но подсказать нужный ему ответ. Обычно к таким приемам прибегают недобросовестные политологи, которые, кое-как собрав эмпирические данные, стараются во всеуслышанье заявить о якобы всенародной поддержке своей партии. Вопрос типа «Хотели бы вы проголосовать за такую партию, которая, подобно коммунистической, защищает права простых людей?» нельзя считать научным. Это наводящий вопрос во втором, идеологическом смысле.

Борьба с идеологическими наводящими вопросами должна начинаться с самого социолога, которому предстоит выполнить самую трудную в его жизни

задачу – освободиться от собственной предвзятости, подойти к составлению анкеты объективно, избавиться от компрометирующих его научную честь формулировок.

**Деликатный вопрос** – это такой анкетный вопрос, который затрагивает щекотливые темы, касается интимно-личных сторон жизни респондента, вопросов, которые не принято обсуждать либо в его узком кругу, либо в обществе в целом.

В то время как при работе с наводящими вопросами, их корректировке и исправлении ученый обязан избавляться от собственных предрассудков, партийной, классовой или расовой пристрастности, в деле конструирования деликатных вопросов ему необходимо проделать нечто совершенно другое – научиться уважать пристрастия, стереотипы, больные места, слабости и, наконец, права других людей, прежде всего тех, кого он опрашивает. Таким образом, появление деликатных вопросов является недооценкой исследователем пристрастности респондентов.

**Взаимосвязь анкетных вопросов и числа респондентов.** Все виды эмпирических исследований подчиняются двум важным условиям – количеству вопросов в анкете и количеству опрашиваемых респондентов.

На практике применяются следующие три варианта.

1. Чем больше респондентов, тем меньше вопросов. В средней социологической анкете, рассчитанной на 500-1000 опрашиваемых, содержится обычно от 30 до 40 вопросов. Но количество последних сразу же сокращается, как только возрастает число опрашиваемых. Примером служат переписи населения (сплошной опрос).

2. Чем меньше респондентов, тем больше вопросов.

3. Оптимальное количество респондентов и вопросов. Промежуточное положение между двумя полюсами – опросом всех респондентов и опросом одного – занимают выборочные исследования. Они сочетают достоинства того и другого, избегая всех или многих недостатков сплошного обследования и изучения случая: много переменных, много респондентов, небольшие затраты и сроки. Однако в выборочном исследовании «переменных должно быть столько, сколько по силам обработать персоналу лаборатории. Массив же должен быть достаточным для проверки гипотезы максимальной размерности. Обычно 3-5 тыс. респондентов с лихвой хватает для детального анализа распределений. Это, конечно, не означает, репрезентативность данных» что обеспечивается высокая репрезентативность данных».

### **Композиция анкеты**

Разработка анкеты начинается с определения целей и средств. Это самый трудный и вместе с тем принципиально важный этап, который требует от исследователя ответа на три вопроса:

- 1) что должны показать результаты опроса?
- 2) каков требуемый уровень точности?
- 3) какую форму взаимосвязи с другими методами исследования надо предусмотреть?

Если все это продумать до мелочей – вплоть до определения формы формулировки вопросов анкеты, – то на первый этап может уйти 30-50% времени, необходимого для проведения всего анкетирования. Завершается процесс конструирования анкеты кодированием вопросов.

Незримая логика анкетных вопросов, иногда напоминающая запутанный лабиринт, до конца не прояснена ни методистами, ни методологами. По сравнению с физическими или химическими инструментами, такими, как микроскоп, реторта, вольтметр и даже камера Вильсона для изучения элементарных частиц, социологическая анкета на несколько порядков более сложное и многомерное изобретение человеческого разума. Многомерное и во многом непредсказуемое.

Строго говоря, это средство одноразового использования. Анкета обладает свойствами уникальности:

- создается под конкретное исследование и изобретается заново для следующего случая;
- отражает индивидуальное мировоззрение, видение мира, уровень и направленность интеллектуальной компетентности своего автора, поэтому утверждают, что для одних и тех же целей, задач, обследуемой совокупности разные авторы сотворили бы совершенно разные инструменты;
- адресно приспособлена именно к этому объекту изучения и не допускает переноса на другой объект.

**Началом анкетной беседы служит введение** (обращение к респонденту), где излагаются тема, цели, задачи опроса и называется организация, его проводящая; объясняется техника заполнения анкеты.

Затем располагаются *вопросы наиболее простые, нейтральные по смыслу*. Кроме своей прямой познавательной задачи они обеспечивают «завязку» беседы, формируют психологическую установку на сотрудничество. Их задача — заинтересовать собеседника, ввести в курс обсуждаемых проблем [44].

**Сложные вопросы**, требующие размышлений, работы памяти, размещаются в середине анкеты.

**К концу анкеты трудность вопросов должна снижаться**. Обычно здесь помещают «паспортичку», с помощью которой собирают социально демографическую информацию о личности опрашиваемого.

Как правило, анкета состоит из следующих частей: **Введения, Реквизитной части, Информативной части, Классификационной части, Заключения.**

1. **Введение** знакомит опрашиваемого с целями научного исследования, содержанием анкеты, дает ему необходимую информацию о правилах заполнения анкеты. Оно призвано показать, какую пользу получит респондент, приняв в нем участие. Главная задача Введения – убедить респондента принять участие в опросе. Во Введении к анкете обязательно надо указывать на анонимность и конфиденциальность, а также размещать правила заполнения. В случае анонимности респондент должен быть уверен, что его имя и другие реквизиты не будут известны исследователям. В случае конфиденциальности предполагается, что имя респондента известно только исследователю, но отнюдь

не заказчику данного обследования. В телефонном опросе и при опросах, связанных с присутствием интервьюеров, опрос носит только конфиденциальный характер. В практике западных социологов во Введении принято приводить примеры вопросов со сложной техникой заполнения и объяснять правила работы с ними.

2. **Реквизитная часть.** В реквизитной части приводится информация, касающаяся респондентов. Кроме того, здесь идентифицируется сам вопросник, т.е. ему дается название, указываются дата, время и место проведения опроса, фамилия интервьюера.

3. **Информативная часть** состоит из содержательных вопросов и открытых и открытых, вопросов-фильтров, вопросов-«меню» и т.д., которые дают социологу всю необходимую информацию об объекте исследования. Вопросы следуют с нарастанием степени трудности.

4. **Классификационная часть** содержит социально-демографические и профессионально-квалификационные сведения о респондентах. Иначе ее называют «паспортичкой».

5. **Заключительная часть** анкеты содержит благодарность отвечающему за участие в исследовании.

#### **Важнейшие принципы композиции анкеты**

1. *Не следует смешивать программную логику вопросов с логикой построения анкеты.* Вопросник должен строиться под углом зрения психологии опрашиваемых. К примеру, при изучении отношения потребителей к какой-то определенной марке товара, казалось бы, логично вначале выявить тех респондентов, которые отдают явное предпочтение этой марке, затем перейти к их направленному опросу, а после этого – к опросу тех, кого данная марка не привлекает. Однако, учитывая, что в общей массе населения последних, скорее всего, больше, можно поступить несколько иначе: вначале сформулировать вопросы, предназначенные для всех, затем только для потребителей данной марки товара, затем – для тех, кто от нее отказывается, и в заключение – снова для всех респондентов. Распределение по названным группам производится с помощью фильтров, например, «Вопросы с 5-го по 16-й относятся только к тем, кто регулярно покупает товары этой марки»; «На вопросы 17-24 мы просим ответить тех, кто обычно не приобретет товары указанной марки»; «Последние шесть вопросов относятся ко всем опрашиваемым».

**Принцип последовательности.** Нарушение этого принципа может служить причиной искажения информации. Например, если сначала поставить общий вопрос о степени удовлетворенности работой какого-то магазина и условиями обслуживания в нем, а затем – вопросы по оценке отдельных сторон этой работы, то общие оценки могут оказать влияние на частные завышая (или, напротив, занижая) их, причем независимо от специфики того или иного аспекта общей ситуации. Это связано, с одной стороны, со стремлением респондента оправдать данную им общую оценку и, с другой стороны, – с действием так называемого «эффекта эха» (или «галло-эффекта»), т.е. многократного повторения одной и той же оценки, отнесенной к общей группе проблем. В этом случае целесообразно первыми разместить именно частные вопросы, а

обобщающий поставить в конце данного блока, предварив его фразой: «А теперь мы попросили бы Вас оценить в целом, в какой мере Вы удовлетворены работой магазина и тем, как Вас здесь обслуживают». Оценка частных условий, когда она предваряет общую, заставит респондента более ответственно подойти к итоговой оценке, позволит ему разобраться в собственных настроениях.

3. Распределение ответов по степени их трудности. Его можно сформулировать так: от простого к сложному. В начале анкеты должны идти самые легкие вопросы (такие, как: «Случается ли Вам смотреть телевизор?»). Это придаст респонденту уверенности в своих силах и позволит расслабиться.

4. Нейтральная тональность вопросов, без некоей положительной или отрицательной оценки рассматриваемой проблемы. Формулировка вопроса не должна склонять респондента к ответу, желаемому для исследователя.

5. Расположение вопросов от общего к конкретному. Например, «Какие улучшения вы бы хотели видеть в сервисной политике компании X?» (общий); «Вас устраивает качество обслуживания компании X?» (конкретный). Если задать вопросы в такой последовательности, качеству обслуживания будет уделено непропорционально много внимания [45].

**Правила кодирования.** После расстановки вопросов в соответствии с замыслом автора исследования композицию анкеты завершает кодирование (шифровка) вопросов и вариантов ответов. Кодирование представляет собою, казалось бы, второстепенную, служебную операцию, однако ошибки здесь могут привести к серьезным затруднениям на этапе ввода и обработки первичной информации.

**Кодирование** – это присвоение числовых кодов вопросам и тем или иным значениям их ответов. Его задачей является упорядочивание первичной информации и обеспечение удобства ее ввода в компьютерную базу данных, которая и подлежит затем статистической обработке.

Правила кодирования довольно тесно связаны с соотношением понятий «вопрос» и «переменная». В принципе следовало бы различать переменные исследования и переменные анкеты. *Переменная исследования* – это более широкое понятие, обозначающее конкретный объект, процесс или явление, интересующие исследователя, которые могут принимать ряд различных вариантов. А вопрос анкеты – это скорее инструмент операционализации. Некоторые переменные можно легко операционализировать одним вопросом (например, пол, возраст, доход). Другие потребуют нескольких вопросов, различные сочетания ответов на которые и покажут то или иное значение переменной. Скажем, в одном из наших исследований операционализация такой переменной, как «место в организации труда», потребовала пяти вопросов, а операционализация переменной «отношение к собственности» – целых одиннадцати! Тем не менее, учитывая, что практически все вопросы в анкете предусматривают не один вариант ответа, их тоже можно рассматривать как переменные (хотя, в отличие от переменных исследования, их следовало бы называть переменными анкеты).

Следует сразу сказать, что анкета состоит из вопросов, лишь некоторые из которых выступают в качестве самостоятельных переменных исследования.

Кодировка таких вопросов достаточно проста: рядом с вопросом ставится его порядковый номер (следующий за номером предыдущего вопроса), а варианты ответов нумеруются, начиная с кода 1. Для ориентации в вопросах, а также в целях удобства последующего ввода данных в компьютер рекомендуется коды вопросов (а также сами формулировки их) выделять жирным шрифтом, а их возможные значения (варианты ответов) – простым.

Разработка анкеты начинается с определения целей и средств. Это самый трудный и вместе с тем принципиально важный этап, который требует от исследователя ответа на три вопроса:

1) что должны показать результаты опроса?

2) каков требуемый уровень точности?

3) какую форму взаимосвязи с другими методами исследования надо предусмотреть?

Если все это продумать до мелочей – вплоть до определения формы формулировки вопросов анкеты, – то на первый этап может уйти 30-50% времени, необходимого для проведения всего анкетирования. Завершается процесс конструирования анкеты кодированием вопросов [46].

### **Формулировка вопросов**

Хотя составление анкет до сих пор является в большей степени искусством, чем наукой, можно сформулировать ряд простых общих правил, следование которым позволит вам быть уверенными в том, что анкета будет понятна участникам опросов. Приведем советы известных исследователей по составлению анкеты.

Советы маркетолога А. Кутлалиева [18]:

- вопросы в анкете должны быть ясными;
- форма ответов, которые предполагает вопрос, должна быть удобной для записи;
- в анкете необходим правильный порядок размещения вопросов;
- анкета должна быть организована так, чтобы с ней было удобно работать;
- всегда необходимо осуществлять «пилотаж» анкет, прежде чем будет начато основное исследование;
- вопрос должен задаваться только об одном предмете;
- вопрос должен быть коротким и несложным, поскольку длинные вопросы приводят к тому, что респондент не улавливает сути;
- вопросы должны вызывать правдивый и точный ответ.

Добреньков В.И., А.И. Кравченко [19] рекомендуют придерживаться следующих правил, касающихся искусства и науки составления анкетных вопросов:

1.1. Прежде всего вопросы должны быть недвусмысленными. Двусмысленный вопрос предполагает наличие у респондента не одного ответа на него, а больше. Двусмысленные вопросы – это, по сути, два вопроса в одном: «Согласны ли вы с утверждением, что зубная паста «Аквафреш»

предпочтительнее по вкусу, чем «Пепсодент», и что фирме «Пепсодент» следует подумать о том, как улучшить вкус своей продукции?»).

2. Каждый вопрос должен быть, насколько это возможно, коротким и простым. Старайтесь избегать усложненных, закрученных в спираль формулировок, таких, например: «Как Вы думаете, что бы Вы предпочли в том, что касается пенности при стире: низкую пенность, которая покажет и низкую очищающую способность, но зато ее легко будет смыть, или сильную пену, которая покажет большую очищающую способность, но смыть которую будет труднее?» Оптимальная длина анкетного вопроса должна размещаться в пределах от 11 до 26 слов.

3. В формулировке вопросов следует использовать только те слова, которые заведомо хорошо известны респондентам.

4. В вопросах нужно избегать двойного отрицания. Прозрачность смысла в вопросе настолько важна, что необходимо предпринять все возможные усилия, чтобы эту ясность ничто не затуманивало, как в таком, к примеру, вопросе: «Вы бы скорее не стали пользоваться шампунем, который не рекомендован медиками?»

5. Еще один очень важный момент: следует всячески избегать предубежденности в формулировке вопросов. Нельзя использовать «пристрастные» вопросы, которые подсказывают определенный, заранее заданный ответ и могут подталкивать респондента к неточному ответу (нередко – именно к тому, который предпочитает получить сам исследователь).

6. При составлении анкеты и формулировке вопросов нужно позаботиться о том, чтобы помочь респонденту полностью понять вопрос и выразить свое мнение. Вряд ли многие из опрашиваемых окажутся способными дать точный ответ на вопросы типа: «Какой вкус у шоколада этой марки?» Или: «Что вы, прежде всего, делаете, когда приходите домой?» Необходимо помочь респонденту, сопроводив вопрос перечнем всех (или максимально возможного числа) вариантов ответов.

7. Подумайте, не превышает ли заданный вопрос возможностей памяти респондента. Необходимо помочь респонденту вспомнить интересующие исследователя события. Вряд ли кто-то в состоянии точно ответить на вопрос: «Сколько конфет (в кг) Вы купили за последний год?» Исследователь мог бы в таком случае предложить разбивку по времени:

Сколько конфет (в кг) Вы покупали:

1. за последние 4 недели \_\_\_\_\_

2. за последние 1—3 мес. \_\_\_\_\_

3. за последние 3—6 мес. \_\_\_\_\_

8. Иногда бывает так, что респонденты просто затрудняются ответить на тот или иной вопрос (либо по тем причинам, что не сталкивались с соответствующей ситуацией на практике, либо потому, что не задумывались над причиной ее возникновения, или просто хотят сохранить в тайне имеющуюся у них информацию). значит, нужно предусмотреть возможности отступления, чтобы не загонять своего собеседника (респондента) «в угол». Дайте ему (или ей) возможность, в случае необходимости, уклониться от любого ответа,

предусмотрев такие варианты, как: «затрудняюсь ответить», «не знаю», «не думал(а) об этом».

9. Не следует переоценивать своих возможностей в предвидении всех возможных вариантов ответов на тот или иной вопрос — жизнь многообразна и неисчерпаема. Поэтому подумайте, не стоит ли добавить к перечню вариантов ответов на некоторые закрытые вопросы такой позиции, как «другие варианты...» («что еще...»), зарезервировав место для того, чтобы респондент мог дать свою версию ответа и превратив тем самым закрытый вопрос в полузакрытый.

10. Следует учитывать, что некоторые вопросы ориентированы не на всех, а лишь на определенную категорию опрашиваемых. Когда вопрос рассчитан не на всех респондентов, а только на некоторых из них, следует предусмотреть фильтр. Чаще всего это делается в виде некоего условия, предваряющего вопрос. Например, если далее в анкете последует серия вопросов об оценке каких-то качеств женской косметики, вы могли бы ввести в анкете дополнительную инструктивную строку: «На вопросы с 12 по 18-й отвечают только женщины. Мужчины переходят сразу к вопросу 19».

11. Иногда следует подумать о том, не заденет ли вопрос самолюбия респондента, его достоинства, не вызовет ли он отрицательных эмоций. Дело в том, что иногда вопросы анкеты могут потребовать от респондента критического отношения не только к окружающим, но и к себе. В результате у него может возникнуть внутреннее предубеждение к самому процессу опроса и его инициаторам, что вызовет нежелание вообще участвовать в опросе (или побудит его сообщить неточную информацию). Например, изучая проблемы поиска рыночной ниши для конкретной марки зубной пасты, обладающей определенными антикариесными и дезодорирующими свойствами, скорее всего не стоит задавать респонденту прямой вопрос о том, как воспринимают окружающие дурной запах из его (или ее) рта.

12. Наконец, следует подумать о валидности шкалы, на которой размещены варианты ответов. Шкальные вопросы сами по себе хороши для измерения отношений, ожиданий, восприятий и предпочтений. Такие вопросы достаточно просты для понимания и позволяют собирать большое количество информации от респондента за относительно небольшое время. Кроме того, шкальные вопросы позволяют довольно легко осуществлять многомерный статистический анализ данных. Однако составителю анкеты надо хорошенько оценить логическое соответствие между смыслом формулировки вопроса и характером шкалы, по которой будут измеряться ответы. Типичный пример невалидной шкалы таков:

Часто ли Ваше внимание привлекает реклама моющих средств:

1 — в газетах

2 — по радио

3 — по телевидению

Валидность — мера пригодности, применимости методики, предназначенной для решения определенных исследовательских задач, к тому, чему она предназначалась.

## **Ошибки анкетера и контроль поля**

Выявление ошибок, контроль за поведением анкетеров (интервьюеров) и коррекция допущенных ошибок получили название контроля поля.

Ошибки, связанные с организацией и проведением поля, в дальнейшем будем называть ошибками поля.

Ошибки поля имеют следующие разновидности:

- 1) ошибки заполнения анкеты;
- 2) ошибки сбора данных;
- 3) ошибки обращения с полученными данными;
- 4) ошибки анализа собранных данных;
- 5) ошибки интерпретации полученных результатов.

Кроме того, существуют ошибки, обусловленные нечетким выявлением проблем, использованием неоднозначных терминов и т.п. Ошибки поля можно разделить на две большие группы: а) ошибки анкетеров (интервьюеров) и б) ошибки респондентов.

Преднамеренные ошибки анкетера происходят в тех ситуациях, когда он сознательно нарушает установленные исследователем требования к сбору данных. Например, ленивые студенты, для которых участие в исследовании — всего лишь средство заработка, зашли в соседний подъезд и сами заполнили всю стопку анкет.

Непреднамеренные ошибки анкетера чаще всего возникают вследствие неправильного понимания процедуры опроса, технологии заполнения анкеты, общения с респондентом и т.д. Виновником часто выступает не только невнимательный или несообразительный анкетер, но и плохо прошедший инструктаж прораб поля. Под этим понятием скрываются организатор и руководитель практической части полевого исследования. Его также называют супервайзером исследования.

***Преднамеренные ошибки респондента*** появляются в ситуациях, когда опрашиваемый:

- 1) намеренно лжет, скрывая истинную информацию;
- 2) он не лжет, но у него нет точной информации, и он дает приблизительные данные;
- 3) говорит полуправду на вопросы, связанные с интимно-личными проблемами, подозрительной (как ему кажется) информацией, разглашение которой может нанести респонденту вред: имущественным положением, источниками и размером доходов, местом работы или видом бизнеса, национальностью;

- 4) его не оказалось на месте на время проведения оп-

***Непреднамеренные ошибки респондента*** возникают в случаях, когда:

- 1) респондент, думая, что говорит правду, на самом деле дает ошибочный ответ;
- 2) не думая, дает моментальный (реактивный) ответ, но его подводят память, внимательность и т.д.;
- 3) умственная неполноценность или психическое нездоровье не позволяют грамотно отвечать на вопросы.

Контроль за преднамеренными ошибками анкетеров (интервьюеров) осуществляется двумя способами:

- надзором за их работой;
- проверкой выполненной работы [47].

Надзор осуществляется, например, незаметным подключением к телефонной линии, по которой берется интервью. При устном интервьюировании интервьюера может сопровождать проверяющее лицо.

Контроль за преднамеренными ошибками респондентов направлен на снижение числа случаев лжи и отказа участвовать в обследовании. Для этого прежде всего необходимо сохранять анонимность и конфиденциальность.

Контроль за непреднамеренными ошибками респондентов осуществляется в различных формах. Необходимо тщательно составлять вопросники и инструкции к ним, использовать разнонаправленные шкалы измерений. Для уменьшения числа ответов-предположений в шкалы вводятся такие градации, как «не имею мнения», «не могу вспомнить», «не уверен».

Некачественный сбор данных возникает по двум причинам:

1) сбор информации обычно осуществляют несколько анкетеров, с разным уровнем подготовки, в разных условиях и с разным подходом к выполнению своих обязанностей;

2) если исследование растягивается на долгое время, то данные, полученные в начале и конце опроса, могут существенно различаться.

Контрольная проверка важна не только при анкетировании, но и при других формах опроса, например, когда интервьюер — в случае его недобросовестности — получает возможность незаметно сфальсифицировать результаты интервью, да и добросовестный интервьюер может ошибиться, опросив не того, кого надо. Бывали случаи, вспоминают Дж. Мангейм и Р. Рич, что непрофессиональные интервьюеры, чтобы избежать долгих хождений, сочиняли вымышленные интервью, а приходящие няни выдавали себя за хозяев-респондентов. Контрольная проверка позволяет исследователю устранить ошибки этого типа и удостовериться в том, что выборка формируется согласно установленной процедуре.

Контроль результатов личного интервью обычно сводится к дополнительной встрече (разговору) с тем или иным респондентом с целью определения: 1) имело ли место интервью на самом деле; 2) все ли вопросы задал интервьюер, и все ли ответы он правильно записал. Чтобы это выяснить, спросите респондента, когда имело место интервью и сколько приблизительно оно длилось. Если респондент подтвердит факт проведения интервью, попросите его ответить еще раз на два простых вопроса (взятых из середины и из конца интервью) под тем предлогом, что его первоначальные ответы были записаны неразборчиво. Надо сверить новые ответы с теми, которые были зафиксированы ранее.

Анкетный вопрос в социологическом исследовании несет в себе важные функции:

- индикаторную, обеспечивающую получение искомой информации;

- коммуникативную, связанную с достоверностью и искренностью ответов респондентов;

- инструментальную, связанную с точностью и устойчивостью измерений, проводимых с помощью вопросов шкального типа.

Обычно все вопросы в анкете подразделяют по:

1) содержанию (вопросы о фактах сознания, поведения и личности респондента);

2) форме (открытые и закрытые, прямые и косвенные);

3) методической функции (основные и неосновные, вопросы-фильтры, вопросы-ловушки и др.);

4) отношению к личности респондента (наводящие, провокационные, деликатные);

5) технике заполнения (трудные, сложные).

В закрытых вопросах перечисляются все без исключения ответы (альтернативы). . Открытые вопросы не содержат никаких подсказок и дают возможность респонденту выразить свое мнение во всей полноте, до подробностей. Шкальный или табличный вопрос отображает не наличие у респондента того или иного признака или вещи, а интенсивность проявления конкретного качества. «Вопросы-меню» представляют набор суждений, предметов, фактов, из которых респондент выбирает несколько позиций либо может указать неограниченное их число. Вопросы-фильтры предназначены для отделения респондентов, относящихся к данному вопросу или анкете в целом. Трудный вопрос – это вопрос, затруднения при ответе на который связаны со спецификой опосредованного общения и прежде всего с восприятием печатного текста. Наводящий вопрос – вопрос, в котором содержится скрытая подсказка или расшифровка того, в каком направлении пойдет в дальнейшем беседа между исследователем и респондентом, дополнительная информация, необходимые пояснения. Деликатный вопрос – это такой анкетный вопрос, который затрагивает щекотливые темы, касается интимно-личных сторон жизни респондента, вопросов, которые не принято обсуждать либо в его узком кругу, либо в обществе в целом.

Число анкетных вопросов связано с числом респондентов следующим образом: чем больше респондентов, тем меньше вопросов; чем меньше респондентов, тем больше вопросов.

Как правило, анкета состоит из следующих частей: введения, реквизитной части, информативной части, классификационной части, заключения.

Требования к анкетным вопросам: ясность, последовательность, точность, лаконичность, удобная форма записи [48].



Рис. 9. Схема темы

### **Виды и типы интервью**

Социологическое интервью – это метод получения информации от человека в ходе живого диалога (очной беседы), в ходе которого специально подготовленный исполнитель (интервьюер) задает вопросы с определенной целью, руководствуясь определенной коммуникативной тактикой.

Виды интервью различают по трем главным критериям – **степени стандартизации вопросов, числу обсуждаемых тем и количеству опрашиваемых.**

В зависимости от *степени стандартизации* вербального диалога выделяют два основных вида интервью:

1. *Формализованное интервью* (беседа по детально разработанной программе, включающей в себя последовательность и конструкцию вопросов, варианты возможных ответов) с закрытыми и открытыми вопросами. Это максимально стандартизованный вид интервью.

2. *Неформализованное интервью* – длительная беседа по общей программе, но без уточнения конкретных вопросов, с минимальной детализацией поведения интервьюера). Оно характеризуется минимальным уровнем стандартизации.

По второму критерию – **числу обсуждаемых тем** – виды интервью подразделяются на:

1. *Фокусированное, или направленное, интервью* – подробное обсуждение одной темы, с которой респондент заранее ознакомлен ( может быть формализованным и неформализованным). На воображаемой шкале стандартизации этот вид занял бы промежуточное положение, поскольку представляет собой следующую ступень к уменьшению предписанности и несвободы во взаимодействии интервьюера и опрашиваемого.

2. *Нефокусированное (ненаправленное) интервью*, где нет предметного единства, общей темы или исследовательского замысла. Здесь вопросы на самые разные темы перемежаются друг друга, не образуя логической последовательности.

По третьему критерию – **количеству опрашиваемых** – виды интервью подразделяются на:

1. *Индивидуальное, или личное, интервью* – беседа тет-а-тет интервьюера с одним опрашиваемым в доверительной обстановке при отсутствии посторонних наблюдателей.

2. *Групповое интервью* – беседа одного интервьюера, который в этом случае называется модератором, с несколькими людьми для выяснения коллективного мнения, установления общей точки зрения на предмет. Главные разновидности – **фокус-группа и мозговая атака.**

Помимо указанных трех главных критериев классификации видов интервью – стандартизация вопросов, число тем, количество опрашиваемых – существуют дополнительные. Так, например, каждый из трех охарактеризованных типов интервью может различаться по длительности проведения исследования. Иными словами, интервью может быть *однократным* (разовым) или многократно повторяться (через определенный промежуток времени). Во втором случае оно приобретает статус *повторного* или *лонгитюдного* исследования.

Еще одним дополнительным критерием классификации выступает место проведения интервью. Выделяют следующие его разновидности [50].

*Интервью по месту жительства.* В домашней обстановке человек располагает большим временем. В привычных условиях он охотнее отвечает на острые вопросы, требующие сообщения критической информации об отрицательных фактах и явлениях. Беседа приобретает менее официальный характер, чем в служебном помещении. Домашняя обстановка настраивает на достаточно длительное интервью с высокой степенью концентрации на проводимом обследовании. Для маркетолога этот способ ценен и тем, что легко устанавливаются доверительные отношения, возможен показ образцов товара, рекламных материалов и т.п. При этом желательно предварительное согласование сроков интервью по телефону. Однако это дорогой метод сбора данных.

*Интервьюирование посетителей магазинов.* Компании, проводящие такие обследования, могут в крупных магазинах иметь свои офисы. Посетители магазина опрашиваются интервьюером в помещении магазина или могут приглашаться для дачи интервью. С помощью данного метода без использования специальных методических подходов трудно обеспечить репрезентативность результатов обследования и вдумчивое отношение опрашиваемых к задаваемым вопросам. По сравнению с первым методом данный метод является более дешевым. Интервью по месту работы, например в офисе.

*Интервью по месту работы, занятий,* может проходить в служебном помещении. Для многих категорий респондентов именно трудовая обстановка является более привычной, естественной и располагающей к продуктивному обмену мнениями. Это наиболее целесообразно, когда изучаются производственные или учебные коллективы, а предмет исследования связан с трудовой или экономической тематикой. Преимущество производственной среды заключается в том, что вокруг находятся предметы, которые активизируют сознание в нужном направлении, могут подсказать или напомнить нечто важное. В маркетинге подобные интервью используются обычно при сборе информации о продукции производственно-технического и офисного назначения. Этот метод по существу обладает теми же достоинствами и недостатками, что и первый метод, однако имеет более высокую стоимость проведения, обусловленную использованием более квалифицированных интервьюеров и затратами рабочего времени, которое оплачивается фирмой.

*По стилю ведения интервью делятся на жесткие и мягкие* (третий дополнительный критерий). В первом случае интервьюеру разрешается грубо перебивать респондента, ловить его на противоречиях, задавать наводящие вопросы, оказывать психологическое давление. Этот метод ведения интервью напоминает тактику поведения следователей при допросе обвиняемых и редко используется в мировой социологии. Мягкое интервью предполагает вежливое обращение с опрашиваемым, употребление всевозможных этикетных правил и формул. Самый распространенный стиль ведения интервью находится где-то посередине и напоминает деловые переговоры двух уважающих свои и чужие права партнеров.

*Четвертым дополнительным критерием выступает целевая заданность.* Интервью бывает диагностическим, если используется психиатром

для того, чтобы глубже узнать внутренние мотивы поведения, черты личности, расстройства, симптомы болезни. Интервью называется клиническим, если используется как метод терапевтической беседы с пациентом с целью оказать ему психологическую помощь, например, избавиться от навязчивой идеи. В подобной беседе психолог интересуется уже не только явным, но и скрываемым (сознательно или бессознательно) содержанием ответов человека, а также их контекстом: тоном разговора, произвольными запинками, оговорками или жестами, которые способны сообщить множество дополнительных сведений о поведении пациента. В социологии они используются редко (если не обращаться к клинической социологии), а потому мы останавливаться на них не будем.

### **Формализованное интервью.**

На практике встречаются две разновидности формализованное (стандартизированное) интервью – с закрытыми и открытыми вопросами.

**Формализованное интервью с закрытыми вопросами** – самая распространенная и строгая его разновидность. В нем общение интервьюера и респондента строго регламентировано при помощи детально разработанных вопросника и инструкции. Интервьюер задает вопросы, организует и направляет беседу с каждым опрашиваемым, фиксирует полученные ответы согласно инструкции [52].

При этом важно помнить, что респонденты с трудом отвечают на большое количество вопросов, даже если их 20-25, включая вопросы по демографическим характеристикам. Поэтому интервьюер вынужден либо ускорить работы, либо уговорить отвечающего продолжить интервью, либо пожертвовать точностью формулировки вопросов. Помимо того что нетерпеливость респондентов вынуждает исследователя жертвовать глубиной проработки изучаемых проблем, возникает и проблема неконтролируемых отклонений в процедуре сбора информации.

*Количество альтернатив к каждому вопросу должно быть минимальным.* Как показывает практика исследований, даже выбор из пяти вариантов создает для респондента немало трудностей: ему сложно воспринимать вопрос в целом, подумать над каждой альтернативой и выбрать правильный ответ. Часто он начинает отвечать, не дослушав список закрытий до конца. Если интервьюер настаивает на том, чтобы были услышаны все варианты, респондент стремится выбрать из крайних альтернатив, пропуская средние значения. Разработчики плана интервью должны учитывать и особенности человеческой психологии, которая в сильнейшей степени обременена культурной спецификой.

В формализованном интервью влияние интервьюера на качество данных сведено к минимуму, а надежность получаемой информации доведена до максимума. Вводная беседа с респондентом, переходы от одного раздела беседы к другому подробно разрабатываются исследователем и точно воспроизводятся интервьюером.

Таким образом, в формализованном интервью специалисту отводится второстепенная, чисто исполнительская роль. Интервьюер обязан помнить, что при формализованном анкетировании его вообще не было бы. Так что оставаться незаметным – лучшая форма участия. В свою очередь респондент должен

внимательно выслушать вопрос и выбрать наиболее подходящий для него вариант ответа из набора, заранее продуманного исследователем. В этой форме опроса влияние интервьюера на качество данных должно быть сведено к минимуму. Надежность получаемой информации зависит в первую очередь от его добросовестности и пунктуальности.

**Формализованное интервью с открытыми вопросами** предусматривает меньшую степень стандартизации поведения респондента и интервьюера. Иногда такое интервью путают с другой разновидностью – свободным интервью, где нет даже плана предстоящей беседы. Открытые вопросы – не повод для свободы, но лишь еще большее ограничение для интервьюера, у которого возрастает риск повлиять на мнение респондента. Самодисциплина и ответственность в этом случае должны только повышаться.

Строго обязательными здесь являются план интервью, последовательность вопросов и их формулировки в открытой форме. Варианты ответов не нормируются. Интервьюер воспроизводит вопросы без каких-либо отклонений от заданных исследователем формулировок, а респондент дает ответы в свободной форме. Однако регистрируют их не как попало, а в стандартном и предусмотренном инструкцией виде. Если вы пришли на беседу с магнитофоном, то можно сделать дословную запись с сохранением лексики опрашиваемого, но позже ее все равно придется закодировать и оставить от нее только абстрактные символы.

Иногда применяется непосредственная кодировка ответов в ходе опроса. В этом случае после каждого вопроса приводится схема классификации ответов, в которой интервьюер отмечает нужные позиции. Например, после вопроса: «Какие газеты Вы выписываете?» – в опроснике дается перечень газет, интересующих исследователя, а также предусмотрена позиция – «другие газеты».

Высказывания респондентов могут существенно различаться по объему, композиции, полноте, уровню информированности, аналитическому проникновению в сущность предложенного вопроса. Все эти особенности полученных ответов становятся предметом анализа. В результате данный вид интервью требует несколько больших затрат времени и труда: респондент дольше обдумывает и формулирует ответы, а интервьюер тратит больше времени на их регистрацию. Растут затраты времени на последующий анализ содержания ответов и их кодировку. Именно по этим причинам интервью с открытыми вопросами реже применяется для массовых опросов.

Формализованное интервью с открытыми вопросами предоставляет респонденту больше свободы и самостоятельности в формулировке ответов и требует от интервьюера максимально подробной, точной регистрации. Все остальные элементы ситуации опроса остаются стандартными: вводная беседа, последовательность вопросов и их формулировки. На стадии обработки для классификации и систематизации полученных данных используется контент-анализ. Чаще всего данный вид интервью применяется в пробных исследованиях для разработки вариантов вопросов, которые в основном исследовании будут сформулированы в открытой форме [53].

## **Свободное интервью**

Свободное интервью характеризуется минимальной стандартизацией. Оно применяется в тех случаях, когда социолог только приступает к определению проблемы исследования, уточняет содержание в конкретных условиях того района или предприятия где будет проходить опрос. Например, планируя изучение читательских интересов, отношение читателей к прессе, исследователь может провести серию свободных интервью с целью выяснит какие газеты и журналы завозятся в город, каковы условия приобретения, каковы традиции чтения и др.

Такое интервью по своей научно-познавательной функции следует назвать предварительным или подготовительным. Подготовительное интервью используется для изучения словаря респондентов, типов реакции на вопросы, типов противодействий, которые оказывают респонденты при тех или иных вопросах, и т.д. Свободное интервью проводится без заранее подготовленного опросника или разработанного плана беседы; определяется только тема, которая и предлагается для обсуждения. Направление беседы, ее логическая структура, последовательность вопросов, их формулировки – все зависит от индивидуальных особенностей того, кто проводит опрос. Совокупность опрашиваемых невелика (редко превышает 10-20 человек). Полученная информация не подвергается статистической обработке, она ценна своей уникальностью. Для обобщения ответов применяются традиционные методы анализа текстов.

При проведении подобного опроса предполагается предварительная разработка примерных ключевых направлений беседы. Формулировка вопросов, а также их последовательность вырабатываются в процессе интервью в зависимости от индивидуальных особенностей опрашиваемого. Такое интервью мало чем отличается от непринужденной беседы двух приятелей, доверяющих друг другу самые сокровенные помыслы. Различие, пожалуй, заключается в целях беседы. Свободное интервью призвано уловить, помимо рационально непосредственные реакции индивида [54].

### **Метод беседы**

Метод организованной информации, беседы похож на метод формализованного интервью. И тот и другой методы являются беседами как таковыми, но между ними нужно видеть различия. Во время проведения опроса методом беседы собеседники находятся в равном положении. Активность исследователя не обязательна, он может не задавать вопросов, а только слушать. Нет и официальной ситуации опроса, предполагающей необходимость получения определенной информации.

Различие между методом свободного интервью и беседы может быть раскрыто следующим образом: интервью в большей мере ориентировано на субъект-объектный подход (субъектом является интервьюер, а объектом – респонденты), беседа же – субъект-субъектное взаимодействие.

Цель беседы – получить представление об интересах респондента, его взглядах или трудностях и проблемах. Совместное обсуждение обозначенных в

ходе беседы вопросов позволяет понять, чем они вызваны, как они переживаются, видится ли путь их решения и если видится, то какой именно.

Беседа применяется прежде всего на этапе ознакомления с объектом при поисковых исследованиях. Ее использование полезно при апробации других методов и методик, так как позволяет оценить их надежность и валидность. Метод беседы незаменим, когда речь идет об интимных отношениях, деликатных вопросах и т.п. Специалисты советуют: повсюду, где главной чертой выступает уникальность объекта исследования, предпочтение надо отдавать гибким, неформализованным приемам, в том числе методу беседы [20]. Этот метод активно используется представителями качественной социологии.

Достоинства и недостатки метода беседы. Метод беседы позволяет:

- 1) проводить исследование без заранее сформулированного сценария;
- 2) общаться с респондентом, используя привычную для слуха лексику;
- 3) получать глубоко индивидуальную информацию; выявлять субъективное отношение к чему-либо;
- 4) предоставить респонденту возможность стать экспертом и сотрудничать, что не всегда возможно при традиционном интервью;
- 5) получать важную информацию по широкому кругу вопросов.

Однако у него множество недостатков: он

- 1) громоздкий и трудоемкий;
- 2) требует длительной подготовки и обучения;
- 3) применяется лишь на небольшой выборке (200-300 человек);
- 4) сопряжен со значительными трудностями на этапе обработки полученных данных, при их формализации;
- 5) предполагает глубокое знание интервьюером обсуждаемых вопросов.

Разновидностью свободного интервью выступает **нарративное интервью** (narrative – рассказ, повествование), представляющее собой произвольное повествование о жизни рассказчика без всякого вмешательства со стороны интервьюера, кроме возможных междометий удивления или одобрения, которые стимулируют и поддерживают нить рассказа. Практически в любом неформализованном интервью можно найти нарратив – дискретную единицу с четким началом и окончанием, выделяющуюся из остального текста [21].

### **Фокус-группа**

В европейской литературе по маркетингу синонимом данному термину часто выступают: групповая дискуссия, качественное исследование, а также множество «дочерних» ответвлений типа сензитивной панели и расширенных творческих групп.

Определения фокус-группы:

Р. Мертон (1956):

1. Интервьюируемые должны быть участниками некоторой определенной ситуации.
2. Характер, процессы, общая структура этой ситуации должны быть заранее проанализированы социологом.
3. На основе этого анализа должен быть составлен план интервью, в котором очерчиваются важнейшие вопросы и гипотезы.

4. Интервью фокусируется на субъективных переживаниях лиц по поводу заранее проанализированной ситуации.

И. Голдман (1962): Групповое глубинное фокусированное интервью: «групповое» означает число взаимодействующих людей, объединенных общими интересами; «глубинное» означает поиск информации, более полной, чем та, которая бывает на уровне межличностного общения; «интервью» означает присутствие модератора, который использует группу как механизм извлечения информации; «фокусированное» означает, что интервью ограничено малым числом вопросов.

Р. Крюгер (1994): Фокус-группа — это сообщество людей, объединенных в группы по каким-то критериям, в результате чего в ходе групповой дискуссии продуцируются данные, имеющие качественный характер.

Фокус-группа происходит от англ. (focus group) — беседа небольшой группы людей по определенному плану на заранее поставленную ученым тему в непосредственном (личном) контакте в специально отведенном помещении. Р. Крюгер определил фокус-группу как тщательно распланированную дискуссию, предназначенную (задуманную) для получения мнений по определенной теме в неугрожающей, доверительной обстановке.

С появлением современных технологий непосредственный контакт все чаще заменяется опосредованным — опрос проводится при помощи телефона и Интернета (электронная почта). Включенное в название метода слово «фокус» обозначает предметную концентрацию, сосредоточенность опрашиваемых на одном вопросе и, в связи с этим, его всестороннее обсуждение. Социологами он позаимствован из оптической физики. Фокус (от лат. . focus — средоточие, центр) в оптике обозначает точку, где собирается прошедший через оптическую систему параллельный пучок световых лучей. В эмпирической социологии фокус обозначает общее мнение людей, которые, высказывая на предмет разные, нередко параллельные точки зрения, в результате коллективной дискуссии сходятся в одном. Точнее сказать, сходятся не люди в своих мнениях, им вовсе не обязательно добиваться консенсуса. Разные мнения приводят к единому знаменателю социолог, организующий подобное мероприятие.

Итак, термином «фокус» обозначают в первом случае итог обсуждения. Но существует второе значение термина, свидетельствующее о характере процесса дискуссии. Фокус внимания участников групповых дискуссий сосредоточивается на каком-то одном, важном аспекте проблемы, а внимание исследователей фокусируется на выяснении мнений участников по поставленному вопросу, на значении различных точек зрения представителей разных социальных категорий, а также на поиске возможных путей достижения консенсуса». Реализация такой процедуры требует создания нескольких дискуссионных групп и проведения коллективного обсуждения исследуемой проблемы с целью ее более глубокого понимания и поиска оптимальных путей решения.

Наконец, в третьем смысле слово «фокус» несет в себе важный смысловой оттенок, отражающий концентрацию усилий интервьюера на изучении определенной проблемы. При этом фокусировка интервью может

осуществляться разными способами в зависимости от специфики объекта и предмета исследования либо поставленных задач.

**Преимущества и недостатки фокус-группового обсуждения.** Фокус групповое обсуждение выглядит предпочтительнее анкетирования или личного интервью по ряду причин:

- взаимодействие респондентов в фокус-группе обычно стимулирует более глубокие ответы и дает возможность появиться новым идеям;
- заказчик может непосредственно наблюдать за ходом обсуждения, спрятавшись за стеклом с обратным видом, делать собственные выводы;
- такой метод оперативнее и дешевле, чем анкетирование или интервьюирование;
- он позволяет за короткий срок определить причины возникновения проблемы, например, падения спроса на конкретный товар в этом регионе по сравнению с другими, где он великолепно раскупается.

К недостаткам метода специалисты дружно относят трудности обработки данных. Приходится пользоваться транскриптами, специально подготовленными кодировочными таблицами, контент-анализом, дорогостоящими способами расшифровки магнитофонных записей, ручным подсчетом данных либо очень сложными компьютерными программами. Несмотря на множество проблем, возникающих на стадии обработки данных, многие специалисты, имеющие многолетний опыт, считают, что с помощью современного компьютера и хорошей тренировки их можно решить.

### **Телефонное интервью**

*Телефонное интервью* – одна из форм опосредованного опроса, получившая особенно широкое распространение в 2000-е гг. крупных городах Казахстана, имеющих высокий уровень телефонизации. Телефонный опрос – это специфический синтез анкетирования и интервьюирования, используемый, как правило, в рамках одного города или иного населенного пункта.

Требования к методу телефонного интервью. Существуют обязательные требования к методу телефонного интервьюирования:

- 1) предварительное изучение карты города, мест компактного проживания представителей разных социальных групп, расположения АТС;
- 2) разработка специального инструмента, включающего картограмму опроса, опросные бланки и кодировочные листы, дневник и протокол опроса, обстоятельную инструкцию интервьюерам;
- 3) наличие телефонных справочников;
- 4) соблюдение заранее установленного шага (интервала) при наборе номера телефонов одной АТС;
- 5) особая подготовка, в том числе специальный тренинг телефонных интервьюеров;
- 6) повышенная требовательность к их честности;
- 7) обязательность контроля за их деятельностью;
- 8) перепроверка полученных данных путем выборочных контрольных опросов опрошенных абонентов.

*Достоинства телефонного интервью.* Среди преимуществ телефонного опроса перед личным интервью специалисты называют следующие черты:

- оперативность (быстрое установление контакта с респондентом, отсутствие этапа размножения полевой документации и т.д.);
- наличие контроля над респондентом;
- минимальное влияние интервьюера, хорошие возможности по обеспечению более адекватных ответов;
- низкая себестоимость; высокая степень конфиденциальности и, следовательно, искренности ответов (обеспечивающие в конечном итоге большую стандартизацию процесса сбора данных);
- стандартность в способе доставки данных, если интервьюер работает на компьютере.

Социологическое исследование – система логических и последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур в социологии для получения научных знаний о социальных явлениях, а также их процедур, процессов.

Социологическое исследование представляет собой систематический процесс изучения социальных явлений, направленный на получение объективных данных о структуре, динамике и взаимодействии различных элементов общества. Оно играет ключевую роль в понимании социальных процессов, выявлении проблем и разработке эффективных решений в различных сферах общественной жизни.

Использование телефона дает два основных преимущества – экономию и оперативность. Опросным агентствам, не пользующимся телефоном, приходится туго. Им надо содержать сеть Интервьюеров в репрезентативных районах по всей стране, но это очень дорогостоящее мероприятие. Либо рассылать во все концы из центра свои бригады, опрашивающие респондентов на местах. Постоянное помещение арендовать не надо, зато на билетах и командировочных можно разориться. К настоящему моменту метод личных интервью с трудом выдерживает конкуренцию с телефонными опросами. Интервьюер уже не ходит по городу в поисках респондента, а находится в уютном офисе, откуда и ведет переговоры. Экономия времени и денег налицо.

Число задаваемых вопросов в телефонном опросе обычно несколько больше, чем в почтовом, но меньше, чем в личном интервью. Скорость получения ответа, как правило, ниже, чем в очном, но выше, чем в почтовом опросе. Хотя источники искажения информации, обусловленные личностью интервьюера, устранены не полностью, все же голос в телефонной трубке менее способен привести к искажениям в ответах, чем живой человек. Наконец, и требования к подготовке опрашивающего персонал находятся в промежутке между тем, чего требует опрос очный и тем, чего требует почтовый [55].

**Недостатки телефонного интервью.** Первый недостаток телефонного интервью – *невозможность соблюсти репрезентативность* выборки. Основой выборки в телефонном опросе служит телефонная книга, а степень охвата населения напрямую зависит от уровня телефонизации страны.

Люди, у которых телефона нет или телефоны которых не указаны в телефонном справочнике, могут оказаться не менее подходящими для исследования, чем остальные. И поэтому исключение их из выборки может привести к искаженным результатам. Например, в справочнике часто не указываются домашние телефоны должностных лиц, а многие граждане вообще не имеют телефонов: у одних их просто нет, у других он отключен за неуплату.

Искажение выборки, связанное с отсутствием телефонных номеров, удастся преодолеть с помощью метода рандомизированного набора телефонных номеров (random digit dialing), т.е. с применением датчика случайных чисел, который к тому же увеличивает скорость проведения телефонного опроса. А специально разработанные компьютерные технологии позволяют сократить число ошибок, так как, во-первых, пользуясь программой, интервьюер точно следует от вопроса к вопросу, а во вторых, ответы запоминаются автоматически, по мере того, как они заносятся опрашивающим. Современное оборудование также используется для высококачественного контролирования. Для этого существует два способа. Первый: контролер группы может прослушивать любое интервью в любое время, чтобы исправить замеченную ошибку опрашивающего. Второй: поскольку данные заносятся в компьютер по мере поступления, легко заметить, в какой мере репрезентативна получаемая информация, и внести необходимые коррективы еще в ходе работы.

В США телефонами сейчас располагают более 95% населения, поэтому американские коллеги опрашивают людей, что называется, не сходя с кресла, и умудряются получать достоверные данные. Мы лишь приближаемся к ним, но со временем и у нас телефонизация всей страны станет реальностью, а не мечтой. А пока что мы можем утешаться тем фактом, что использование телефонного опроса – даже при относительно невысокой телефонизации – оказывается весьма плодотворным в рамках поискового, пилотажного исследования или при попытке определить наиболее общие черты картины мнений населения.

Недостаток метода обусловлен тем, что чем выше темпы телефонизации, тем быстрее растет число отказов абонентов от опроса по разнообразным причинам и поводам. Дело в том, что одновременно с повышением уровня телефонизации ускоряется смена поколений в технике и вот уже все больше появляется лиц, использующих определители номера и автоответчики, что представляется значительным препятствием для контакта с респондентами.

Но даже в том случае, когда респондент согласился отвечать продолжительность телефонного интервью не может превышать 10-15 мин. После этого внимание к опросу снижается. Зная подобные ограничения, специалисты сокращают паузы, укорачивают формулировки вопросов и список альтернатив. Интервьюер, проводящий опрос по телефону, должен иметь специальную подготовку. В процессе интервью «лицом к лицу» у опрашиваемого имеется множество способов удержания внимания респондента и поддержания его интереса к теме социологического исследования. Успех же телефонного интервью во многом зависит от владения интервьюера голосом и умения на расстоянии чувствовать состояние опрашиваемого.

*Второй недостаток* – неискренность ответов. Как было неоднократно доказано, качество и достоверность сведений, собираемых по телефону, оказывается заметно ниже, чем при использовании других методов. Оказывается, телефонному респонденту легче не только отказаться от интервью, но и соврать. Таким образом, по степени искренности этот вид интервью серьезно отстает от всех прочих методов.

Процесс коммуникации в телефонном интервью, по мнению А.Ю. Мягкова [22], обобщившего данные многочисленных исследований, отличается следующими особенностями:

1. Опосредованный характер общения и связанный с ним «дефицит легитимности» во взаимоотношениях между сторонами.
2. Заметная «аффективная дистанция» между участниками телефонного интервью, возникающая в связи с отсутствием прямого визуального контакта.
3. Отчужденный характер коммуникации сторон, участвующих в интервью.
4. Исключительно вербальные способы коммуникации, невозможность использования иных средств общения.
5. Ускоренная интеракция при отсутствии вербальных инструментов регулирования «разговорного потока».
6. Восприятие респондентами телефонного интервью как механического процесса «задавания вопросов и формулирования ответов».
7. Повышенный риск возникновения коммуникативной неадекватности в ответах в связи с ограниченной «канальной способностью» телефона как средства общения.
8. Напряженность коммуникативных отношений в связи с ее состоянием «микростресса» респондентов.

Среди недостатков телефонного интервьюирования можно назвать и сугубо национальные. В Казахстане недостаточная осведомленность людей о социологическом опросе, в том числе телефонном интервью, а также низкая культура интервьюирования подчас приводят к неожиданным результатам. Так, один интервьюер, позвонив по телефону, по ошибке попал в отделение службы госбезопасности, сотрудники которой возмутились: кто посмел их опрашивать? Вычислив по своим каналам адрес социологической фирмы, они приехали и устроили грандиозный скандал.

Очевидно, что при всех достоинствах и недостатках метод телефонного интервьюирования заслуживает внимания социологов. С проникновением в нашу жизнь компьютерных технологий этот метод представляется крайне перспективным.

К опросным методам социологии относятся методы получения информации от человека в ходе живого диалога (очной беседы), в ходе которого специально подготовленный исполнитель (интервьюер) задает вопросы с определенной целью.

Виды интервью различают по трем главным критериям — степени стандартизации вопросов, числу обсуждаемых тем и количеству опрашиваемых.

В зависимости от степени стандартизации вербального диалога выделяют два основных вида интервью: формализованное и неформализованное интервью.

По числу обсуждаемых тем виды интервью подразделяются на фокусированное, или направленное, интервью, нефокусированное (ненаправленное) интервью.

По количеству опрашиваемых - виды интервью подразделяются на индивидуальное, или личное, интервью; групповое интервью (фокус-группа и мозговая атака).

Интервью может быть однократным (разовым) или многократно повторяться (через определенный промежуток времени). Во втором случае оно приобретает статус повторного или лонгитюдного исследования.

Еще одним дополнительным критерием классификации выступает место проведения интервью. Выделяют следующие его разновидности: интервью по месту жительства, интервьюирование посетителей магазинов, интервью по месту работы.

По стилю ведения интервью делятся на жесткие и мягкие. Дополнительным критерием опросных методов выступает целевая заданность.

Выбор опросного метода в социологическом исследовании определяется целью исследования; особенностями проблемной ситуации; уровнем подготовки интервьюера; материальными, техническими, временными ресурсами и т.п. [60].

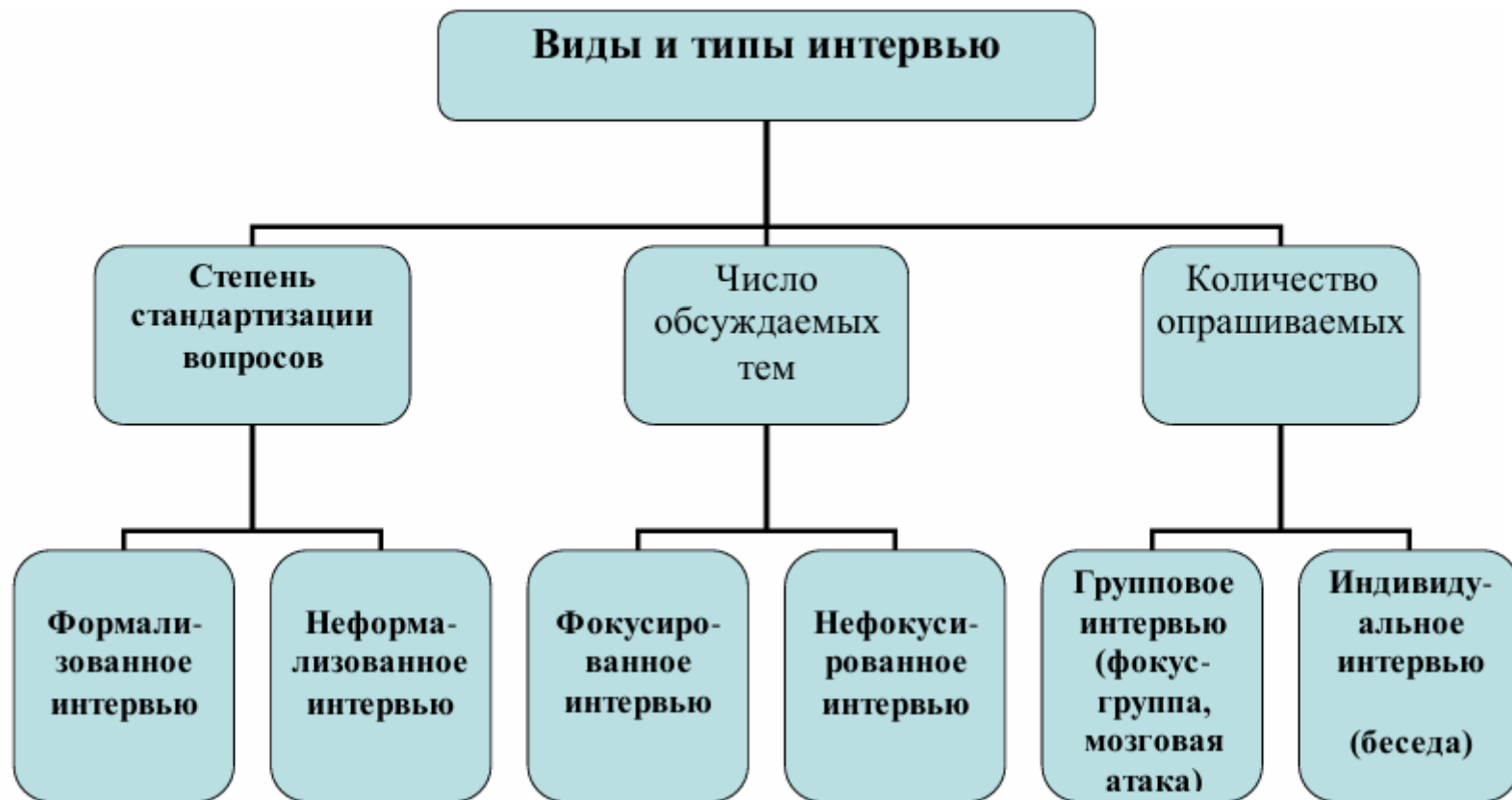


Рис. 10. Опросные методы социологического исследования

## **Тест для самоконтроля**

### **1. Формализованное интервью - это беседа**

- а. по детально разработанной программе, включающей в себя вопросы с вариантами возможных ответов;
- б. длительная беседа по общей программе, но без уточнения конкретных вопросов, с минимальной детализацией поведения интервьюера;
- с. беседа без заранее подготовленного опросника или плана.

### **2. Неформализованное интервью – это беседа, в которой**

- а. вопросы на самые разные темы не образуют логической последовательности;
- б. не уточняются конкретные вопросы общей программы;
- с. опросник или план не готовится заранее.

### **3. Фокусированное, или направленное, интервью представляет собой**

- а. длительную беседу по общей программе, но без уточнения конкретных вопросов;
- б. беседу без заранее подготовленного опросника или плана;
- с. подробное обсуждение одной темы, с которой респондент заранее знаком.

### **4. Нефокусированное (ненаправленное) интервью предполагает наличие**

- а. предметного единства, общей темы или исследовательского замысла;
- б. подробного обсуждения одной темы, с которой респондент заранее знаком;
- с. вопросов на самые разные темы, не образующих логической последовательности.

### **5. Свободное интервью проводится**

- а. без заранее подготовленного опросника или разработанного плана беседы;
- б. по детально разработанной программе;
- с. по конкретным вопросам общей программы.

### **6. Метод беседы позволяет**

- а. получать глубоко индивидуальную информацию; выявлять субъективное отношение к чему-либо;
- б. обсуждать новые идеи;
- с. сэкономить время и деньги на подготовку интервьюеров.

### **7. Недостатком метода беседы является то, что он**

- а. громоздкий и трудоемкий;
- б. не обеспечивает получение достоверной информации;
- с. не обеспечивает репрезентативность выборки.

### **8. Преимущество фокус-группового обсуждения в том, что**

- а. взаимодействие респондентов дает возможность появиться новым идеям;
- б. обеспечивается репрезентативность выборки;
- с. влияние интервьюера минимально.

**9. К преимуществам телефонного опроса перед личным интервью можно отнести**

- а. низкую себестоимость;
- б. достоверность получаемой информации;
- с. репрезентативность выборки.

**10. Продолжительность телефонного интервью не может превышать**

- а. 5-10 мин.;
- б. 10-15 мин.;
- с. 15-20 мин.

## **Наблюдение в социальных науках**

Особенно урожайным на открытие нового в поведении людей считается метод наблюдения. В нем ученый непосредственно регистрирует события, очевидцем которых он оказался. Этот метод активно применяется во всех социальных науках. В одних, например в статистике и демографии, наблюдением называют любую полевую процедуру (опрос, визуальное наблюдение, сбор письменных сведений путем обхода по домам). Здесь наблюдение как бы противопоставляется методу косвенного знания по литературным источникам.

В психологии, социологии и антропологии наблюдением именуют только визуальную процедуру сбора данных непосредственно самим ученым. В психологии основные методы научного исследования – наблюдение и эксперимент. В социологии – опрос и анализ документов. Хотя нельзя сказать, что наблюдение для социологии находится на положении падчерицы. Впрочем, разберемся во всем по порядку.

### **Сущность наблюдения**

Принято считать, что метод наблюдения пришел в социологию из антропологии – науки о дописьменных культурах и племенах. Антропологи наблюдают образ жизни, социальные отношения и взаимодействие, обычаи, нравы и традиции забытых и малочисленных народов, племен и общин. Из антропологии пришла и классификация видов наблюдения. Правда, этот метод применяется не только в антропологии. Его прекрасно освоили психологи и экономисты, этнографы, политологи, культурологи, не говоря о представителях естественных наук, скажем биологах, которые без наблюдения и шага ступить не могут. Развитие этнографии как науки было связано, в частности, с переходом от сбора отдельных сведений о культуре народов к стационарному наблюдению, при котором исследователь достаточно долго живет в среде изучаемой группы.

Наблюдение – метод сбора первичной информации путем прямой и непосредственной регистрации исследователем событий и условий на местах.

Основная нагрузка выпадает на глаза. Наблюдение по существу означает внимательное вглядывание в происходящие события, их правильное восприятие и фиксацию – желательно по особому сценарию и с помощью специальных бланков [62].

Заметим, что не всякое визуальное или слуховое восприятие изучаемого объекта называется наблюдением в научном понимании. Простое созерцание протекающих событий, скорее, можно назвать повседневным наблюдением. Правда, и оно дает богатую пищу для размышления, а наблюдательный человек всегда был сродни мудрецу. Как утверждают современные психологи, в основе научного наблюдения лежит способность внимания.

Как только человек начал себя помнить и осознавать, он постоянно прибегал к наблюдению – полета птиц, цикла разлива рек, поведения животных, взаимоотношений людей. Наблюдал, вычленял повторяющееся и закономерное, анализировал события, делал выводы и даже пытался прогнозировать будущее. Налицо все элементы научного исследования. Так что наблюдение – древнейший из методов познания. Древнейший – и все еще самый доступный.

А самым привлекательным делает его удивительная естественность. В этом – его первое преимущество. Позиция наблюдателя значительно ближе природе человека, чем позиция тестирующего. А комфортно чувствующий себя ученый и выводы делает более адекватные.

Другое его преимущество – непосредственность. Ученый, подобно акыну, что видит, о том и поет. Социальные явления могут быть зафиксированы особенно удачливым «фотографом» в момент их возникновения, в контексте предшествующих и последующих событий. Для любителей социальной динамики лучшего и не придумаешь.

Третье преимущество – неквалифицированность. Для того чтобы стать внимательным наблюдателем, вовсе не обязательно оканчивать Гарвардский университет или годы стажироваться в крупном маркетинговом агентстве. Как раз «незамутненный взгляд» часто видит то, что скрыто от перегруженного книжными знаниями мудреца.

Отсюда вытекает четвертое преимущество: используя метод наблюдения, исследователь может собирать данные независимо не только от умения, но и от желания членов исследуемой группы быть изученными. Напротив, в социологическом опросе нередко приходится сталкиваться с сопротивлением респондента, который отказывается или уклоняется от анкетирования, например, боясь разглашения каких-то важных для него сведений. В переписи населения 2002 г. специалисты ожидали подобные ситуации, а потому проводили мощную разъяснительную кампанию.

Пятое достоинство – отсутствие специальной аппаратуры. Если речь идет об обыденном наблюдении, то никаких вольтметров, тренажеров, типографии для размножения анкет и прочих технических приспособлений не нужно. Принцип наблюдателя – пришел, увидел, победил.

Еще одно преимущество – экологичность – весьма сомнительно. Далеко не всегда наблюдение протекает на природе, в горах или лесопарке. Часто ученому приходится рисковать, иногда репутацией, реже – жизнью. Если вы вознамерились провести наблюдение подростковой субкультуры, особенно экстремистского типа, то готовым надо быть практически к любому повороту событий.

Широкое определение наблюдения, приведенное выше, на 90% подходит к нашей повседневной деятельности, где каждый из нас путем прямой и непосредственной регистрации событий собирает о них первичную информацию. Различий между двумя видами наблюдения оно не улавливает. Впрочем, как и следующее, хотя оно приводится чуть ли не во всех словарях.

Только введение дополнительных параметров позволяет выделить научное наблюдение в самостоятельный вид и понять его природу. Оказывается, что это целенаправленное восприятие, обусловленное научными целями и задачами. Основное условие научного наблюдения – объективность, т.е. возможность контроля путем либо повторного наблюдения, либо применения иных методов исследования (например, эксперимента).

Таким образом, с помощью наблюдения и правильных выводов наука устанавливает факты, конструирует теории, открывает законы, наконец, предсказывает будущее.

Научное наблюдение требует постановки четкой цели и планирования. Заранее определяется, какие именно социальные процессы и явления будут интересовать наблюдателя, по каким внешним признакам их можно отследить, в каких условиях будет происходить наблюдение и как предполагается фиксировать результаты.

Особенность наблюдения в социальных науках состоит в том, что непосредственно видеть и фиксировать можно только факты, относящиеся к внешнему поведению (движения, словесные высказывания и т.д.). Наши мысли, мнения, ценностные ориентации наблюдать невозможно. Правильность результатов наблюдения зависит не только от точности регистрации фактов поведения, но и от их истолкования – определения психологического смысла.

Наблюдение обычно применяется, когда необходимо получить первоначальное представление о какой-либо стороне поведения, выдвинуть предположения о ее социальных причинах. Гипотезы можно выдвигать и в рамках наблюдения, однако социологи предпочитают проверять их при помощи других видов исследования, например анкетирования или эксперимента, где используется более сложный арсенал методов, в том числе основанных на математической статистике.

Согласно В.А. Ядову, научное наблюдение отличается от обыденного тем, что

- а) подчинено ясной сформулированным задачам; исследовательской
- б) планируется по заранее обдуманной процедуре цели и четко
- в) все данные фиксируются в протоколах или дневниках по определенной системе;
- г) информация, полученная путем наблюдения, должна поддаваться контролю на обоснованность и устойчивость [23].

Для того чтобы превратить обыденное наблюдение в научный метод, необходимо, по мнению СИ. Григорьева и Ю.Е. Ростоца [24], осуществить следующий ряд исследовательских процедур:

- 1) вычленив в программе исследования те задачи и гипотезы, которые будут решаться и обосновываться данными наблюдения;
- 2) определить в общей программе исследования или специальной программе наблюдения:

- объект наблюдения (индивид, малая группа, социальная общность, общественное мероприятие, событие и др.);
- предмет наблюдения, т.е. совокупность интересующих наблюдателя свойств (признаков) объекта (факторов его поведения);
- категории наблюдения – показатели либо конкретные признаки, которые отвечают определенным требованиям (они значимы для решения поставленной задачи, операционализированы и доведены до уровня наблюдаемых признаков, имеют количественный характер), они более конкретны, чем исходные понятия наблюдения, но более абстрактны, чем единицы наблюдения;

- наблюдаемые ситуации, т.е. реальные обстоятельства, при которых могут проявиться категории наблюдения;

- условия наблюдения, т.е. обязательные требования к ситуации, при наличии которых только и может происходить наблюдение (или этого делать нельзя);

- единицы наблюдения – элементарные, эмпирически фиксируемые акты поведения людей, через которые распознается категория наблюдения;

3) подготовить инструментарий наблюдения, а именно:

- дневник наблюдения – методический документ, где в закодированной или общепонятной форме записываются а) ход наблюдения; б) результаты наблюдения; в) действия наблюдателя; г) оценка инструментария и процедур; д) реакция наблюдаемых;

- карточки наблюдения (карточка наблюдателя, лист наблюдения, карточка индикаторов для регистрации) – методический документ, предназначенный для регистрации единиц наблюдения в строго формализованном и закодированном виде (карточек должно быть ровно столько, сколько единиц наблюдения);

- протокол наблюдения – методический документ, обобщающий данные всех карточек и содержащий методические сведения о процедуре наблюдения;

- классификатор контент-анализа дневниковых и протокольных записей;

- аудиовизуальные технические средства фиксации единиц наблюдения;

- программу обработки данных наблюдения;

4) провести пилотаж (апробировать) инструментарий, внести в него, если потребуется, должные коррективы, размножить его в необходимом количестве экземпляров;

5) составить план и (или) сетевой график выполнения наблюдения (кто, где, когда его проводит);

6) разработать инструкцию наблюдателям, провести их обучение и инструктаж;

7) осуществить комплекс операций непосредственного наблюдения в полном соответствии с вышеозначенными требованиями и рекомендациями, которые последуют ниже. В протокол наблюдения заносятся данные о трех оценочных показателях:

- ♦ коэффициент согласия наблюдателей – показатель, характеризующий совпадение данных, полученных одновременно различными наблюдателями;

- ♦ коэффициент устойчивости наблюдений – показатель, характеризующий совпадение данных, полученных одним и тем же наблюдателем в различное время;

- ♦ коэффициент надежности наблюдения – показатель, характеризующий совпадение данных, полученных разными наблюдателями в различное время.

Стихийная социология – складывающееся в процессе взросления социологическое видение мира (социологический образ мышления), которое опирается не на достижения научного знания, а на личный жизненный опыт и здравый смысл. К главным приемам стихийной социологии относятся:

- 1) социальная типологизация;
- 2) социальная категоризация;
- 3) социальное ранжирование.

Так, типологизация обнаруживается в умении находить, подмечать в окружающем типичное, повторяющееся, а затем правильно его классифицировать. На основе сходных черт можно объединить в одну группу внешне различных индивидов. К примеру, людей в возрасте от 12 до 17 лет, несмотря на их внешние различия, мы можем объединить в одну и ту же социальную группу и назвать ее «подростки». Водителей, шахтеров, трактористов мы зачисляем в ряды рабочего класса, хотя все они отличаются друг от друга. Типологизация – это обобщение разрозненных явлений в устойчивые группы и типы, но вместе с тем приписывание людей к заранее созданной группе, т.е. наделение их социальными признаками. В основе типологизации лежит способность наблюдать социальную действительность.

Интересный опыт использования метода стихийного наблюдения в целях социологического познания общества накоплен в русской литературе 1840-х гг. В социальной беллетристике этого периода тесно сплетены гражданские чувства и умонастроения близкой к народу интеллигенции, поиски художественного отражения жизни различных социальных групп, черты научного, социологического видения общественного развития. Писатели, близкие к В.Г. Белинскому и Н.А. Некрасову, не только дали точные зарисовки быта, поступков, элементов сознания представителей многих социальных, профессиональных сообществ, но и создали типологические образы, обобщенные социолого-художественные типы людей своего времени.

Таким образом, у стихийной и профессиональной социологии много общего, как много сходства между научным и стихийным наблюдением за социальными отношениями людей.

Под наблюдением в социологии подразумевают прямую регистрацию событий исследователем с помощью органов чувств (зрение, слух) или специальных записывающих приборов. При этом чаще всего предполагается, что исследователь не предпринимает никаких попыток воздействия на объекты наблюдения, выступая лишь в качестве бесстрастного очевидца происходящего. Так, собирая информацию о предпочтении покупателями товаров той или иной группы, мы могли бы не задавать им соответствующих вопросов, а просто в течение определенного периода (скажем, одного дня или одной недели) фиксировать, какие именно товары покупают проходящие в магазин люди. При этом можно не просто фиксировать номенклатуру и объем приобретаемых продуктов, но и разносить полученные в ходе наблюдения данные по различным категориям: социально-демографическим группам покупателей (половым, возрастным, профессиональным), времени дня, дням недели, местам расположения торговых точек и т.п. Статистический анализ полученных подобным образом сведений даст возможность составить определенную типологию предпочтений, товаров, торговых марок, предприятий-изготовителей, а кроме того — некую сводную картину покупательского поведения, характерного для данного территориального образования.

Аналогичным образом прямому наблюдению можно подвергнуть и рабочее поведение персонала торгового предприятия, включая такие его стороны, как вежливость, расторопность, опрятность, готовность проконсультировать покупателей и т.п. — словом, все то, из чего составит многообразное и не всегда четко и однозначно определяемое понятие «профессиональная компетентность», а также, в конечном счете, — «имидж торгового предприятия».

Систематизированное (или структурированное) наблюдение предполагает достаточно четкую, заранее продуманную систему регистрации наблюдаемых событий. Здесь могут использоваться, например, бланки протоколы, разлинованные по отдельным пунктам наблюдения, с кодовыми обозначениями событий и ситуаций или карточки наблюдения.

### **Виды наблюдения**

В социологии виды наблюдения подразделяются следующий образом.

1. По форме организации выделяют:

- формализованное (структурированное, стандартизированное, контролируемое);
- неформализованное (неконтролируемое, простое, бесструктурное).

Первое обычно структурировано жесткой программой, где разрабатывается детальный инструментарий (карточки и протоколы), а второе — лишь общим принципиальным планом. Неформализованное наблюдение не дает информации о тенденциях и закономерностях протекания событий. Оно служит подготовительным этапом к проведению более тщательного, формализованного наблюдения или же предшествует эксперименту.

В.А. Ядов по степени формализованности выделяет а) неконтролируемое (или нестандартное, бесструктурное) и б) контролируемое (стандартизированное, структурное) наблюдения. В первом исследователь пользуется лишь общим принципиальным планом, во втором — регистрирует события по детально разработанной процедуре. Неконтролируемое наблюдение во многом похоже на обыденное созерцание событий. Его может провести каждый из нас. Здесь нет четкой программы, выдвижения гипотез, операционализации понятий и множества других вещей, которые обязательны при любом научном мероприятии. Напротив, контролируемое наблюдение имеет жесткую программу, опирается на продуманную теорию и детальный анализ проблемы исследования. Составлению жесткой процедуры контролируемого наблюдения предшествует детальный анализ проблемы на основе теории и данных неконтролируемого наблюдения. Какие бы названия ни предлагались в методической литературе, но суть первого критерия классификации типов наблюдения включается в том, насколько детализированы, прописаны и выверены те процедуры, которые ученый намерен применить в своем наблюдении. Первый критерий выстраивает все множество видов наблюдения на некотором континууме, один полюс которого образован жесткими типами (назовем их хард-стратегиями), а второй — мягкими (софт стратегиями). Между ними размещается все многообразие реальных наблюдений, в которых ученый в зависимости от поставленных целей, научных предпочтений, вкусов, может

градуировать степень жесткости и мягкости. Причем, смягчая процедуру, он необязательно поступается научными принципами. . Причем, смягчая процедуру, он необязательно поступается научными принципами. Так, например, представители качественной ее социологии предпочитают софт-стратегии и добиваются великолепных научных результатов [63].

2. По степени включенности наблюдателя выделяют:

- невключенное (простое) наблюдение, когда исследователь пассивно фиксирует интересующие его данные о явлении, не вмешиваясь в ход его протекания;

- включенное (участвующее, соучаствующее) наблюдение которое называют еще исследованием «в маске», где социолог действует под вымышленным именем, скрывает истинную профессию и, конечно же, цели исследования. Окружающие не должны догадываться о том, кто он такой.

Примером невключенного наблюдения выступает изучение научных заседаний. С помощью специальных картотек наблюдения социолог фиксирует поведение докладчика и реакции аудитории скажем, одобрительные (или неодобрительные) реплики, возгласы разговоры, вопросы к выступающему и т.д. Обобщая данные, специалист регистрирует количество проявлений поведенческих реакций, а также их интенсивность (силу проявлений). Невключенное наблюдения достаточно широко распространены в социологии, этнографии, демографии, социальной психологии, экономике. Гораздо реже встречается включенное наблюдение, хотя оно является наиболее интенсивным способом получения информации.

3. По форме взаимоотношений ученого с испытуемыми специалисты выделяют:

- скрытое наблюдение;
- открытое наблюдение.

Когда участники деятельности не догадываются о присутствии исследователя, говорят о скрытом наблюдении. Оно позволяет минимизировать корректирующее воздействие наблюдателя. Этим скрытое наблюдение отличается от открытого, в котором исследователь сообщает участникам о своих намерениях. Скрытое и открытое наблюдения нередко трактуются как две разновидности включенного наблюдения. Иногда они разводятся, и тогда специалисты говорят: надо различать прежде всего включенное и невключенное наблюдение, а характеристики «скрытое» и «открытое» выступают их побочным продуктом.

Наблюдение может быть включенным и скрытым одновременно, если социолог действует инкогнито и находится в социальной ситуации. Наблюдатель может имитировать новичка в населенном пункте, где все знают друг друга, а его появление не останется незамеченным. Цели своего пребывания исследователь не открывает, подбирая любой подходящий предлог.

4. По месту проведения наблюдения делятся на две разновидности:

- полевые наблюдения;
- лабораторные наблюдения.

Полевые наблюдения проводятся в естественных условиях, лабораторные — в искусственных, т.е. заранее созданных условиях. Лабораторные наблюдения распространены в психологии и социальной психологии, но их мало в социологии и антропологии. Трудно вообразить, каким образом племя аборигенов можно переместить в городскую лабораторию, не нарушив естественно сложившейся между людьми системы взаимоотношений.

5. По *регулярности проведения* наблюдения делятся на:

- систематические (по заранее разработанному плану изучения объекта в течение определенного времени);
- несистематические (проводятся без всякого заранее составленного плана в течение неопределенного времени).

Дихотомия «систематическое-несистематическое» может принимать более дробный вид, и тогда авторы выделяют не две, а три разновидности наблюдения: систематические, эпизодические и случайные.

6. По длительности проведения, задачам и масштабу изучаемого явления наблюдения делятся на:

- кратковременные (проводятся на первой стадии исследования для формулировки гипотез или контроля и пополнения данных, полученных другими методами);
- долговременные, длящиеся многие месяцы и годы, призванные отследить протекание крупномасштабных либо сложно организованных социальных процессов.

В дальнейшем мы остановимся подробнее на двух типах наблюдения — стандартизированном и включенном [64].

### **Формализованное наблюдение**

Наблюдение представляет собой целенаправленное и систематизированное восприятие социального явления, черты которого, соответствующим образом классифицированные и закодированные, регистрируются исследователем. Формы и приемы регистрации могут быть различными: бланк или дневник наблюдения, фото- или киноаппарат, видеотехника и т.п. Формализованное, или стандартизированное, наблюдение предусматривает детальную разработку программы и методических процедур:

- определение целей и задач наблюдения;
- определение проблемы, объекта наблюдения;
- определение изучаемых характеристик и их индикаторов, доступных внешнему наблюдению и регистрации;
- определение необходимого числа наблюдений из множества возможных (выборочные процедуры);
- разработку регистрационных документов для фиксации наблюдаемых характеристик (карточки наблюдения, бланки протоколов и т.п.);
- инструкции наблюдателям относительно способа наблюдения;
- методику обработки и анализа данных.

Формализация процедуры наблюдения возможна в тех случаях, когда наблюдатель занимает стороннюю позицию, когда изучают явления, открытые для визуального восприятия.

В промышленной социологии методом наблюдения изучаются затраты рабочего времени, взаимодействия между членами первичных коллективов, производственные собрания, соблюдение трудового режима, очереди в столовых, общение работников с представителями администрации в дни приема и т.д.

Документом для регистрации наблюдения выступает детально разработанный «Наблюдательный лист», который включает данные о месте и времени наблюдений: цех №., участок., дата., количество рабочих., число наблюдений., смена., цель наблюдения., маршрут обхода... Далее идет таблица, строки которой содержат фамилии рабочих, а столбцы включают перечень наблюдаемых характеристик. Наблюдение большой аудитории проводится несколькими лицами, которые придерживаются единой инструкции. Подготовка протокола регистрации данных наблюдения предшествуют не только разработка общей концепции, но и неоднократные нестандартизированные наблюдения на разных объектах.

Надежность результатов наблюдения обеспечивается апробацией разработанного инструментария (пилотаж), специальным обучением наблюдателей и контролем за качеством их работы.

Апробация документов, подготовленных для регистрации результатов наблюдения, состоит в проведении пробных наблюдений и анализе сделанных записей, а также впечатлений наблюдателей, трудностей регистрации, неясных терминов, психологических препятствий и т.п. Кроме того, проводится сравнение результатов наблюдения несколькими наблюдателями одной и той же ситуации. Анализ причин несовпадения результатов помогает выявить просчеты в конструкции карточек для регистрации наблюдения, в организации наблюдения.

### **Включенное наблюдение**

Оно вызывает исключительный интерес как в среде студенчества, так и у самих исследователей. Его можно считать самым экстравагантным и рискованным видом занятия социолога из всех, какие ему приходится выполнять.

Включенным называется наблюдение, при котором исследователь в той или иной степени включен в изучаемый объект и находится в непосредственном контакте с наблюдаемыми, принимая участие в их деятельности.

Преимущество включенного наблюдения состоит в том, что оно дает социологу самые яркие и непосредственные впечатления о среде, помогает лучше понять поступки людей в реальной жизненной ситуации. Отсюда же вытекает и его недостаток: исследователь может потерять способность объективно оценивать ситуацию, как бы внутренне переходя на позиции тех, кого он изучает. Как правило, итогом включенного наблюдения является социологическое эссе, а не строго научный трактат.

Включенное наблюдение требует определенного периода адаптации наблюдателя и коллектива. Опыт использования этого метода показывает, что срок адаптации длится от 4-5 дней до 2-3 недель и зависит от личных качеств наблюдателя, его пола и возраста.

### **Преимущества и недостатки наблюдения**

Специфика наблюдения как метода сбора первичной информации заключается в способности анализировать и воспроизводить явление в его целостности, поставлять разносторонние и достаточно полные сведения. В ходе наблюдения может фиксироваться то, что невозможно зарегистрировать никаким иным методом, а именно стиль поведения, жесты, мимику, движения индивидов и целых групп. Наблюдение используется вкупе с другими методами сбора информации, обогащая беспристрастную статистику живым материалом восприятия. Оно дает более глубокий, но менее репрезентативный материал, чем анкетирование.

Достоинством наблюдения как метода сбора информации является отсутствие опосредующих звеньев, наличие прямого контакта между исследователем и исследуемым объектом. Однако достоинство моментально превращается в недостаток, поскольку при наблюдении высока опасность вмешательства ученого в естественный ход событий. Замечательной чертой наблюдения считается хорошая совместимость с другими социологическими методами. Его можно применять в качестве основного либо дополнительного метода и с анкетированием, и с интервью, и с анализом документов, и с экспериментом. Не о каждом методе можно сказать подобное. Совместное применение двух методов часто дает весьма эффективные результаты, например при изучении степени активности населения на электоральных собраниях.

Итак, преимущество социологического наблюдения, а именно непосредственная связь исследователя с объектом изучения, непосредственность впечатлений исследователя и отсутствие опосредующих звеньев, тут же превращается в его недостаток — возможность исследователя повлиять на результаты наблюдения, исказить его данные. Наблюдатель вольно или невольно влияет на изучаемый процесс, вносит в него что-то такое, что не присуще его природе.

Среди других достоинств наблюдения специалисты называют оперативность получения информации, активное продуцирование гипотез в ходе наблюдения.

Правда, оперативность моментально оборачивается локальностью, ограниченностью изучаемой ситуации, неспособностью охватить совокупность всех признаков познаваемого явления. Действительно, социолог не может гарантировать репрезентативность своих данных, опираясь на одно исследование, которое к тому же охватывает небольшое количество явлений.

Иначе говоря, этот метод весьма субъективен, личностные качества наблюдателя неизбежно сказываются на его результатах. Поэтому, во первых, последние подлежат обязательной перепроверке другими методами, во-вторых, к поведению наблюдателя предъявляются особые требования.

К числу недостатков наблюдения относят: невозможность охвата исследователем всей совокупности явлений, характеризующих изучаемый процесс (особенно в случае невключенного наблюдения); трудности, связанные с описанием исследуемых явлений; невозможность избежать субъективизма в подходе к изучаемым явлениям.

Обобщив сказанное, попробуем свести воедино основные преимущества и недостатки метода наблюдения (табл. 5)

Таблица 5 – Преимущества и недостатки наблюдения

| <b>Преимущества наблюдения в сравнении с опросом</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Недостатки наблюдения как метода</b>                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Независимость от желания респондента участвовать в исследовании<br>Невозможность ученого повлиять на поведение или ответы респондента в случае «бесконтакт ного» наблюдения<br>Более высокая объективность исследования<br>Возможность восприятия таких форм поведения, которые не могут быть точно вербализованы или осознаны<br>Возможность учета окружающей ситуации | Трудно обеспечить репрезентативность (например, при наблюдении поведения покупателей в магазине случайная выборка невозможна)<br>Поведение обследуемых людей может отличаться от естественного, если наблюдение открытое (эффект наблюдения) |
| <b>Сложности применения наблюдения</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                              |
| Трудоемкость, большие затраты времени, влияние субъективных особенностей наблюдателя, трудности интерпретации, обусловленные неоднозначной связью между мотивами и формами поведения                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                              |

*Невключенное наблюдение.* В идеале ученый при невключенном наблюдении должен стать как бы невидимкой. Поскольку идеал недостижим, наблюдателю надлежит вести себя так, чтобы на него обращали как можно меньше внимания, дабы уменьшить помехи, вносимые им в наблюдаемое явление. Ему противопоказана яркая (броская) одежда, экстравагантность манер поведения, излишняя демонстрация своей заинтересованности изучаемыми событиями. Он должен иметь устойчивую психику, флегматичный темперамент, способность сохранять самообладание при резких изменениях ситуации, терпение и устойчивость в сохранении своей позиции стороннего наблюдателя.

*Включенное наблюдение.* Здесь от наблюдателя потребуются умение быстро и эффективно налаживать контакты с незнакомыми людьми, общительность, доброжелательность, тактичность, сдержанность и толерантность (терпимость к другим людям). В лабораторных наблюдениях, проводимых в искусственно созданных условиях, повышается значимость умения исследователя регулировать эти условия и контролировать их влияние на наблюдаемых, а также таких черт, как принципиальность и аккуратность,

техническая грамотность (в связи с использованием аудиовизуальных средств наблюдения).

В полевых наблюдениях, осуществляемых в обычной социальной жизни и дающих более объективную информацию, особую роль играют знания смыслов невербальных реакций людей (улыбок, жестов), оперативная память, аналитичность мышления наблюдателя, его способность отграничивать друг от друга отдельные признаки изучаемого объекта, распределять свое внимание на все эти признаки и переключать его на один из них.

Стандартизированное наблюдение, которому свойственны четко формализованные процедуры и инструменты, предполагает повышенную способность наблюдателя к сосредоточению внимания на частностях и самоконтролю, а также пунктуальности, исполнительности и педантизму.

Стандартизированное наблюдение, которому свойственны четко формализованные процедуры и инструменты, предполагает повышенную способность наблюдателя к сосредоточению внимания на частностях и самоконтролю, а также пунктуальности, исполнительности и педантизму.

Нестандартизированное наблюдение, когда заранее не определена большая часть элементов, подлежащих регистрации, требует во многом противоположного — солидной теоретической подготовки в области социологии, психологии, социальной психологии и конфликтологии, умения с одинаковым вниманием следить, как минимум, за 5-7 параметрами ситуации, способности быстро переключать внимание, не заикливаясь лишь на каком-либо одном проявлении категории наблюдения.

### **Анализ документов**

*Анализ документов* — метод исследования в социологии, при котором источником информации служат текстовые сообщения, содержащиеся в любых документах: протоколах, докладах, резолюциях и решениях, публикациях газет, журналов, в письмах, художественных произведениях, иллюстрациях. Он позволяет получить сведения о прошедших событиях, непосредственное наблюдение либо опрос участников которых уже невозможны. Изучение по текстам одного и того же явления на протяжении многих лет позволяет установить тенденции и динамику его развития.

В социологии принято различать два главных вида анализа документов:

- качественный анализ, который называют еще традиционным;
- количественный анализ, который по международной классификации именуют контент-анализом.

Первый способ включает все многообразие операций, связанных с отбором и оценкой качества документов, восприятием и интерпретацией их содержания. Такой метод основан на интуитивном понимании, анализе и обобщении содержания документов, а также на логическом обосновании выводов. Типичным примером традиционного интуитивного анализа документов является чтение социологом литературы по изучаемой проблеме и изложение своих выводов в виде научного обзора. Главное ограничение — возможность субъективных смещений информации, обусловленная влиянием установок и предпочтений исследователя, сложившихся до начала анализа.

Подобные влияния могут не осознаваться, а строгих критериев для их обнаружения и оценки не существует. Для преодоления подобных недостатков применяются методики формализованного анализа текстов [13].

**Контент-анализ** используется социологами уже более 100 лет. С его помощью изучалась религиозная символика и популярные песни, устанавливались отличия эротических кинокартин от порнографических, устанавливалась мера эффективности политических слоганов (лозунгов, используемых в выборных кампаниях), реклам и вражеской пропаганды, определялись особенности суицидального поведения, проявившиеся в предсмертных записках самоубийц, стереотипы сознания различных социальных групп, выявлялась направленность демонстрации людей определенной национальности на телеэкранах, идеологическая подоплека передовиц га-ют, отличия в трактовках одного и того же события в разных СМИ, исследовались многие другие темы.

Типичные ошибки анализа документов в социологическом исследовании

1. Исследователь использует документальную информацию в качестве первичной социологической информации без предварительного ее анализа; не проверены: подлинность, достоверность, авторство документа, назначение информации.

2. Анализ документов ведется без предварительного плана, программы.

3. Выбранные для анализа документы имеют сходство с темой исследования лишь по названию. Информация, содержащаяся в них, не связана с гипотезами исследования.

4. Категории анализа не сопоставлены со смысловым содержанием и языком текста документов. В терминологическом обозначении категорий анализа имеется двусмысленность; в одну и ту же категорию анализа попадают существенно различающиеся смысловые единицы текста.

5. Не подготовлены заранее и не апробированы методические документы обзора данных. Возникли трудности регистрации признаков.

6. Не проведен инструктаж среди регистраторов и кодировщиков, они не прошли специальную подготовку.

7. Кодировка не соответствует программе обработки данных.

8. Плохо организовано рабочее место регистратора.

9. Нет списка (каталога) документов, используемых в анализе [19].

### **Методология и методика контент-анализа**

Контент-анализ представляет собой перевод в количественные показатели массовой информации (текстовой, аудиовизуальной, цифровой) с последующей статистической ее обработкой. Его идея очень проста и повторяет ту, что лежит в основе любого другого количественного метода в социологии, будь то анкетирование или наблюдение. Надо сосчитать наиболее часто повторяющиеся слова или темы, например в газетном материале, и определить, что за этим кроется. Особенность заключается именно в применении статистических процедур для анализа однотипных текстов.

**Контент-анализ** (англ. content analysis — анализ содержания) — количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей.

Под *текстами* в контент-анализе понимают книги, книжные главы, эссе, интервью, дискуссии, заголовки газетных статей и сами статьи, исторические документы, дневниковые записи, речи выступлений, рекламные тексты и т.д. Когда говорят о контент-анализе текстов, то главный интерес всегда заключается не в самих характеристиках содержания, а во внеязыковой реальности, которая за ними стоит, — личных характеристиках автора текста, преследуемых им целях, характеристиках адресата текста, различных событиях общественной жизни и др.

Принято считать, что контент-анализ состоит из трех основных этапов:

- 1) выделяются единицы анализа, которые затем сводятся в категории анализа и переводятся в машиночитаемый вид;
- 2) проводится подсчет частотных распределений, применяется математический аппарат для выявления взаимосвязей единиц анализа;
- 3) осуществляется интерпретация полученных результатов.

Выбор объекта и единиц анализа — чуть ли не самые сложные шаги на этом пути. Нужно найти ответы на вопросы: где мне это искать и как проявляется изучаемое мною явление, событие, процесс.

Объектом контент-анализа могут быть экземпляры книг, плакатов или листовок, номера газет, фильмы, публичные выступления, теле- и радиопередачи, общественные и личные документы, журналистские интервью, ответы на открытые вопросы анкет и др. Они составляют то, что называется выборкой, — ту часть текстов, которые достаточны для анализа всего массива публикаций, и обеспечивают репрезентативность данных. А теперь внимание. Хотя в природе контент-анализа не заложено никаких ограничений, а потому ничто не препятствует его применению к отдельному тексту, тем не менее существует ряд причин, по которым его используют только в информационных массивах, состоящих из большого количества текстов. Во-первых, статистические закономерности проявляются тем более отчетливо, чем больше объем выборки. Во-вторых, в большинстве случаев контент-анализ используется в компаративных, т.е. историко-сравнительных, целях. Он силен, когда раскрывает не одномоментные срезы, а динамику изменений.

Таким образом, идея контент-анализа предполагает анализ больших информационных массивов; с другой стороны, его относительная дешевизна и технологичность делают такой анализ принципиально возможным. Поэтому не приходится удивляться тому, что в истории контент-анализа имеются такие проекты, как анализ 427 школьных учебников, 481 частной беседы, 4022 рекламных слоганов, 8039 (в 1938) и 19 533 (в 1952) редакционных статей или 15 000 персонажей в 1000 часов телевизионного эфирного времени,

Количественный подсчет встречаемости слов в тексте — самый простой вариант контент-анализа, который, однако, приводит к интересным результатам. Чаще всего подсчитывают «интересные» или «ключевые» слова и (или) словосочетания, например названия *ценностных категорий типа свобода,*

*стабильность, доверие, территориальная целостность', сценариев типа предательство или разочарование'*, достаточно однозначные обозначения тех или иных общественно значимых явлений, например коррупция, преступность или терроризм, и др.

С научно-познавательной точки зрения социолога интересуют все-таки не отдельные слова, а стоящие за их «спиной» понятийные категории, объединяющие множество разрозненных слов-признаков в тематическое целое. Исследователь, интересующийся тем, какое место в общественном сознании занимает, скажем, проблема преступности, обязан принимать во внимание не только присутствие в анализируемом информационном массиве слова «преступность», но и упоминания бандитского беспредела, «крыши», «братков», авторитетов, власти криминала и т.п.

По отношению к единицам анализа, сгруппированным по единому основанию, иначе говоря, составляющим концептуальное целое, специалисты употребляют другой термин — «категории анализа».

*Категории анализа* — его смысловые единицы, обозначающие эмпирические признаки текстовой информации, которые являются результатом операционализации опорных теоретических понятий в концепции исследования. К категориям анализа предъявляются определенные требования: они должны выражать теоретические понятия исследования, иметь в соответствии признаки (смысловые единицы) в тексте, обладать возможностями однозначной регистрации признаков, составляющих эти категории. Основная задача сбора информации в ходе анализа — поиск индикатора, указывающего на наличие в документе выделенной проблемы, идеи, темы (например, «справедливое распределение благ»). Категории анализа выражаются определенными признаками (подкатегориями), характеризующими интенсивность, направленность, значимость выраженной в категории идеи, проблемы. К ним могут относиться понятия из любой сферы жизни общества: формы собственности, приватизация, финансовая система, научно-технический прогресс, методы хозяйствования, национализм, авторитаризм, демократия, международное сотрудничество, права человека, гуманизм, активность, деловая предприимчивость, нарушение законности, коррупция и др.

Первым шагом будет определение системы категорий анализа, вторым — соответствующая им единица анализа текста, а третьим — установление единиц счета, т.е. количественной меры единиц анализа (их еще называют индикаторами контент-анализа), позволяющей регистрировать частоту (регулярность) появления признака категории анализа в тексте. За единицу счета могут быть приняты: 1) частота появления признака категории анализа; 2) объем внимания, уделяемого категории анализа в содержании текста. Для установления объема внимания могут быть учтены количество печатных знаков, абзацы, площадь текста, выраженная в физических пространственных единицах. Для газетных и других стандартных текстов — ширина колонки и высота высказывания. Для текстов, передаваемых устно, в качестве единицы счета могут использоваться единицы времени.

Единицами счета могут быть число определенных слов или их сочетаний, частота упоминаний слов, количество строк, печатных знаков, страниц, абзацев, авторских листов, площадь текста, выраженная в физических величинах, эфирное время и многое другое. Единицы счета «могут и совпадать и не совпадать с единицами анализа. В первом случае квантификация сводится к определению частот упоминания выделенной смысловой единицы по отношению к другим категориям (как в случае построения индекса самостоятельности инженеров). Во втором случае единицей счета избирают физическую протяженность или площадь текстов, заполненную смысловыми единицами: число строк, абзацев, квадратных миллиметров, знаков, колонок — в печатных текстах; длительность трансляции по радио или телевидению, метраж пленки при магнитофонных записях».

Процедура контент-анализа включает в себя применение стандартных правил выделения в изучаемом тексте однотипных единиц анализа (счета, наблюдения) и подсчет частоты встречаемости этих единиц в выборке (количество документов, подвергаемых непосредственному счету) как в абсолютных (число раз), так и в относительных (проценты) величинах. Обязательный момент в такой процедуре — использование математико-статистических методов счета. Ведь основу контент-анализа составляет подсчет встречаемости некоторых компонентов в анализируемом информационном массиве, дополняемый выявлением статистических взаимосвязей и анализом структурных связей между ними, а также снабжением их теми или иными количественными или качественными характеристиками.

Связь между категориями устанавливают методом совместной встречаемости слов различных категорий: для каждого предложения текста выясняют, слова каких категорий в нем встречаются. После этого легко подсчитать обычный коэффициент корреляции, который выражает силу связи между категориями и знак этой связи.

Контент-анализ текстов с использованием категорий иногда называют концептуальным анализом. Сфера его применения довольно широка. С его помощью решают два основных типа задач

1. Есть два или более текстов, которые необходимо сравнить в отношении нагрузки на определенные категории. Например, задача выяснить, какое внимание уделяют две разные газеты определенным темам. Если эти газеты рассчитаны на одну аудиторию, то существенное различие в частотах позволит судить о различиях в политике, проводимой людьми, стоящими за ними.

2. Задача отслеживания динамики изменения нагрузки на определенные категории. Например, выяснить частоту упоминания темы внешнего долга России в фиксированном наборе центральных газет на протяжении какого-то времени и соотнести ее с колебаниями курса доллара путем простого корреляционного анализа [14].

В настоящее время различается четыре методологии контент-анализа:

- грамматический (лингвистический) — по размеру абзацев, длине фраз, порядку слов в предложении, метрическому составу и другим формальным признакам языка;

- семантический (социологический) — по экспертным оценкам содержания;

- документалистический (кибернетический) — по параметрам языка, текста и документа как сообщения (дескрипторы и их нагрузка, компактность, информационная плотность, аспектность, проточность, физический и информационный объемы, информационная емкость и информативность);

- цитационный — анализ библиографических ссылок в научной литературе [16].

Проведение контент-анализа требует предварительной разработки ряда исследовательских инструментов. Разные специалисты и источники называют неодинаковое число таких документов. По мнению СИ. Григорьева и Ю.Е. Растова, их должно быть пять: 1) классификатор контент-анализа; 2) протокол итогов анализа (он еще называется — бланк контент-анализа); 3) регистрационная карточка (кодировальная матрица); 4) инструкция исследователю, непосредственно занимающемуся регистрацией и кодировкой единиц счета; 5) каталог (список) проанализированных документов.

*Классификатором* контент-анализа авторы называют общую таблицу, в которую сведены все категории (и подкатегории) анализа и единицы анализа. Ее основное предназначение — предельно четко зафиксировать то, в каких единицах выражается каждая категория, используемая в исследовании. Классификатор уподобляется социологической анкете, где категории анализа играют роль вопросов, а единицы анализа — ответов, и считается основным методическим документом контент-анализа, предопределяющим содержание других документов. Протокол (бланк) контент-анализа содержит: во первых, сведения о документе (его авторе, времени издания, объеме и т.п.); во вторых, итоги его анализа (количество случаев употребления в нем определенных единиц анализа и следующие отсюда выводы относительно категорий анализа). Протоколы заполняются, как правило, в закодированном виде, но не ради сохранения тайны контент-анализа, а исходя из желания на одном листе бумаги уместить всю информацию о документе (так удобнее сопоставлять друг с другом итоги анализа разных документов). Регистрационная карточка представляет собой кодировальную матрицу, в которой отмечается количество единиц счета, характеризующих единицы анализа. Протокол контент-анализа каждого конкретного документа заполняется на основе подсчета данных всех регистрационных карточек, относящихся к этому документу [17].

Контент-анализ прессы требует сравнительно больших затрат времени и средств, поэтому может использоваться и метод экспресс-анализа. В его основе лежит количественный подсчет содержательных элементов текста (факт, конфликт, аргумент, тема, обобщение), а также учет качественных характеристик публикаций (соответствие цели, информативность, актуальность, доказательность, конструктивность). Как и при контент анализе, эти характеристики текста кодируются, обозначаются определенной цифрой, и затем при чтении текста исследователь их фиксирует [21]

## **Гугл-тестирования**

Использование информационно-коммуникационных технологий позволило решить проблему непосредственного проведения занятий онлайн. Но в сложившейся непростой обстановке работы со студентами онлайн особое внимание пришлось уделить организации, а самое главное — проведению и поиску новых форматов контрольных работ для определения уровня успеваемости пройденного студентами материала и оценивания обучающихся с целью их дальнейшей аттестации.

Хотя тестирование как способ контроля знаний имеет свои недостатки, преимуществ всё же больше. К ним относятся: большое разнообразие форм контроля знаний; объективная оценка знаний студентов; варьирование наборов заданий и объединение их в разные системы; анализ учебного процесса, внесение в него коррективов; возможность определять учебный процесс как систему непрерывного контроля и самоконтроля студентов; овладение навыками самостоятельной учебной работы, формирование способности находить и осваивать необходимые задания; возможность за время обучения в вузе подготовиться к тестированию, например, международного уровня, что совершенно необходимо в будущем для получения престижной работы; экономия средств на изготовление бланков и их транспортировку; повышение информационной безопасности; упрощение процедуры подсчета результирующих баллов; быстрое получение результата, анализ и возможность его коррекции.

Таким образом, компьютерное тестирование по праву является современным методом преподавания иностранного языка, который позволяет в значительной степени автоматизировать контрольно-оценочные процедуры и сделать образовательный процесс более эффективным. Оно не отменяет индивидуальный вклад каждого преподавателя, а помогает эффективно организовать контрольно-оценочный процесс и обеспечить таким путем условия для повышения качества образования и его контроля [67, с. 58].

#### Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Для нас новым форматом стало использование бесплатного инструмента «Google Формы». Гугл-формы — это онлайн-инструмент для создания форм обратной связи, как-то: создание приглашений, опросов, онлайн-исследований и т.д. Для создания контрольных работ нами была выбрана форма «Google Тестирование» (далее — Гугл-тестирование). Данная форма решила актуальный вопрос аттестации студентов во время вынужденного формата занятий онлайн, а также была применена в работе с иностранными студентами в период локдауна.

Работа с формой Гугл-тестирования выявила как преимущества, так и недостатки в составлении тестов / контрольных работ, а также в проведении, а именно в контроле проведения и организации прохождения тестов студентами.

#### 1. Инструментарий Гугл-тестирования

Положительные стороны:

- Очень легок и удобен в использовании, позволяет создать неограниченное количество разделов. Нами были созданы разделы

«Грамматика», «Лексика», «Произношение» (или правила чтения), «Чтение», «Письмо».

- Предлагается достаточно большой выбор вариантов упражнений/заданий: выбор из списка (от одного до нескольких вариантов), шкала, текст (краткий или неограниченный по количеству слов). К каждому вопросу/заданию возможно составить описание, примеры выполнения и т. д. Вопросы/задания могут быть как обязательными, так и необязательными для выполнения (определяется составителем теста).

- Настройки также позволяют определить разное количество баллов по каждому заданию/вопросу, общая сумма которых автоматически подсчитывается сайтом.

Недостатки:

- Не все аспекты изучения иностранного языка возможно тестировать, например восприятие речи на слух, т. е. раздел аудирования. Невозможно привязать аудиофайл, которого нет в открытом доступе в интернете, к заданию, поэтому раздел «Аудирование» приходится проводить в специально определенное время и с непосредственным участием преподавателя, с обращением к другим форматам интернет-связи, которые дают возможность использовать аудио-/видеотрансляцию, например «Скайп», «Зум»,

«Дискорд» и т. д. Другой вариант проведения контроля понимания речи на слух возможен в виде отправки аудиофайла лично каждому учащемуся или группе отдельным сообщением при выполнении задания, также созданного в Гугл-тестировании. Но тогда количество прослушиваний аудиофайла, которое обычно лимитировано, будет невозможно проконтролировать.

- Не все виды заданий, часто используемых при тестировании, могут быть применены. Например, отсутствуют основные инструменты форматирования текста, а именно — невозможно изменять шрифт на «полужирный», «курсив», «подчеркивание» для выделения слов, буквосочетаний и букв. В таких случаях возможно лишь применение заглавных букв, разделение слов с помощью разных значков.

## 2. Правила использования

*Преимущества:*

- Количество подходов к выполнению теста можно определить от одного до бесконечности (по усмотрению составителя). По окончании прохождения теста сайт автоматически (определяется составителем теста) отправляет полученные результаты на электронную почту в виде уведомления о прохождении или в виде ссылки на непосредственно выполненный тест учащегося.

- Вся информация о прохождении теста участниками тестирования хранится в так называемом банке «Ответы», привязанном к данному тесту, доступ к банку есть только у преподавателя. В банке предлагается разного рода статистика, удобная и часто необходимая для анализа дальнейшей работы преподавателя: общий итог результатов, полученных всеми участниками тестирования в виде таблицы и диаграммы; анализ вопросов, на которые часто даются неправильные ответы; диаграммы по результатам выполнения отдельно

каждого вопроса теста. Также банк «Ответы» хранит информацию о выполнении тестирования каждым учащимся в виде самого теста, который также возможно распечатать.

- Время, установленное на выполнение теста, также можно ограничить. С помощью функции «Отправить» сайт создает уникальную ссылку для доступа к прохождению теста, но доступ может быть ограничен в виде функции «Принимать ответы». По окончании определенного времени преподаватель выбирает функцию «Не принимать ответы», и сайт блокирует отправку работы учащимся, если он не успел уложиться в отведенное время.

- Важная и удобная функция Гугл-тестирования — «Настройки доступа», которая позволяет «делиться» с другими преподавателями возможностью использовать данный тест для аттестации своих студентов. В разделе «Настройки доступа» также создается ссылка, которую составитель отправляет преподавателю, будущему «редактору», с которым «владелец» теста хотел бы поделиться. Такой подход позволяет реализовать использование теста многими преподавателями в своих учебных целях, экономить время составления тестов, поскольку отсутствует необходимость разработки одного и того же теста несколькими преподавателями, осуществить редактирование на предмет улучшения теста и его заданий.

#### *Недостатки:*

- Наличие трудностей, связанных с применением форматирования шрифта, а именно — с заданиями, в ответах на которые учащийся не делает выбор из предложенных, а составляет и печатает свои ответы (составьте предложение, напишите слово, синонимичное или противоположное предложенному, и т. д.). Дело в том, что текст, вводимый учащимся, проверяется сайтом с точностью до точки, т. е., если отвечающий начал предложение не с заглавной буквы, или не поставил в конце предложения точку, или применил значок апострофа — не тот, который был определен в ответах составителем, ответ не будет засчитан как правильный. Сайт воспринимает не ответ учащегося как таковой, а совпадение с правильным ответом, указанным преподавателем с максимальной точностью до буквы. Конечно, составитель может указать хоть сколько угодно нужное количество правильных ответов, попытавшись учесть все возможные варианты «оформления» учащимся ответа, но это, во-первых, значительно увеличит затрачиваемое время на составление теста, во-вторых, предугадать все варианты «неправильного оформления» верного ответа практически невозможно. При таких условиях преподаватель вынужден проверять выполнение подобных заданий «вручную», т. е. обязательно просматривать выполнение всего теста, и практически подсчитывать и проверять результаты аттестации учащегося.

- Существуют виды заданий/вопросов, которые также требуют участия преподавателя в проверке, оценить эти задания с помощью сайта невозможно в принципе. Это, конечно, задания творческого характера, использование коммуникативных умений и навыков студентов в речи, например письмо, эссе, развернутые ответы на вопросы.

В целом опыт использования Гугл-тестирования показал, что такого рода контроль очень удобен и имеет ряд положительных аспектов. Гугл-тест предполагает совместное использование и одновременную корректировку заданий несколькими преподавателями; предоставляет достаточно удобный и быстрый формат составления теста; представляет собой упрощенный и точный способ подсчета результатов выполнения некоторых типов заданий, не требующих проверки сформированности коммуникативных умений, а больше связанных с фактическим «узнаванием» и освоением учащимися лексического, грамматического и фонетического материала; обеспечивает свободу в выборе времени проведения тестирования, которое может быть и не привязано ко времени аудиторного занятия, участие в прохождении теста большого количества студентов, вне зависимости от их местонахождения. Гугл-тест может быть также использован в обучении иностранных студентов и в случаях невозможности присутствия учащегося во время прохождения теста на аудиторных занятиях ввиду болезни или необоснованных пропусков. Использование диаграмм и статистики, автоматически составляемых сайтом, дает возможность определить так называемые «пробелы» и успехи учащихся как в группе в целом, так и индивидуально у каждого студента в усвоении того или иного пройденного материала с дальнейшей корректировкой преподавателем своей работы. Осуществляя контроль, преподаватель получает информацию как о результатах работы обучаемых, так и о результатах своей учебно-педагогической деятельности. Следовательно, это позволяет повысить мотивацию студентов, изучающих иностранный язык, поскольку полученная отметка свидетельствует об их уровне владения языком. С другой стороны, и сам преподаватель, ознакомившись с результатами контроля в группе, может судить о своей учебной работе и вносить определенные изменения в учебные программы по иностранному языку [68, с. 277].

Однако нельзя не отметить и недостатки в использовании Гугл-тестирования. Невозможно осуществить контроль таких аспектов и типов заданий, которые направлены на определение освоения непосредственно коммуникативных умений и навыков, а именно говорения, аудирования. По-прежнему очевидна потребность в присутствии и участии преподавателя в процессе контроля. Также нет полной уверенности в том, что выполнение тестов учащимися будет происходить без участия «помощников» (интернет, учебные материалы, интернет-переводчики, одноклассники), т.е. подсчет баллов/«очков», как формальная оценка уровня освоенности языковых умений и навыков, не является полным и окончательным, но может быть использован как вспомогательный инструмент в руках преподавателя в процессе аттестации учащихся. Данный формат тестирования предполагает также широкое применение в формате заочного обучения.

### **Научный эксперимент**

Эксперимент надо понимать в двух значениях: как 1) средство приращения новых знаний, и тогда он выступает методом познания фундаментальной науки;

2) способ изменения социальной действительности, опробования передовой идеи, опыта, программы, и тогда он относится к сфере прикладной науки.

*Эксперимент* (от лат. experimentum — проба, опыт) — исследовательская стратегия, в ходе которой осуществляется целенаправленное наблюдение за тем, как ведут себя одни характеристики явления (процесса, ситуации), если последовательно и в определенном порядке изменять другие характеристики.

Эксперимент сформировался и существует как метод проверки гипотезы, основанной на теоретических представлениях о связи между характеристиками изучаемого явления. В методологическом плане первым этапом считают теоретический анализ объекта исследования, вторым — формирование гипотезы о наличии, характере или направлении связей между переменными, третьим — разделение переменных на зависимые и независимые. Выделение экспериментальных переменных — это результат предварительного теоретического анализа объекта. Те из них, на которые направлено воздействие исследователя, называются контролируемыми и независимыми. После этого начинается методическая часть эксперимента. Когда поставлена цель исследования и подготовлена программа, создают две группы — экспериментальную и контрольную [1].

Основная цель экспериментального метода — проверка тех или иных гипотез, результаты которых имеют прямой выход на практику.

У эксперимента есть свои ограничения в применении: он осуществим только относительно тех объектов, в которых на основе имеющихся знаний можно выделить структуру переменных, допустимо введение экспериментального фактора, возможно наблюдение и измерение изменений, происходящих в объекте. Сложность социальных объектов ограничивает возможности достижения чистоты естественно-научного эксперимента, установления прямых зависимостей между переменными: трудно вычлнить причину из коррелятивных зависимостей. Локальность эксперимента ограничивает исследователя в возможностях широких обобщающих выводов.

Программа эксперимента состоит из всех структурных элементов программы социологического исследования. Ведущей задачей в составлении программы является формулирование гипотезы и планирование ее проверки в системе факторов (переменных), детерминирующих поведение социального объекта. Ее специфика состоит также в том, что она включает в себя процедуры, осуществляемые как в системе управления объектом (социальной группой), так и в системе исследования.

*Предмет эксперимента* — отношения и связи между свойствами изучаемого объекта и системой факторов (переменных), детерминирующих его социальную деятельность и поведение.

*Переменные* в эксперименте — контролируемые и неконтролируемые факторы, оказывающие прямое или косвенное воздействие на состояние изучаемого объекта. Системой переменных задается и описывается экспериментальная ситуация. Основными переменными являются независимые и зависимые. Независимая переменная — фактор, изменяемый исследователем и вводимый им в деятельность экспериментальной группы. Это относительно

самостоятельный, устойчивый, существенный фактор, оказывающий влияние на состояние объекта. Зависимая переменная — фактор, изменяющийся под воздействием независимой переменной. Переменные представляют категории анализа в эксперименте и, так же, как категории анализа, отображаются в виде эмпирических показателей [2].

**Экспериментальная ситуация** — совокупность условий, в которых проходит эксперимент. Они могут быть полевыми и лабораторными. Уникальность научного эксперимента кроется в его способности создать исключительные условия для того, чтобы ученые могли «проиграть» определенную ситуацию, получив в итоге очень ценную информацию о социальном явлении.

**Объект эксперимента** — социальная группа, коллектив, личность (участники эксперимента). В эксперименте выделяют два вида объектов (единиц эксперимента): контрольные и экспериментальные группы. Сопоставление двух групп выявляет разницу и позволяет судить о том, произошли ожидаемые изменения или нет. Количество участвующих в эксперименте обычно невелико и редко превышает 10-15 человек.

**Экспериментальная группа** — та, на которую оказывают воздействие экспериментальным фактором (независимой переменной). Помимо общего требования выбора объекта — репрезентативности в классе исследуемых объектов — к этой группе предъявляются требования относительной стабильности состава на период эксперимента, возможности вести систематическое контролируемое наблюдение; в ряде случаев требуется согласие группы на участие в эксперименте [3].

**Контрольная группа** идентична экспериментальной по заданным исследователем параметрам, но не испытывающая воздействия экспериментальных факторов (независимой переменной). При наличии контрольной группы повышается чистота социального эксперимента в силу того, что воздействие побочных параметров в одинаковой степени вероятно как в экспериментальной, так и в контрольной группах.

Процедура проведения эксперимента заключается в том, что ученые вначале планируют разбиение объекта исследования на две однородные группы и в одну из них вводят несколько новых факторов, а вторую оставляют без изменения. После чего организуется сравнение двух групп. Объект, с помощью которого он проводится, часто выступает только как средство для создания экспериментальной ситуации. Поэтому в последующем, в отличие, к примеру, от объекта массового опроса, он может не иметь отношения к использованию полученных результатов и выводов.

Эксперимент как метод познания, при помощи которого в контролируемых и управляемых условиях исследуются явления природы и общества, проходит пять стадий:

1. Создаются две группы: а) экспериментальная (группа, в которую ученый вмешивается), ее еще называют интервенционной или стимульной; б) контрольная группа, в которую никто не вмешивается.

2. В обе группы испытуемые подбираются только на основе случайной выборки, которая и обеспечит их эквивалентность. Чем больше по размеру группы, тем больше их эквивалентность. Группы в 25 человек менее эквивалентны, чем в 50, если качества (религиозность, социальное положение, возраст, материальное благополучие, склонности и т.п.) распределяются в населении равномерно. Эксперимент лучше всего проводить в относительно однородных условиях, поначалу на небольших (до нескольких десятков) группах обследуемых.

3. Предварительно обе группы проходят так называемый пре-тест (pretest), т.е. у них измеряют несколько переменных, например доход, установку на аборт и другие переменные, которые вы намереваетесь изменять в ходе эксперимента.

4. Вводятся независимые переменные, т.е. планируемые изменения.

5. Измеряются зависимые переменные, т.е. последствия нововведений. Это называется пост-тестом (posttest).

Если значения зависимых переменных меняются в экспериментальной группе, но не меняются в контрольной, то социолог вправе сделать вывод о том, что изменение зависимой переменной связано с «чистым» воздействием изменяемой экспериментатором независимой переменной, т.е. свободно от сопутствующего влияния других переменных. Гипотеза о связях между независимой и зависимой переменными считается доказанной в том случае, если изменение независимой переменной вызывает изменение зависимой переменной в экспериментальной группе, при условии, что в контрольной группе состояние тех же самых переменных остается стабильным.

### **Формирование групп в эксперименте**

Важным условием эксперимента выступает формирование или подбор экспериментальных групп. Самый простой способ проведения эксперимента — сравнение состояния до и после. Можно, например, сравнить показатели производительности труда и освещенности рабочих мест, если вторые изменять умышленно. Однако такая упрощенная процедура не позволяет следить за множеством других, не учтенных переменных, которые влияют на зависимые. Чтобы снять эти влияния или хотя бы проконтролировать их присутствие, применяют выделение не только экспериментальных, но и контрольных групп. Оно основано на предположении о том, что неучтенные факторы одинаково действуют как в экспериментальной, так и в контрольной группах. В экспериментальной группе производится изменение контролируемых (независимых) переменных. В контрольных группах независимые переменные остаются без изменения [4].

Обе группы в научном эксперименте, если это действительно таковой, должны быть тождественными (идентичными, похожими по важнейшим признакам). Принцип сходства двух групп - экспериментальной и контрольной — не должен нарушаться во время всего хода эксперимента. Его соблюдение называют контролем эксперимента. Контроль — одна из ведущих результирующих процедур на всех этапах проведения эксперимента. Его основная функция — обеспечение чистоты эксперимента в отношении сформированных групп и поведения переменных. Контроль предполагает четкое

наблюдение за объектом — регистрацию переменных и их состояний, а также регулирование процессов с целью поддержания заданных параметров состояния объекта.

В социологии используются три метода формирования групп: попарного отбора, структурной идентификации и случайного отбора [5].

**Метод попарного отбора:** из генеральной совокупности отбираются две группы таким образом, чтобы они были идентичны по нейтральным и контрольным, но отличались по факторным характеристикам<sup>6</sup>. После чего для обеих групп создаются одинаковые условия, а через некоторое время измеряется эффект эксперимента путем фиксации и сравнения параметров контрольных признаков в обеих группах. Метод используется преимущественно в параллельном эксперименте.

**Метод структурной идентификации** применяется как в линейном, так и параллельном эксперименте. В линейном эксперименте группа отбирается так, чтобы она представляла собой макромодель генеральной совокупности по нейтральным и контрольным характеристикам. Такой отбор может быть осуществлен по принципу квотной выборки. В параллельном эксперименте по тем же характеристикам выравниваются структуры экспериментальной и контрольной групп.

Метод случайного отбора идентичен ранее рассмотренным методам вероятностной выборки с заранее заданным объемом. Как правило, его используют в полевых экспериментах при большой (до нескольких сотен человек) численности экспериментальной группы [7].

В технологии случайного отбора широко применяется рандомизация. Рандомизация {randomisation) — процедура, обеспечивающая случайное распределение испытуемых в экспериментальную и контрольную группы. Цель — минимизировать возможность сознательного или неосознанного отбора испытуемых одного типа, например наиболее образованных или наиболее здоровых. Случайным распределением достигается отсутствие различий между двумя группами и, таким образом, снижается вероятность систематической ошибки вследствие различий групп по каким-либо признакам.

Ошибки и трудности в эксперименте [8]

При проведении эксперимента иногда допускают ошибки и возникают определенные трудности:

- эксперимент производится для получения информации, которая может быть добыта иными, более простыми способами;
- за эксперимент выдается включенное или стандартизированное невключенное наблюдение;
- экспериментальная ситуация четко не определена, в силу чего эксперимент проводится с нарушением его условий;
- субъективные оценки экспериментальной ситуации преобладают над объективными характеристиками;
- неправильно построена теоретическая система переменных, перепутаны причины и следствия;

- нет органической связи проведенного эксперимента с целью, задачами и гипотезами исследования;

- сформулированные гипотезы не отражают проблемных ситуаций, существенных зависимостей в изучаемом объекте;

- допущена двусмысленность или иная существенная неточность в формулировке гипотезы, вынесенной на экспериментальную проверку;

- в качестве независимой переменной выделен фактор, который не может быть причиной, устойчивой детерминантой процессов, происходящих в изучаемом явлении;

- экспериментальный фактор (независимая переменная) выбран произвольно, без учета того, что он должен играть роль детерминанты и поддаваться управлению со стороны исследователя;

- недооценено воздействие на зависимые переменные факторов, не входящих в независимую переменную;

- связи между зависимой и независимой переменными носят случайный характер, неправильно установлена структура переменных;

- независимая и зависимые переменные не нашли адекватного выражения в эмпирических индикаторах;

- допущены ошибки в предварительном описании объекта, что привело к неверной эмпирической интерпретации переменных, выбору неадекватных показателей;

- были допущены ошибки при формировании экспериментальных и контрольных групп. В ходе эксперимента обнаружилось значительное различие групп, что вызвало сомнение в возможности сравнивать эти группы по составу переменных;

- в ходе эксперимента выяснились такие важные свойства экспериментальной группы, которые не были известны до его начала;

- контрольная группа не представляет собой аналога экспериментальной группы по существенным для исследования параметрам

- не поддается нейтрализации действие побочных факторов, трудно создать экспериментальную ситуацию;

- не обеспечен достаточный уровень измерения и контроля состоянием переменных;

- при анализе данных использовался логико-математический аппарат, который неприменим к изучаемому классу явлений;

- при анализе результатов эксперимента социолог переоценивает воздействие независимой на зависимую переменную, недоучитывает влияние ряда случайных факторов на изменения в экспериментальной ситуации;

- инструментарий эксперимента нацелен лишь на фиксацию определенных данных (по типу инструмента наблюдения), а не на соблюдение чистоты эксперимента;

- использованные при анализе полученной информации статистические методы не соответствуют природе причинно-следственных связей;

- выводы экспериментаторов подстраиваются (подгоняются) под гипотезу без достаточных на то оснований;

- эксперимент проводится над людьми, которые не желают этого и сопротивляются ему;

- среди организаторов экспериментальных работ оказались люди, не заинтересованные в положительных результатах эксперимента;

- в ходе эксперимента возникли конфликты среди участников по поводу участия в эксперименте;

- коллектив отказывается принять участие в эксперименте, мотивируя свой отказ тем, что ранее уже приходилось участвовать в эксперименте и ничего кроме лишних забот это участие не принесло.

В социальных науках **эксперименты подразделяются** на:

- 1) истинные эксперименты и квазиэксперименты;

- 2) натурные (натуральные) эксперименты (natural experiments) и натуралистические эксперименты (naturalistic experiments) полевые (естественные) и лабораторные эксперименты;

- 3) параллельные и последовательные (линейные) эксперименты;

- 4) активные и пассивные эксперименты;

- 5) эксперименты «улучшающие» и «дублирующие реальный мир»;

- 6) методическое экспериментирование и эксперименты в оценочных исследованиях;

- 7) многофакторные и однофакторные эксперименты;

- 8) модельные и мысленные эксперименты и др. Кроме того, бывают еще пилотные эксперименты.

По характеру экспериментальной ситуации в социальных науках, прежде всего в социологии и антропологии, выделяют две главные формы — полевой и лабораторный эксперименты.

Лабораторный эксперимент — методическая стратегия, направленная на моделирование деятельности индивида в специальных условиях. Он основан на создании искусственных ситуаций, позволяющих изменять контролируемые переменные и следить за сопутствующими изменениями зависимых переменных. Чаще всего такой метод требует специального оснащения, а порой и применения технических приспособлений. Ведущим признаком лабораторного эксперимента является обеспечение воспроизводимости исследуемой характеристики и условий ее проявления. Требование чистоты получаемых данных вместе с тем связано и с некоторыми ограничениями: в искусственных лабораторных условиях практически невозможно моделировать реальные жизненные обстоятельства, только отдельные их фрагменты.

Примером может служить исследование процесса узнавания при помощи специальной установки, которая позволяет на особом экране (типа телевизионного) постепенно предъявлять испытуемому разное количество зрительной информации (от нуля до показа предмета во всех его деталях), чтобы выяснить, на каком этапе человек узнает изображаемый предмет. Лабораторный эксперимент содействует глубокому и всестороннему изучению психической

деятельности людей. В лабораторных условиях проводятся обычно социально-психологические и психологические эксперименты.

*Полевой эксперимент* проходит в естественных для изучаемого процесса условиях. Методика этого эксперимента требует подбора контрольных и экспериментальных групп с необходимым набором переменных. При этом члены группы (испытуемые) могут быть осведомлены либо не осведомлены о том, что они участвуют в эксперименте. Решение об их осведомлении в каждом конкретном случае зависит от того, насколько эта осведомленность может повлиять на ход эксперимента [10].

*Истинные эксперименты*, организованные с соблюдением всех требований научного метода, выработанных естествознанием (программа исследования, выдвижение гипотез о причинно-следственных связях, зависимых и независимых переменных, статистический подбор экспериментальной и контрольной групп, ученые не проводят контроль над всеми факторами, которые влияют на конечный результат, и т.д.), встречаются в социальных науках достаточно редко. Какое-либо правило обязательно нарушается или полностью не выполняется. Оправдываясь, социальные ученые кивают на сложность предмета своей науки, вмешательство человеческого фактора и множество других причин, которые отсутствуют, скажем, в физике.

Гораздо чаще в социальных науках применяется квазиэксперимент. Его считают чем-то противоположным истинному эксперименту [15]. В квазиэкспериментах нарушаются все мыслимые и немыслимые требования научного метода, а именно отсутствует программа исследования, не выдвигаются гипотезы и переменные, не создаются два обязательных типа группы и т.д., тем не менее эксперимент считается проведенным [16]. От эксперимента в подобной процедуре порою остается одно — воздействие субъекта на объект, изменение социальной среды. Вот почему практически все социальные эксперименты принимают форму квазиэкспериментов. Поскольку они достигают того или иного (иногда среда улучшается, иногда ухудшается) практического эффекта, например в городе устанавливается платный телефон, вводится оригинальная система оплаты проезда, внедряется особая система льгот для инвалидов и т.п., их называют также социальным нововведением (инновацией, внедрением).

*Натурный эксперимент* сильно отличается от истинного и квазиэкспериментов. Во втором случае любое вмешательство устраивается ученым, в первом оно происходит естественно. К натурным относятся такие случаи: а) часть жителей решила уехать из деревни в город, а часть остаться; б) в некоторые деревни в данном регионе провели электричество, а в другие нет; в) часть представителей национального меньшинства посещает школы для представителей среднего класса, а часть обучается в резервации; г) некоторые культуры практикуют женский инфантицид, а другие нет. Любая из этих ситуаций может стать объектом натурного эксперимента, в ходе которого изучаются аспекты поведения людей. В таких случаях нельзя провести претест, измерить независимые переменные до начала вмешательства. Ученый теоретически или по вторичным источникам мысленно восстанавливает

исходные условия, затем изучает ход эксперимента и последствия. Часто он лишь застает последние, а все другое приходится реконструировать по опросам респондентов.

В отличие от натурального эксперимента, где стимульный материал не придумывается, в натуралистическом эксперименте мы искусственно конструируем условия и обстановку, позволяющие собрать необходимую информацию.

*Параллельный эксперимент* предполагает использование контрольных групп, в которых состояние независимых и зависимых переменных измеряется параллельно с их состоянием в экспериментальной группе, причем экспериментальные воздействия в контрольной группе не производятся. Состав групп должен быть идентичен по всем контрольным, а также по нейтральным характеристикам, которые могут повлиять на исход эксперимента (в первую очередь это социально-демографические признаки). Характеристики контрольной группы остаются постоянными в течение всего периода эксперимента, а экспериментальной — изменяются. По итогам эксперимента контрольные характеристики двух групп сравниваются и делается вывод о причинах и величине произошедших изменений.

В зависимости от активности экспериментатора различают активные и *пассивные эксперименты*. Первый предусматривает целенаправленное изменение изучаемой ситуации за счет введения контролируемой переменной, являющейся гипотетической причиной состояния зависимой переменной. Экспериментатор прибегает к управленческому воздействию на изучаемый объект: вводятся новая форма оплаты труда, скользящий график выходных дней, система контроля качества и т.д. Пассивный эксперимент характеризуется подбором в естественных условиях объектов, обладающих нужным экспериментатору сочетанием переменных. Например, при изучении связи между качеством служебных инструкций и успешностью деловых взаимоотношений между членами первичных трудовых коллективов, связанных отношениями партнерства, могут быть подобраны коллективы партнеры, отличающиеся качеством должностных инструкций и выравненные по другим переменным, которые влияют на взаимоотношения этих коллективов (стаж работы руководителей и рядовых сотрудников, уровень квалификации и т.д.)<sup>21</sup>.

Эксперимент «экс-пост-фактум» предусматривает реконструкцию действия гипотетической причины от настоящего к прошлому. Известен эксперимент «экс-пост-фактум», проведенный США (в 1930-х гг.), по изучению влияния уровня образования выпускников школ на экономическую адаптацию в обществе период самостоятельной жизни.

*Мысленным экспериментом* называют специальную технологию интерпретации полученной информации об изучаемом объекте, исключающую вмешательство исследователя в процессы, происходящие в объекте.

*Ассоциативный эксперимент* — проективный метод, предложенный одновременно К.Г. Юнгом, М. Вертгеймером и Д. Кляйном и предназначенный для исследования мотивации личности. В нем испытуемому предлагается как можно быстрее отвечать на набор слов стимулов любым словом, которое

приходит ему в голову. При этом возникающие ассоциации регистрируются по их типу, частоте однородных ассоциаций, времени между словом-стимулом и ответом испытуемого. На основании полученных данных делается вывод о скрытых влечениях и аффективных комплексах испытуемого.

*Двойной слепой опыт* — особая экспериментальная процедура, когда не только испытуемый остается в неведении о смысле и особенностях проведения эксперимента, но и экспериментатор, который его проводит. За счет таких условий достигаются исключение возможности влияния экспериментатора на результаты эксперимента и повышение показателей его объективности. В частности, подобные условия могут моделироваться с помощью компьютера.

*Естественный эксперимент* — экспериментальная стратегия, разработанная А.Ф. Лазурским в 1910 г. Характеризуется тем, что проводится в условиях, близких к обычной деятельности испытуемого, который не знает, что участвует в исследовании. За счет этого достигается большая чистота эксперимента. Основными методами являются наблюдение и беседа с испытуемым, результаты чего обобщаются качественно. Такой эксперимент сочетает в себе положительные стороны метода наблюдения и лабораторного эксперимента. Здесь сохраняется естественность условий наблюдения и вводится точность эксперимента. Для правильного и успешного проведения естественного эксперимента необходимо соблюдать все те требования, которые предъявляются к лабораторному эксперименту. В соответствии с задачей исследования экспериментатор подбирает такие условия, которые обеспечивают наиболее яркое проявление интересующих его сторон психической деятельности. Вариантом естественного эксперимента является психолого-педагогический эксперимент, или экспериментальное обучение, где изучение психических особенностей школьника, подлежащих формированию.

*Обучающий эксперимент* — форма естественного эксперимента, который характеризуется тем, что изучение тех или иных психических процессов происходит при их целенаправленном формировании. С помощью данного метода выявляется не столько наличное состояние знаний, умений, навыков, сколько особенности их становления. В его рамках испытуемому сначала предлагается самостоятельно овладеть новым действием или новым знанием (например, сформулировать закономерность), затем, если это не удалось, ему оказывается строго регламентированная и индивидуализированная помощь. Весь этот процесс сопровождается констатирующим экспериментом, благодаря которому удается установить различие начального, актуального уровня и конечного, соответствующего зоне ближайшего развития. Обучающий эксперимент используется не только в теоретической психологии, но и для диагностики умственного развития, в частности в патопсихологии. Обучающий эксперимент стал применяться в отечественной психологии в конце 30-х гг.

Одна из разновидностей эксперимента в психологии — социометрический эксперимент. Он используется для изучения взаимоотношений между людьми, положения, которое занимает человек той или иной группе (производственной бригаде, школьном классе, группе детского сада). При изучении группы каждый отвечает на ряд вопросов, касающихся выбора партнеров для совместной

работы, отдыха, занятий. По результатам можно определить наиболее и наименее популярного человека в группе.

### **Тест для самоконтроля**

### **Словарь терминов**

#### **А**

**Анализ документов** – метод исследования в социологии, при котором источником информации служат текстовые сообщения, содержащиеся в любых документах: протоколах, докладах, резолюциях и решениях, публикациях газет, журналов, в письмах художественных произведениях, иллюстрациях.

**Анкетирование** – вопросно-ответная форма организации текста.

**Анкетные вопросы** - все, адресованные респондентам речевые сообщения в вопросительной, утвердительной и (или) отрицательной формулировках, а также предлагаемые варианты ответов.

#### **Б**

**Бренд** – хорошо раскрученная торговая марка.

**Бриф** – документ, в котором кратко и четко формулируются задачи, которые ставит клиент перед агентством, и содержится дополнительная информация, необходимая агентству для их достижения.

**Брифинг** – инструктаж, совещание, в рамках которого формулируются цель и задачи маркетингового исследования; встреча исполнителя и заказчика при обсуждении задания исследования.

#### **В**

**Валидность** – основная характеристика качества измерения в социологии, отражающая степень соответствия измеренного показателя тому, что подлежало измерению.

**Вариация** – разброс в значениях переменной.

**Верификация** – подтверждение научной теории всем множеством эмпирических фактов, которые к ней относятся.

**Вероятностное знание** – предположительное знание, требующее эмпирического подтверждения, обращения к фактам.

**Вероятность** – числовая характеристика степени возможности появления какого либо случайного события при тех или иных, могущих повторяться неограниченное число раз условиях.

**Вопросы-фильтры** – класс дополнительных вопросов социологической анкеты, в задачу которых входит установление основного адресата вопроса и установление тех, кто не имеет отношения к данному вопросу.

**Вторичные данные** – информация, которая уже была кем-то получена и обработана.

**Выборка** – 1) группа людей, подобранная для исследования, репрезентирующая тех, кого социолог намерен изучить; 2) процесс отбора людей из генеральной совокупности

**Выборочная совокупность** – люди, которыми социолог интересуется как исследователь и кто реально включен в опрос; то де самое, что выборка

**Выборочное исследование** – способ систематического сбора данных о поведении и установках людей посредством опроса специально подобранной группы респондентов, дающих информацию о себе и своем мнении.

## Г

**Генеральная совокупность** - множество тех людей, сведения о которых стремится получить социолог в своем исследовании.

**Гипотеза** – научное предположение, выдвигаемое для объяснения изучаемых явлений и процессов, которые надо подтвердить или опровергнуть.

**Гистограмма** – графическое изображение распределения, построенного чаще всего по интервальной шкале.

**Глубинные интервью** – детальное изучение представителей целевой аудитории, на которую сфокусирован производимый товар, услуга.

**Гнездовая (кластерная) выборка** – тип выборки, при котором отбираемые объекты представляют собой группы или гнезда (кластеры) более мелких единиц.

**Группировка данных** – один из основных методов обработки первичной статистической информации, представляющий собой процесс образования групп единиц совокупности, однородных в каком-либо отношении, а также имеющих одинаковые или близкие значения изучаемого признака.

**Групповое интервью** – беседа одного интервьюера, который в этом случае называется модератором, с несколькими людьми для выяснения коллективного мнения, установления общей точки зрения на предмет.

## Д

**Данные** – информация, представленная в формализованном виде, позволяющем передавать или обрабатывать ее при помощи средств вычислительной техники.

**Деликатный вопрос** – анкетный вопрос, который затрагивает щекотливые темы.

**Деловые игры** – прикладная методика и система решения конкретных управленческих задач на предприятии или в организации, имеющая характер непродолжительного тренинга (метод активного обучения) руководящего персонала.

**Дельфи-метод** – метод экспертных оценок, основанный на предположении, что обобщенная оценка экспертов будет иметь наименьшую дисперсию, а медианное значение индивидуальных оценок стремится к фактическому значению прогнозируемого результата.

**Дескриптивная интерпретация** – описание понятий, которые используются при построении теоретической модели.

**Дескриптивные исследования** – (descriptive research) – исследования, построенные на простом описании изучаемого объекта.

**Диаграмма** – обобщенное название самых разнообразных графических изображений, наглядно показывающих соотношение каких-либо величин.

**Диалоговое интервью** – форма глубинного интервью, протекающего в форме свободного диалога исследователя и исследуемого, в котором оба занимают одинаково активную позицию и равноправно обмениваются мнениями относительно обсуждаемых проблем.

**Дискриминантная валидность** – те переменные, которые в теории считаются невзаимосвязанными (некоррелирующими), должны быть таковыми и в эмпирии.

**Дискриминантный анализ** – статистический метод, который позволяет изучать различия между двумя и более объектами по нескольким признакам одновременно.

**Дисперсия** – средняя из квадратов отклонений значений признака от их средней величины.

**Дневник** – метод исследования, при котором респонденты в течение некоторого времени (от недели и дольше) заполняют специальные дневники. В дневниках может фиксироваться информация о просмотре телепрограмм или прослушивании радиостанций и т.п.

**Дневниковые исследования** – изучение изменения настроений, потребностей и поведения респондентов путем заполнения опрашиваемыми дневников, куда они регулярно записывают интересующую информацию.

**Доверительная вероятность** – вероятность того, что оцениваемый параметр в генеральной совокупности будет находиться в установленном интервале.

**Домашний тест (home test)** – методика домашнего тестирования товаров.

**Е**

**Ж**

**З**

**Зависимые переменные** – переменные, на изменение которых влияют другие переменные.

**Задачи исследования** — конкретные требования, предъявляемые к анализу и решению сформулированной проблемы.

**Закон больших чисел** – утверждение, гласящее, что совокупное действие большого числа случайных факторов приводит, при некоторых весьма общих условиях, к результату, почти не зависящему от случая.

**Закономерность** – мера вероятности наступления какого-то события или явления либо их взаимосвязи.

**И**

**Идеализированный объект** – теоретическая модель исследуемого объекта, вводимая на теоретическом уровне анализа.

**Измерение** – приписывание, согласно определенным правилам, числовых значений объектам, их признакам в виде эмпирических индикаторов и математических символов.

**Индекс** – относительная величина среднего измерения двух состояний одного и того же явления, состоящих из совокупности элементов (товаров, услуг, ресурсов и т.п.).

**Индивидуальное (личное) интервью** – беседа тет-а-тет интервьюера с одним опрашиваемым в доверительной обстановке и в отсутствие посторонних наблюдателей.

**Индивидуальные глубинные интервью** – индивидуальные беседы с экспертом в области вашего исследования.

**Индикатор** – ориентирующий показатель, измеритель, позволяющий в определенной степени предвидеть, в каком направлении следует ожидать развития экономических, социальных, политических и экологических процессов.

**Инновация** – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедряемого на рынке; нового или усовершенствованного процесса, используемого в практической деятельности либо нового подхода к оказанию социальных услуг.

**Интервенционистская социология** – научное исследование социальной проблемы методом активного вмешательства исследователя в изучаемый процесс.

**Интерпретация** – истолкование, объяснение.

**Исследовательские вопросы** – гипотезы, построенные на основе сформулированных научных проблем.

**История жизни** – тактика исследования, использующая биографические данные, а также другие источники.

## **К**

**Кабинетные исследования (desk research)** – в маркетинге вторичные исследования, т.е. обработка уже существующей информации, которая была собрана для других обследований, но может быть полезна для нового изучения.

**Квазиэксперимент** – крупномасштабное социальное нововведение без предварительного тестирования объекта.

**Квотная выборка** – микромодель объекта социологического исследования, формируемая на основе статистических сведений (параметров квот) преимущественно о социально-демографических характеристиках элементов генеральной совокупности. Нужные данные обычно берут из статистических справочников.

**Кейс-стади** – глубинное, детальное исследование одного объекта (фабрики, школьного класса, семьи, подростковой группы, села, племени), имеющего четкие временные и пространственные границы (Приложение 4).

**Классификация** – процесс организации эмпирических данных и приведения их к обобщенным понятиям (категории, классы, субкатегории) для последующего выявления формальных связей между ними.

**Кластерная (гнездовая) выборка** – тип выборки, при котором отбираемые объекты представляют собой группы или гнезда (кластеры) более мелких единиц.

## **Л**

**Линейные** (одномерные) распределения – перечисление всех значений одной переменной.

**Логический анализ понятий** – логическое структурирование исходных понятий, определяющих предмет исследования, точное объяснение их содержания и структуры.

**Логический контроль** – соотнесение каждого вопроса анкеты, ее композиции и организационных решений по проведению опроса со списком нормативных требований.

## **М**

**Метод (в социологии)** – основной способ сбора, обработки или анализа данных; правила и процедуры, с помощью которых устанавливается связь между фактами, гипотезами и теориями.

**Методика** – организационный документ, основанный на совокупности методов, связанных общностью решаемой задачи. Методика выполняет функцию методической инструкции.

**Методология:** 1) система принципов научного исследования; 2) совокупность исследовательских процедур, техники и методов.

**Методы когнитивного интервью** – вовлечение респондента в процесс тестирования, критики и улучшения вопросника.

**Мистери-шоппинг** – оценка условий торговли, качества обслуживания с помощью контрольных покупок, проводимых инкогнито.

**Мода** – величина признака, которая встречается в изучаемой совокупности чаще, чем другие величины данного признака.

**Модераторы** – интервьюеры, подготовленные для проведения глубинных и фокус-групповых опросов.

## **Н**

**Наблюдение** – метод сбора первичной информации путем прямой и непосредственной регистрации исследователем событий и условий на местах.

**Наводящий вопрос** – вопрос, в котором содержится скрытая подсказка или расшифровка того, в каком направлении пойдет в дальнейшем беседа между исследователем и респондентом, дополнительная информация, необходимые пояснения.

**Нарративное интервью** – (narrative – рассказ, повествование) – произвольное повествование о жизни рассказчика без всякого вмешательства со стороны интервьюера.

**Независимые переменные** – переменные, на изменение которых не влияют другие переменные.

**Неформализованное интервью** – длительная беседа по общей программе, но без уточнения конкретных вопросов с минимальной детализацией поведения интервьюера.

**Номинальная шкала** – шкала произвольных взаимнооднозначных преобразований, в результате которых сохраняются отношения равенства и неравенства между числами.

## О

**Обработка социологической информации** – математико-статистическое преобразование данных, которое делает их компактными, пригодными для анализа и интерпретации.

**Объект исследования** – в широком смысле носитель той или иной социальной проблемы, в узком – люди или объекты, способные дать социологу необходимую информацию.

**Опрос** – это социологический метод получения информации, при котором людям (их называют респондентами) в письменной или устной форме задают специально подобранные вопросы и просят ответить на них.

**Организационный план исследования** – описание распределения во времени выполнения этапов и отдельных процедур исследования.

**Оценочное исследование** – систематическое, использующее методы социальных наук, концептуальное обоснование и анализ ситуации, которые следует рассматривать как вариант прикладного социального исследования.

**Ошибка репрезентативности** – мера отклонения статистической структуры выборки от структуры соответствующей генеральной совокупности. Это различие между характеристиками генеральной и выборочной совокупности.

**Ошибка выборки** – ошибки, допускаемые исследователем при составлении выборочной совокупности.

**Ошибки поля** – ошибки, связанные с организацией и проведением поля ошибки.

## П

**Паспортичка** – совокупность демографических, экономических и профессиональных сведений, находящихся в конце анкеты.

**Первичные данные** – полученная в эмпирическом исследовании статистическая информация, прошедшая известную математическую обработку и выраженная в форме таблиц с распределением ответов респондентов.

**Переменная** – понятие в социологии, которое может принимать различные значения.

**Предмет исследования** – наиболее существенные свойства и отношения объекта, познание которых особенно важно для решения проблемы исследования.

**Проблемная ситуация** – противоречие между знанием о потребностях людей в каких-либо результативных теоретических или практических действиях и незнанием конкретных путей достижения конечных результатов.

## **Р**

**Релевантность** – уместность, соответствие чему-либо.

**Роллинговые** исследования – опрос, при котором данные накапливаются до достижения определенного уровня значимости.

## **С**

**Систематический отбор** представляет собой отбор из списка с определенным «шагом» или «интервалом скачка» (через определенное количество номеров).

**Социальная диагностика** – оперативная оценка состояния или режима работы социального объекта выявлением отклонения от заданного или нормального состояния, режима функционирования и развития.

**«Снежного кома» метод** - это техника поиска и отбора респондентов с определенным сочетанием свойств в таких условиях, когда трудно очертить границы генеральной совокупности.

**Социальная проблема** – существующая в самой реальности противоречивая ситуация, носящая массовый характер и затрагивающая интересы больших социальных групп либо социальных институтов.

**Социальное проектирование** – обоснованное конструирование отвечающих заданным требованиям и намечаемых к построению в близком или отдаленном будущем социальных объектов (состояний, процессов).

**Социальные технологии** – вид прикладного исследования, позволяющий многократно использовать отработанные стандартные алгоритмы для решения типовых задач управления.

**Структурная интерпретация** – упорядочение теоретических понятий, выявление их взаимных связей.

**Сценарий** – вероятностное описание картины будущего, составленной на основе компетентных технических суждений.

## **Т**

**Телефонное интервью** – одна из форм опосредованного опроса при помощи телефона.

**Тенденция** – слабый вид закономерности, показывает основное направление развития событий, приближение реального процесса к объективной закономерности.

**Теоретическая модель предмета исследования** – обобщенное выражение проблемной ситуации в логически взаимосвязанной системе основных понятий.

**Тест** – кратковременное стандартизированное испытание, направленное на получение в сжатые сроки важной информации о наличии или степени выраженности определенного психического свойства.

**Техника** – совокупность специальных приемов для эффективного исследования того или иного метода.

**Типологизация** – обобщение признаков социальных явлений на основе идеальной теоретической модели и по теоретически обоснованным критериям.

**Типологическая группировка** – разделение качественно разнородной совокупности на отдельные качественно однородные группы и выделение на этой основе социальных типов явления.

**Тренинг** – комплекс упражнений, проводимых на умственном, интеллектуальном и психологическом уровне и осуществляемых по специальной методике, разработанной на научной основе.

**Трудный вопрос** – это вопрос, затруднения при ответе на который связаны со спецификой опосредованного общения и прежде всего с восприятием печатного текста.

## У

## Ф

**Факторная интерпретация** – установление связей (иногда выраженных в количественных величинах) между исходными понятиями и переменными.

**Факторы** – гипотетические, непосредственно не измеряемые, скрытые переменные, подразделяются на общие и характерные.

**Фокус-группа** – беседа небольшой группы людей по определенному плану на заранее поставленную ученым тему в непосредственном (личном) контакте в специально отведенном помещении.

**Фокусированное (направленное) интервью** – подробное обсуждение одной темы, с которой респондент заранее ознакомлен.

**Формализованное интервью** – беседа по детально разработанной программе, включающей в себя последовательность и конструкцию вопросов, варианты возможных ответов.

## Х

**Холл-тесты** – тестирование отдельных характеристик товаров в закрытом помещении, моделирование ситуации покупки.

**Хронография** – графическая фиксация временных характеристик двигательной активности человека в процессе работы.

**Хронометраж** – метод опосредованного наблюдения трудового процесса с применением секундомера.

## Ц

**Цель исследования** — модель ожидаемого конечного результата (решения проблемы), который может быть достигнут только с помощью проведения исследования.

**Центральная тенденция** – выявление того, какие из значений переменной встречаются в линейных распределениях наиболее часто, а значит определяют общую или центральную закономерность

## Ч

**Частнонаучные понятия** – социологические понятия среднего (невысокого) уровня абстракции.

**Ш**

**Щ**

**Э**

**Эксперимент** – исследовательская стратегия, в ходе которой осуществляется целенаправленное наблюдение за тем, как ведут себя одни характеристики явления (процесса, ситуации), если последовательно и в определенном порядке изменять другие характеристики.

**Экспертный опрос** – разновидность социологического опроса, в ходе которого респондентами выступают специалисты-эксперты.

**Эксплицировать** – делать нечто явным, открыто выражать, производить логический вывод, объяснять.

**Эмпирическая интерпретация** – операционализация теоретических понятий.

**Эмпирическая схема** объекта исследования – описание экспериментальной ситуации, разработка и описание инструмента исследования, операциональное определение переменных и указание эмпирических признаков (референтов), составление выборочной совокупности и многое другое – входит в содержание.

**Эмпирические референты** – реальные признаки, фиксирующие наличие или отсутствие изучаемого свойства у объекта и выступающие в виде значения переменной.

**Эмпирический индикатор** – элемент или характеристика объекта, которые доступны наблюдению и измерению

**Эмпирический факт** - единичное суждение о конкретном событии.

**Эмпирическое исследование** – сбор первичных данных, проведенный по определенной программе и с использованием правил научного вывода, предоставляющий в распоряжение ученого репрезентативную информацию.

**Эргономика** – отрасль науки, изучающая человека (или группу людей) и его (их) деятельность в условиях производства с целью совершенствования орудий, условий и процесса труда.

**Эффект эха** («галлоэффект») – многократное повторение одной и той же оценки, отнесенной к общей группе проблем.

**Action-research** - семейство научно-практических методологий, которые на равных основаниях используют методы научного познания (опрос, наблюдение, диагностику, экспертизу и др.) и активного вмешательства (изменения, преобразования, улучшения) в объект изучения; исследование внедрение.

**Ю**

**Я**

**Задание 1.** Используя примеры, выберите темы социальных и социологических исследований и заполните таблицу.

| Социальные исследования                                               | Социологические исследования                     |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Пример: Воздействие наводнений на поведение людей и жилой фонд города | Пример: Исследование уровня жизни жителей города |
|                                                                       |                                                  |
|                                                                       |                                                  |
|                                                                       |                                                  |

**Задание 2.** Подумайте и укажите, какой вид социологического исследования наиболее приемлем для решения поставленной цели исследования.

| Цель исследования                                                | Вид социологического исследования |
|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Апробировать социологическую анкету                              | ?                                 |
| Описать структуру и динамику явления                             | ?                                 |
| Проанализировать изменения в образе жизни людей одного поколения | ?                                 |
| Изучить общественное мнение                                      | ?                                 |
| Выявить скрытые причины явления                                  | ?                                 |
| Уточнить проблему, поставить цель, выдвинуть гипотезу            | ?                                 |

### Тест для самоконтроля

#### 1. Целью поискового исследования является

- получение ориентировочных сведений об интересующем объекте или явлении;
- описание явления или объекта исследования;
- выявление скрытых причин явления.

#### 2. Пилотажное исследование применяется в случае, если необходимо

- выборочно исследовать проблему на одном отдельно взятом представительском объекте;
- выявить скрытую причину явления;
- апробировать социологическую анкету.

**3. Охарактеризовать структуру и динамику явления можно с помощью**

- а. пробного исследования;
- б. описательного исследования;
- с. аналитического исследования.

**4. Длительное изучение одной совокупности лиц посредством многократной регистрации определенных показателей через строго установленные промежутки времени с целью определить динамику их изменения и взаимовлияния проводится в**

- а. оперативном исследовании;
- б. лонгитюдном исследовании;
- с. когортном исследовании.

**5. Для изучения лиц одного возраста на протяжении длительного времени с целью анализа изменений в образе жизни применяют**

- а. когортное исследование;
- б. трендовое исследование;
- с. панельное исследование

**6. Исследование, проводящееся на одной и той же генеральной совокупности с интервалом во времени и с соблюдением относительно одинаковой методики с целью установления тенденций социальных изменений называется**

- а. когортным исследованием;
- б. трендовым исследованием
- с. панельным исследованием

**7. Предметом мониторинга в социологическом исследовании может быть**

- а. динамика профессионального и личностного самоопределения;
- б. знания учащихся образовательного учреждения;
- с. состояние социально-трудовой сферы предприятия.

**8. С помощью опроса можно изучать**

- а. общественное мнение;
- б. структуру и динамику явления;
- с. зрительские реакции во время просмотра рекламы

**9. Объектом case study может выступать**

- а. население небольшого города;
- б. отдельный индивид или малая группа;
- с. совокупность студентов университета.

**10. Отличие группового опроса от индивидуального заключается в том, что**

- а. респонденты могут давать коллективные ответы;
- б. респонденты собираются в одном месте;
- с. отличий нет.

**Задание.** Используя в качестве примера данные второго столбца таблицы, определите проблему, выделите объект и предмет, поставьте цель и задачи, проанализируйте основные понятия, выдвиньте гипотезу социологического исследования, в основе которого лежит проблемная ситуация, описанная в третьем столбце.

|                                | <b>Проблемная ситуация</b>                                                                                                                                                                                                                |                                 |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <i>1</i>                       | <i>2</i>                                                                                                                                                                                                                                  | <i>3</i>                        |
|                                | Повышение текучести кадров на предприятии                                                                                                                                                                                                 | Низкая успеваемость обучающихся |
| <b>Проблема</b>                | Противоречие между системой стабилизации кадров и повышением числа увольняющихся                                                                                                                                                          | ?                               |
| <b>Объект</b>                  | Работники предприятия, увольняющиеся по причинам, подлежащим управленческому воздействию                                                                                                                                                  | ?                               |
| <b>Предмет</b>                 | Мотивация увольнений работников предприятия                                                                                                                                                                                               | ?                               |
| <b>Цель</b>                    | Разработка предложений по оптимизации деятельности системы стабилизации кадров                                                                                                                                                            | ?                               |
| <b>Задачи исследования</b>     | Выявить основные мотивы увольнений, образующих нежелательную текучесть кадров, доступную управленческому воздействию                                                                                                                      | ?                               |
| <b>Анализ основных понятий</b> | Нежелательная текучесть кадров – это увольнения вследствие конфликтов, разрешимых в коллективе предприятия; неинформированность о возможностях решения личных проблем работников, нарушение процесса адаптации работников с малым стажем. | ?                               |
| <b>Гипотеза исследования</b>   | Нежелательную текучесть кадров на предприятии можно уменьшить, если будет разработана и реализована                                                                                                                                       | ?                               |

|  |                                                                                                                                                                                            |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | система стабилизации кадров, направленная на своевременное разрешение конфликтов в коллективе, личных работников, трудовом решении проблем облегчение процесса адаптации новых работников. |  |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

### **Тест для самоконтроля**

#### **1. В социологии понятие проблемной ситуации трактуется как**

- a. противоречие между знанием о потребностях людей и незнанием конкретных путей достижения конечных результатов;
- b. недовольство людей, вызванное бытовыми трудностями;
- c. противоречие между потребностями людей и экономическими возможностями государства

#### **2. Ожидаемым результатом фундаментального или теоретического исследования может быть**

- a. разработка программы социологического исследования;
- b. разработка анкеты социологического исследования;
- c. новое знание о структуре, функциях, формах развития социального объекта.

#### **3. Целью социологического исследования может быть получение**

- a. описательной информации о проблемной ситуации;
- b. информации о социальных проблемах одного конкретного человека;
- c. определение объема выборки.

#### **4. Объект социологического исследования — это**

- a. сфера материального производства;
- b. конкретная область социальной реальности;
- c. межличностные отношения людей

#### **5. Предмет социологического исследования включает в себя**

- a. стороны и свойства объекта, выражающие исследуемую проблему и подлежащие изучению;
- b. часть объекта исследования, подлежащего изучению;
- c. социальные проблемы людей.

#### **6. Дескриптивная интерпретация основных социологического исследования представляет собой**

- a. упорядочение описанных понятий; понятий
- b. четкое, ясное и однозначное описание используемых понятий;
- c. установление связей между понятиями и определениями.

#### **7. Структурная интерпретация основных понятий социологического исследования предполагает**

- a. установление связей между понятиями и определениями;
- b. четкое, ясное и однозначное описание используемых понятий;
- c. упорядочение описанных понятий.

**8. Факторная интерпретация основных понятий социологического исследования заключается в**

- а. установлении связей между понятиями и определениями;
- б. четком, ясном и однозначном описании используемых понятий;
- с. упорядочении описанных понятий.

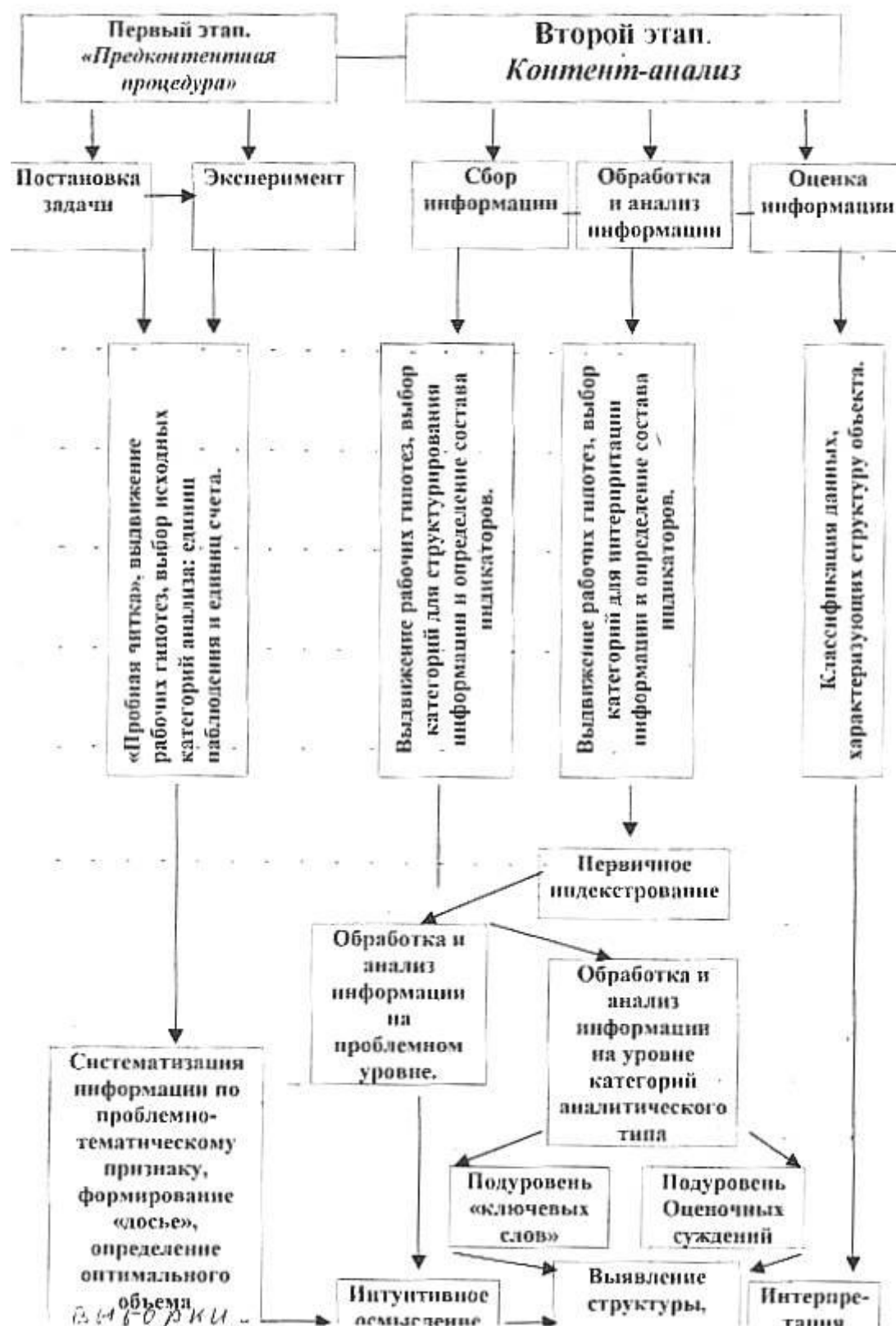
**9. Гипотеза социологического исследования выдвигается для**

- а. объяснения изучаемых явлений и процессов;
- б. получения нового знания;
- с. опровержения существующих представлений.

**10. Эмпирический индикатор – это элемент или характеристика объекта, который**

- а. никогда ранее не изучался;
- б. полно описан в известных исследованиях;
- с. доступен наблюдению и измерению.

Примерная схема контент-анализа



**Кейс (от англ. case)** — это описание конкретной ситуации или случая в какой-либо сфере: социальной, экономической, медицинской и т. д. Как правило, кейс содержит не просто описание, но и некую проблему или противоречие и строится на реальных фактах.

Соответственно, решить кейс — это значит проанализировать предложенную ситуацию и найти оптимальное решение. Врач решает кейсы каждый раз, когда ставит пациенту диагноз и назначает лечение. Юрист решает кейс, разбираясь в перипетиях дела и предлагая клиенту наилучший выход. Менеджер решает кейсы на всех этапах бизнес-процесса: какой продукт запустить, где его продавать, как привлечь покупателей, каких поставщиков и партнеров выбрать.

Сравнительно недавно началось активное использование кейс-технологии в образовании и сейчас этот подход стал одной из самых эффективных технологий обучения. В чем преимущества кейс-метода по сравнению с традиционными методами обучения? Назовем три самых главных:

- **Практическая направленность.** Кейс-метод позволяет применить теоретические знания к решению практических задач. Такой подход компенсирует исключительно академическое образование и дает более широкое представление о бизнесе и процессах, нежели лекции в вузе или практика на узком участке работ.

- **Интерактивный формат.** Кейс-метод обеспечивает более эффективное усвоение материала за счет высокой эмоциональной вовлеченности и активного участия обучаемых. Участники погружаются в ситуацию с головой: у кейса есть главный герой, на место которого ставит себя команда и решает проблему от его лица. Акцент при обучении делается не на овладение готовым знанием, а на его выработку.

- **Конкретные навыки.** Кейс-метод позволяет совершенствовать «мягкие навыки» (soft skills), которым не учат в университете, но которые оказываются крайне необходимы в реальном рабочем процессе.

Совместный разбор жизненных ситуаций — универсальный способ обучения, поэтому аналоги решения кейсов можно найти еще в античности. Спартакие юноши разбирали со своими наставниками ситуации, возникающие на поле боя, а обсуждение «случаев» со своими учениками было излюбленным методом Сократа.

В современном виде кейс-метод зародился в 1870-е годы в Гарвардской школе права, а в бизнес-обучении утвердился с 1920-х годов. Преподаватели первых программ МВА были учеными, а не бизнесменами, и они столкнулись с тем, что невозможно было обучить студентов ведению бизнеса исключительно при помощи лекций и учебников. Альтернативой учебникам стали интервью с ведущими предпринимателями и топ-менеджерами компаний и написанные на их основе подробные отчеты о том, как они решали ту или иную ситуацию, а также о факторах, влияющих на их деятельность. С тех пор анализ бизнес-ситуаций стал важным элементом подготовки будущих менеджеров в бизнес-

школах. Преподаватели Гарвардской школы бизнеса активно способствовали его распространению, публикуя книги, учебные пособия, сборники кейсов и проводя семинары для преподавателей. Сейчас решение кейсов как метод обучения используется во всех ведущих бизнес-школах, университетах и корпорациях.

Отличительные особенности кейс-метода

**Решение кейсов состоит из нескольких шагов:**

- 1) исследования предложенной ситуации (кейса);
- 2) сбора и анализа недостающей информации;
- 3) обсуждения возможных вариантов решения проблемы;
- 4) выработки наилучшего решения.

Казалось бы, все просто. На самом деле существует несколько подводных камней, способных озадачить участников, впервые имеющих дело с кейсами.

**Во-первых**, кейс не имеет правильного ответа. Оптимальное решение может быть одно (при этом оно не всегда может быть реализовано в реальной ситуации), а вот эффективных решений — несколько.

**Во-вторых**, вводные кейса могут противоречить друг другу или постоянно меняться. Кейс строится на реальных фактах и имитирует настоящую жизненную ситуацию, а в жизни не раз приходится сталкиваться с подобными проблемами.

**В-третьих**, как правило, кейсы решаются в условиях ограниченного времени. В бизнесе редко есть возможность выяснить все детали и иметь перед глазами полную картину.

#### Работа с информацией

- искать недостающие данные
- в сжатые сроки анализировать и перерабатывать огромные массивы информации
- делать гипотезы и предположения
- логично и структурированно оформлять результаты исследования



Решение кейсов прокачивает вас по трем основным направлениям



#### Soft skills

- организовывать командную работу над проектом, улаживать конфликты
- грамотно формулировать свое мнение, убеждать, искать компромиссы
- презентовать свое решение перед публикой



#### Навыки управления бизнесом

- искать нестандартные и креативные решения
- эффективно действовать в условиях стресса, неопределенности и нехватки информации
- быстро принимать решения в условиях ограниченного времени и противоречивых вводных

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Актуальность интеграции методов социальных исследований в образовательный процесс средней школы сегодня не вызывает сомнений. Современное общество предъявляет высокие требования к выпускникам: они должны обладать не только предметными знаниями, но и широким спектром надпредметных компетенций — критическим мышлением, способностью анализировать и интерпретировать информацию, формулировать обоснованные выводы, аргументировать свою точку зрения, работать с различными источниками данных. Эти навыки напрямую связаны с методами социальных исследований, что делает их внедрение в образовательный процесс особенно важным.

Социальное исследование в школьной практике следует рассматривать не только как инструмент познания социальной реальности, но и как средство формирования у обучающихся культуры исследовательской деятельности. Освоение методов сбора, анализа и интерпретации социально значимой информации позволяет школьникам по-новому взглянуть на окружающий мир, осознать собственную позицию в нём, научиться рассматривать явления с разных точек зрения, проводить системный и объективный анализ.

Методические рекомендации, разработанные в рамках данной работы, направлены на адаптацию базовых методов социальных исследований под задачи и специфику системы среднего образования. При этом особое внимание уделено доступности методики, возрастным особенностям учащихся, а также возможности интеграции исследовательских практик в учебный процесс без избыточной нагрузки. Рекомендации построены на принципах научности, вариативности, межпредметности и ориентированы на формирование устойчивого интереса к исследовательской работе.

Исследовательская деятельность на базе методов социологии и других общественных наук формирует навыки постановки проблем, проектирования, выбора методов, анализа данных, формулирования выводов и публичной презентации результатов. Вовлечение учащихся в социальные исследования делает учебный процесс более практико-ориентированным и осмысленным.

Кроме того, использование методов социальных исследований способствует более глубокому усвоению содержания таких предметов, как обществознание, история, география, экономика, литература, а также реализует принципы проектной и исследовательской деятельности, заложенные в школьные программы.

Подводя итог, можно утверждать, что методы социальных исследований являются мощным инструментом, способствующим гуманизации образования, развитию критического мышления, гражданской ответственности и исследовательской культуры школьников. Разработанные методические рекомендации показывают, что даже в условиях средней школы можно успешно реализовывать полноценные исследовательские проекты, приносящие реальную пользу как учащимся, так и образовательному сообществу в целом.

Системное внедрение исследовательских практик в школу требует усилий со стороны педагогов, администрации, родителей и самих учеников. Однако положительные эффекты этой работы — формирование нового поколения осмысленных, активных, рефлексизирующих граждан — стоят этих усилий. Именно такие выпускники необходимы обществу, стремящемуся к устойчивому и справедливому развитию.

Методы социальных исследований в школе — это не просто инструмент. Это путь к созданию исследовательской культуры как основы современного образования.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006
2. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006
3. Шмерлина И.А. Процедурные начала исследовательской социологии. Учеб. Пособие. – <http://www.unn.ac.ru/rus/f14/k2/courses/shmerll.htm>.
4. Мангейм Жд., Рич Р.К. Политология. Методы исследования. – М.: Весь Мир, 1997. С. 211-212
5. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М.: Добросвет, 1998. С. 137-158, 169-171, 175-180.
6. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. М.: Ава-Эстра, 1993. С. 135-136
7. Садмэн С., Брэдберн Н. Как правильно задавать вопросы. М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2002.
8. Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. СПб: Интерсоцис, 2006
9. Ковалев Е., Штейнберг И. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.1999.
10. Природопользование. Словарь-справочник /Под ред. Реймерс Н.Ф..- М.: Мысль, 1990
11. Семенова В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию М.1998.
12. Страус А., Корбин Д. Основы качественного исследования. М.: УРСС, 2001
13. Ситуационный анализ, или Анатомия кейс-метода / под ред. Сурмина Ю. П. – Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – С. 20.
14. Энциклопедический социологический словарь / Под общей ред. Г.В. Осипова. – М.: ИСПИ РАН, 1995. – С. 225
15. Ситуационный анализ, или Анатомия кейс-метода / под ред. Сурмина Ю. П. – Киев: Центр инноваций и развития, 2002. – С. 23.
16. Бэкон Ф. О достоинстве и преумножении наук / Фрэнсис Бэкон : Соч. : в 2 т. – М. : Мысль, 1977. Т.1. – С. 332.
17. Энциклопедический социологический словарь / под общей ред. Г.В. Осипова. – М.: ИСПИ РАН, 1995. – С. 381–383.
18. Майоров А.Н. Мониторинг в образовании. – М.: Интеллект-Центр, 2005. – С. 153
19. Майоров А.Н. Мониторинг в образовании. – М.: Интеллект-Центр, 2005. – С. 21-22
20. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006. С. 49-50
21. Маслова О.М. Методика полевых исследований в социологии. – <http://rc.msses.ru/rc/Mpis.htm>.

22. Герчиков В.И. Социальное планирование и социологическая служба в промышленности: Методология с позиций практики. Новосибирск, 1984. С. 221—227. 162
23. Служба социального развития предприятия: Практ. пособие. — М.: Наука, 1989. С. 54-55.
24. Служба социального развития предприятия: Практ. пособие. — М.: Наука, 1989. С. 56-57.
25. Сознание и трудовая деятельность. Киев-Одесса, 1985. С. 152-153
26. Социология: Словарь-справочник. Т.4. Социологическое исследование: Методы математики и статистика. —М., 1991.- С.7
27. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. С. 202-207.
28. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. С. 208
29. Бутенко И.А. Трудный вопрос // Социологические исследования. 1989. № 4. С. 114. 314
30. Кутлалиев А. Умеете ли вы задавать вопросы? // Новые рынки. 2001. №4.
31. Добренков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2006. С. 338-344
32. Иванов М.А. Беседа как метод исследования // социологическое исследование, 1989. № 4.
33. Ядов В.А. стратегия социологического исследования. М. 1998. С. 416
34. Мягков А.Ю. Влияние метода сбора данных на вербальное поведение респондентов // Социологический журнал, 1999. № ½. С. 133-142
35. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара, 1995. С. 122. 530
36. Григорьев СИ., Растов Ю.Е. Основы современной социологии: Учеб. пособие. — <http://irbis.asu.ru/mmc/grig/4.2.ru.shtml>.
37. Вундт, В. Этика: Принципы нравственности. Области нравственной жизни. - Изд.2.—Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. 264 с. (Из наследия мировой философской мысли: этика);
38. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии.— Москва: 1990;
39. Дюркгейм, Э. Правила социологического метода / Эмиль Дюркгейм; [перевод с французского В. Желнинова].—Москва: Издательство АСТ, 2021. 384 с. - (Эксклюзивная классика);
40. Дубров А. М. , Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Многомерные статистические методы. М.: Финансы и статистика, 2000. С. 83-90.
41. Крыштановский А. О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS. М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2006.
42. Татарова Г. Г. Методология анализа данных в социологии. М., ИД «Стратегия», 1998, с. 126-143, 167-185.

43. Толстова Ю. Н. Анализ социологических данных: методология, дескриптивная статистика, анализ связей между номинальными признаками. М.: Научный мир, 2000. С. 124-169, 188- 212.
44. Тюрин Ю. Н., Макаров А. А. Статистический анализ данных на компьютере. М., «ИНФРА--М», 2003. С. 270-284.
45. Американская социология: Перспективы, проблемы, методы. — М., 1972.
46. Афанасьев В.Г. Социальная информация. — М., 1994.
47. Белановский С.А. Метод фокус-групп. — М., 2001.
48. Берка К. Измерения. Понятия, теории, проблемы. — М., 1987. 5
49. Бутенко И.Н. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом. — М., 1989.
50. Бутенко И.А. Организация прикладного социологического исследования. — М., 1998.
51. Гилберт Дж., Малкей М. Открывая ящик Пандоры: Социологический анализ высказываний ученых. — М., 1987.
52. Гофман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. — М., 2004.
53. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. — М., 2002.
54. Кун Т. Структура научных революций. — М., 1975.
55. Маслов П.П. Статистика и социология. — М., 1971.
56. Методы сбора и анализа информации в социологических исследованиях: Кн. 1 и 2. — М., 1990.
57. Новые направления в социологической теории. — М., 1978.
58. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. — М., 1978.
59. Полани М. Личностное знание. — М., 1985.
60. Прангишвили И.В. Системный подход и общесистемные закономерности. — М., 2001.
61. Садмен С., Брэдбери Н. Как правильно задавать вопросы. — М., 2002.
62. Социологическая энциклопедия: В 2 т. — М., 2003.
63. Спицнадель В.Н. Основы системного анализа. — СПб., 2001.
64. Татарова Г.Г. Методология анализа данных в социологии: введение. — М., 1998.
65. Тернер Дж. Структура социологической теории. — М., 1985.
66. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ. — М., 1989.
67. Чесноков С.В. Детерминационный анализ социально-экономических данных. — М., 1982.
68. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. — М., 2000.

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Введение                                                                                             | 3   |
| 1 Теоретические основы и методология социальных исследований в образовании                           | 5   |
| 2 Методические рекомендации по применению методов социальных исследований в организациях образования | 76  |
| Заключение                                                                                           | 157 |
| Список использованной литературы                                                                     | 159 |