

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич
Должность: ректор
Дата подписания: 08.09.2023 12:50:09
Уникальный программный ключ:
9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра философии и социологии



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

О.Г. Локтионова

2017 г.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Методические рекомендации к практическим
занятиям для студентов направления подготовки
39.03.01 Социология

Курск 2017

УДК 378.14

Составитель: О.О. Нишнианидзе

Рецензент

Кандидат социологических наук, доцент Килимова Л.В.

Методология и методика социологического исследования: методические рекомендации по самостоятельной работе для студентов направления подготовки 39.03.01 Социология / Курск. Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: О.О Нишнианидзе. - Курск, 2017. - 27 с.: Библиогр.: с. 26.

В методических рекомендациях даны краткие пояснения к выполнению самостоятельной работы по методологии и методике социологического исследования в соответствии с учебным планом направления подготовки 39.03.01 Социология. Изложены требования и даны рекомендации по основным формам самостоятельной работы, предусмотренных рабочей программой: составление программы социологического исследования, применение методик количественного социологического исследования, применение методик качественного социологического исследования.

Методические указания соответствуют требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 39.03.01 Социология

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 19.05.17. Формат 60 x 84 1/16.

Усл. печ. л. 1,2. Уч.-изд. л. 1,08. Тираж 100 экз. Заказ 1403

Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040 Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

Введение

Учебная дисциплина "Методология и методика социологических исследований" предназначена для студентов, проходящих обучение по специальности "социология" и является одной из базовых в системе учебных курсов, формирующих практические навыки проведения прикладных социологических исследований.

Основная *цель курса* - Цели преподавания дисциплины: формирование и развитие навыков и умений проведения социологического исследования у будущего специалиста, умения использовать полученные знания при изучении специальных дисциплин .

Задачи дисциплины

- Осуществить изложение теоретико-методологических основ эмпирического социологического исследования
- Описать и проанализировать особенности разработки инструментария, логики и порядка исследовательских операций в построении программы исследования.
- Охарактеризовать основные приемы измерения и специфика применения алгоритмов анализа данных в социологии.
- Способствовать формированию и развитию у будущих специалистов навыков проведения эмпирических социологических исследований.

Обучающиеся должны знать:

- теории социальных и гуманитарных наук
- теоретико-методологические основы проведения социологического исследования изучения личности;
- современные методы социологического исследования
- новые методические подходы с учетом целей и задач исследования;
- методы обработки и интерпретации комплексной социальной информации изучения личности;

уметь:

- самостоятельно формулировать цели и задачи исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии;

- сформулировать объект, предмет, цели и задачи исследования;
- грамотно разработать выборку социологического исследования;
- самостоятельно подготовить проект социологического исследования;
- осуществлять выбор и обоснование методов социологических исследований, в наибольшей степени соответствующих изучаемой проблеме;
- разрабатывать технологию сбора информации
- использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации
- обрабатывать и анализировать социологические данные для подготовки аналитических решений
- планировать и осуществлять проектные работы в области изучения общественного мнения

Владеть:

- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования
- способностью самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований
- категориально-понятийным аппаратом;
- навыками устного выступления при работе с аудиторией;
- развитыми аналитическими и поисковыми способностями;
- способностью осваивать новые теории, модели, методы исследования
- навыками разработки новых методических подходов с учетом целей и задач исследования

Тема 1. Методология социологического исследования.

К концу XX века социология превратилась в сложно структурированную науку. В качестве основных структур в ней выделяют:

- макросоциологию и микросоциологию;
- общую и прикладную социологию (первая занимается разработкой фундаментальных основ социологии, вторая - исследованием конкретных актуальных социальных проблем);
- теоретическую и эмпирическую социологию, которые решают вопросы либо теоретического свойства, либо комплекс методологических и методических проблем организации и проведения конкретных социологических исследований;
- отрасли социологии (социология личности, феминосоциология, социология образования, политическая социология, экономическая социология и т.д. и т.п. Число отраслей социологии велико и постоянно растет);
- направления и школы социологии, т.е. союзы социологов-единомышленников, исповедующих одинаковые парадигмы, близкие теории, единые методологические и методические ориентировки. Если такой союз имеет четкие пространственно-временные границы, признанного лидера (или нескольких лидеров), более или менее выраженную формализованность, то его называют школой.

В разные периоды истории доминировали и сменяли друг друга следующие научные картины мира: мифологическая (схоластическая), механистическая, системная, диалектическая и диатропическая.

Схоластический (мифологический) способ познания характеризуется представлением о природе и обществе как целостности, поддающейся осмыслению с помощью кодов, роль которых играют мифы, мистические представления, априорное (доопытное) знание.

Механистическое сознание формирует представление об окружающем мире, в т.ч. обществе как о большом механизме (машине), каждая деталь которого неизменна, выполняет определенную функцию, но который можно регулировать и ремонтировать.

Статистическое *видение* общества нацеливает на изучение его явлений путем выявления средней равнодействующей общественных сил и факторов, фиксации различных отклонений от усредненных показателей, установления причин и следствий этих отклонений.

Статистический метод и научная картина мира, согласно которым мир представляется как равновесие противодействующих сил (экономических, политических, военных, культурно-идеологических и др.) или (и) его временные нарушения. В этой связи особое внимание придается проблемам устойчивости (неустойчивости) мира, отдельных обществ.

Системный принцип научного мышления предполагает, что исследователь представляет изучаемый объект (природный или общественный) в качестве целостности, образуемой взаимодействиями элементов, руководствуясь идеей, согласно которой изменение типа взаимодействия элементов системы меняет ее качество. При этом мир видится как сложная макросистема.

Диалектическое мышление акцентирует внимание на том, что любое явление природы и общества постоянно меняется, находится в процессе "самодвижения", ибо оно внутренне противоречиво, несет в себе противоположные начала. Развитие (в т.ч. гибель) общественных и природных явлений происходит по определенным объективным законам – общим, присущим и природе, и обществу, а также специфическим, свойственным лишь какой-то одной сфере реальности. К числу общих диалектических законов относят закон перехода количественных изменений в качественные, закон единства и борьбы противоположностей, закон отрицания отрицания. Специфические законы развития социальных явлений оцениваются, прежде всего, как частные случаи проявления общих законов диалектики.

Диатропический способ познания основан на допущении возможности осмысления общественных явлений в качестве реалий, не имеющих жестко детерминированных постоянно действующих законов, переживающих такие процессы (флуктуации), которые определяют появление качественно новых признаков, смену векторов и закономерностей дальнейших трансформаций.

В настоящее время диатропический подход к осознанию сущности социальной жизни все явственнее теснит ранее названные,

но не отвергает их полностью, а расширяет и определенным образом аккумулирует их. От диалектического мышления он отличается тем, что усматривает сущность изучаемых явлений в единстве многообразия, а не только противоположностей. Системный анализ в диатропическом контексте критикуется за формализованное рассмотрение социальных систем, при котором люди исчезают из поля внимания. В связи с этим предлагается сосредоточиться на исследовании того поведения людей, которое: а) обеспечивает создание и функционирование социальных систем, б) существует наряду с социальными системами в качестве, как говорил Ю. Хабермас, параллельного "жизненного мира".

Парадигмой науки называют систему ее исходных категорий, идей, положений, допущений и принципов научного мышления, позволяющую давать непротиворечивое объяснение изучаемым явлениям, выстраивать теории и методы, на основе которых реализуются исследования. У каждой науки есть свои парадигмы. Крупные научные открытия всегда связаны со сменой парадигм, кардинальным изменением представлений об объекте и предмете науки, созданием новых теорий, обоснованием новых понятий и их систем, исследовательских методов и процедур.

Между парадигмами всех наук есть некоторая общность, проявляющаяся в господствующем в те или иные времена человеческой истории способе научного мышления. Современное социологическое мышление характеризуется доминированием парадигм, имеющих системный, диалектический и диатропический характер.

К числу основных системных парадигм следует отнести *функционализм, структурализм, структурный функционализм и институционализм.* Между названными парадигмами много схожего, обусловленного их нацеленностью на анализ социальных систем. Но они не тождественны друг другу.

Диатропическое осмысление социальной жизни проявляется в разнообразных *интерпретативных* парадигмах, к которым относят *понимающую социологию, символический интеракционизм, феноменологию и этнометодологию.*

Итак, современная социология полипарадигмальна, предполагает возможность и необходимость использования разных

подходов к осознанию изучаемых ею явлений и процессов. Это обстоятельство имеет как позитивное, так и негативные следствия.

Первые выражаются в том, что полипарадигмальность обеспечивает разносторонность социологических исследований, создает возможность рассмотрения одного и того же явления в разных аспектах, обнаружения в нем многих граней. Вторые осложняют сопоставление полученных в разных исследованиях данных и выводов в ситуациях, когда эти исследования основываются на разных парадигмах.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие, структура и уровни современной социологической науки.

2. Методология как система принципов научного исследования. Общенаучные методологические принципы: универсализм, всеобщность, историчность, конкретность и др.

3. Общая характеристика основных научных картины мира в социологии: мифологическая (схоластическая), механистическая, системная, диалектическая и диатропическая.

4. Парадигма как способ понимания и объяснения социальной действительности:

а) понятие научной парадигмы, основные системные парадигмы (функционализм, структурализм, структурный функционализм, институционализм);

б) диатропическое осмысление социальной жизни (понимающая социология, символический интеракционизм, феноменологии, этнометодология).

5. Проблема выбора методологических оснований социального познания в конкретном социологическом исследовании.

Вопросы для самоконтроля

1. Чем отличается социологический взгляд на общество от изучения общества другими социальными науками?

2. Что является общей методологической социологической теорией?

3. Дайте характеристику основным уровням социологического знания.
4. Дайте определение понятию парадигма.

Тема 2. Виды социологических исследований.

На разных этапах исторического развития человечества и в различных социологических школах акцент ставился на социальных общностях и различных сторонах их деятельности. Так уже сложилось, что в Европе социологическая мысль сосредоточила внимание на анализе макроструктур, то есть на изучении общества в целом. Американская же социология всегда больше тяготела к исследованиям микромира — малых социальных групп, социальных слоев, общностей. Внутри каждой социологической школы существуют многочисленные течения, которые, по определению проф. Василия Фетисова “изучая те или иные моменты застревают на отдельных ступеньках лестницы исследований”. Характеризуя социологию как систему знаний важно учитывать, что между классической социологией и современной социологией существует определенное различие. Классическая социология стремилась к постижению окружающего мира как бы со стороны. Задача ее состояла в том, чтобы описать объект, раскрыть сущность, не рассматривая деятельности субъекта. Современная социология пытается преодолеть противопоставление объекта и субъекта, теории и практики, познавательного и ценностного отношения к миру. Переход от теоретического к империческому исследованию в социологии осуществляется с помощью социологического исследования в котором осуществляется операционализация теоретических понятий. Вследствие формируются определенные гипотезы, выявляются те свойства и отношения объекта, которые подлежат описанию и классификации. Социологическое исследование можно определить как систему логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные данные об изучаемом явлении или процессе.

Одно из заблуждений массового сознания - отождествление социологического исследования с опросом. Но, во-первых, нельзя

сводить любое социологическое исследование только к опросу; во-вторых, публикуемые результаты - это только видимая, надводная часть социологического айсберга. В зависимости от поставленной цели социологические исследования могут быть теоретическими и эмпирическими (конкретными). Если первые ориентированы на разработку теорий, выявление социальных тенденций развития системы, анализ общих противоречий, возникающих в ней и требующих своего обнаружения и разрешения, то вторые касаются изучения конкретных социальных проблем, часто связанных с решением практических задач, регулированием межгрупповых и внутригрупповых отношений и социальных процессов. Зачастую исследования могут иметь смешанный характер и выступать как теоретико-эмпирические. Говоря о видах социологических исследований, отметим, что они выступают как разовые или повторные - в зависимости от потребности в получении информации о статичных либо динамичных социальных явлениях и процессах. Разовое исследование дает возможность получить знание об их состоянии на текущий момент, повторное же - в динамике, изменении, развитии. Повторные исследования, в свою очередь, могут быть панельными или лонгитюдными. Первые предполагают изучение одной и той же социальной проблемы с определенным интервалом времени по единой программе и методике. Например, исследуются жизненные планы молодежи, ее ценностные ориентации, интересы и потребности с периодичностью в 5 лет. Лонгитюдное исследование означает повторное изучение одной и той же совокупности людей в течении ряда лет по единым или близким проблемам. В зависимости от конкретных задач исследования могут выступать как разведывательные, описательные и аналитические. Разведывательное, пробное, исследование преследует цель получения оперативной социологической информации, в нем используется сжатый по объему инструмент, а изучению подвергается небольшая группа респондентов. Кроме того, такое исследование применяется для проверки качества разработанного инструментария. К примеру, принято решение о проведении анкетирования на большом и сложном массиве населения, и для этой цели создана объемная и содержательно насыщенная анкета. В этом случае всегда необходимо провести предварительный опрос небольшого количества

респондентов (несколько десятков человек) с тем, чтобы выяснить, насколько хорошо анкета "работает", правильно ли понимают опрашиваемые все вопросы, хотят ли на них отвечать и т.д. После такого "пилотажного" исследования в инструмент вносятся поправки, уточняются формулировки вариантов ответов, корректируются некоторые постановки вопросов. Только после такой работы можно проводить опрос большого массива населения. Описательные исследования преследуют цель получения сведений целостного характера об изучаемом явлении (процессе). Результатом такого исследования оказывается общая картина состояния его объекта. Здесь ставится задача целостного восприятия проблемы, но не показывающего глубокого проникновения в существо дела. В аналитическом исследовании устанавливается связь между характеристиками изучаемого явления (процесса), определяются факторы, влияющие на него изнутри и извне. Другими словами, здесь исследование имеет уже и глубину. Одна и та же проблема может быть раскрыта по-разному в зависимости от вида исследования. Проведение аналитического социологического исследования требует весьма серьезных теоретических знаний, навыка анализа сложных социальных проблем. Здесь имеет значение умение видеть объект и предмет социологического анализа системно, во всех его внешних и внутренних взаимосвязях и взаимозависимостях. Еще один критерий выделения видов социологического исследования - их масштабность. Здесь можно назвать международное, общенациональное, региональное, отраслевое, локальное исследования.

Само социологическое исследование проводится по определенной методике. Она выступает как совокупность методов, процедур, приемов сбора, обработки и анализа информации о социальных фактах - поведении групп людей, и вербальных действиях, то есть оценках, суждениях, мнениях. Социологическое исследование - это сложный процесс включающий ряд последовательных этапов: 1) подготовка исследования (разработка программы), 2) сбор первично социологической информации, т.е. необобщенных данных, подлежащих дальнейшей обработке (полевое исследование), 3) обработка полученных данных, 4) анализ и

обобщение полученной информации, 5)
составление отчета о результатах исследования.

Вопросы для обсуждения

1. Место социологического исследования в системе социологического знания.
2. Понятие социологического исследования и его виды:
 - а) сплошные и выборочные социологические исследования, понятие выборки;
 - б) фундаментальные и прикладные исследования;
 - в) разведывательные, описательные, аналитические исследования;
 - г) панельное и лонгитюдное исследования;
 - д) когортные и трендовые исследования.
3. Методологическое обоснование выбора вида социологического исследования.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Назовите основные виды социологических исследований.
- 2 Какой вид исследований называется «пилотажным»? Какие задачи решаются в ходе таких исследований?
- 3 Чем стратегическое исследование отличается от пилотажного?
- 4 Какой уровень знаний о проблеме и объекте позволяет социологу проводить аналитическое исследование?
- 5 Как происходит теоретическое обобщение результатов прикладного социологического исследований?
- 6 Какие задачи решаются в ходе современных прикладных исследований в США и Западной Европе?
- 7 Чем различаются американский и европейский подходы и изучению социальных отношений?

8 Почему в 30-е годы в США социологию называют «религией молодежи»? В чем причина популярности этой науки?

9 Какие социальные науки первоначально были частью социологии и сформировались в результате развития прикладных исследований?

Тема 3. Программа социологического исследования

Программа социологического исследования – документ, содержащий развернутое изложение ее теоретико – методологических предпосылок (общей концепции) с обоснованием актуальности, целей, задач, объекта, предмета, и гипотез предпринимаемого исследования, а также его методико – инструментального аппарата вместе с логически обоснованной последовательностью необходимых процедур и организационным планом.

Содержание программы варьируется и зависит от типа и целей исследования. Основные функции программы – методологическая, методическая, прогнозная, организационно-технологическая.

Методологический раздел программы включает в себя:

1. Формулировка проблемы, обоснование ее актуальности.
2. Обоснование целей, задач, объекта и предмета исследования
3. Формулирование и интерпретация основных понятий. Обоснование его исследовательской модели.
4. Формулировка гипотезы.

Процедурный (методический) раздел программы.

1. Принципиальный (стратегический) план исследования.
2. Обоснование и проектирование выборочной совокупности единиц наблюдения.
3. Выбор процедур сбора и анализ эмпирической информации.
4. Содержательный анализ результатов исследования.

5. Оформление результатов исследования в виде отчетов, публикаций, социальных технологий и т.д.

Организационный раздел обычно разрабатывается в виде рабочего

плана, в котором отражаются основные мероприятия по подготовке и проведению исследования с указанием сроков и места исполнения, ответственных за выполнение лиц, применяемых материальных средств и т.п.

Общую направленность исследованию придают операции и процедуры, объединяемые проблемно-теоретическим разделом.

Вопросы для обсуждения

1. Программы социологического исследования, ее назначение и структура.

2. Методологический раздел программы социологического исследования:

а) проблемная ситуация и проблема социологического исследования. Формулировка проблемы;

б) определение целей и задач исследования. Основные и частные задачи, главные и дополнительные;

в) объект и предмет социологического исследования;

г) интерпретация и операционализация основных понятий;

д) формулировка гипотез в социологическом исследовании, классификация гипотез.

3. Методический (процедурный) раздел программы:

4. Организация и рабочий план социологического исследования.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие проблемы решаются социологами на теоретическом уровне?

2. Какие проблемы являются предметом исследования прикладной социологии?

3. Чем отличается объект прикладного социологического исследования от объекта теоретического исследования?

4. Какой уровень знаний о проблеме и объекте позволяет социологу проводить аналитическое исследование?

5. В каких областях социальной сферы проводятся прикладные социологические исследования?

6. Какие задачи решаются социологами при проведении опросов общественного мнения?

7. В чем заключается необходимость составления программы научного исследования?

8. Какие основные функции выполняет программа социологического исследования?

Тема 4. Выборочный метод в социологическом исследовании.

Решая задачи сбора информации, исследователь неизбежно сталкивается с необходимостью выбора приемов и способов (методов) охвата исследованием исследуемого объекта. Таких методов два. Это исследование объекта по генеральной совокупности (сплошное исследование) и выборочное исследование. *Генеральной совокупностью* называется все количество единиц (индивидов, социальных групп), составляющих социальный объект. Исследование по генеральной совокупности проводится в тех случаях, когда проблемная ситуация носит локальный характер и затрагивает интересы небольшого круга людей (малых и средних групп численностью до 150 – 200, иногда – 300 – 400 чел.). Однако чаще носителями проблемы выступают общности, насчитывающие от нескольких тысяч до десятков миллионов людей. Проведение исследования по генеральной совокупности требует больших затрат (времени, материальных средств, денежных и людских ресурсов), а то и просто оказывается невозможным. В таких случаях исследование проводят по выборочной совокупности (выборочное исследование). *Выборочная совокупность* (часто на языке социологов её называют просто выборкой) представляет собой отобранную по определенным правилам часть элементов объекта, непосредственно охватываемую исследованием. При условии, что выборочная совокупность в главных своих признаках соответствует генеральной совокупности,

результаты исследования распространяют на весь объект. Качество выборки характеризуется рядом понятий.

Репрезентативность выборки – ее соответствие по выделенным параметрам (критериям) генеральной совокупности. Репрезентативность зависит от *объема выборки* – количества составляющих ее единиц. Но при определении объема руководствуются сочетанием целого ряда показателей: количества параметров отбора, дисперсией признаков, величиной статистически обоснованного результата, допустимой ошибкой смещения выборки. Обеспечить абсолютное совпадение параметров выборки и генеральной совокупности невозможно. Поэтому задаются оптимальным набором параметров, которые с учетом исследуемой проблемы являются наиболее важными для обеспечения качества исследования (пол, возраст, социальное происхождение, род занятий и т.п.).

Вероятностный подход нередко называется также случайным или стохастическим, поскольку подразумевает **случайный** отбор единиц наблюдения из общего перечня (списка) единиц генеральной совокупности. Основное правило при случайном отборе — **равная вероятность каждой единицы генеральной совокупности попасть в выборку**. При педантичном соблюдении этого условия реализуется основное преимущество случайной выборки: элементы генеральной совокупности оказываются представленными в выборке с вероятностями, которые приближаются к их распределению в генеральной совокупности. При этом, чем меньше признак рассеян в генеральной совокупности и чем больше объем выборочной, тем меньше ошибка репрезентативности. Такой результат является проявлением закона больших чисел, что позволяет при знании дисперсии по фиксируемым характеристикам, заранее определив допустимую ошибку репрезентативности, рассчитать нужный объем выборочной совокупности.

Отработаны различные технические процедуры случайного отбора: механический отбор, использование таблицы случайных чисел, расчет шага отбора и др.

Механический отбор подразумевает составление карточек с номерами, каждый из которых соответствует номеру единиц отбора в общем перечне. Все карточки перемешиваются в барабане и вытаскиваются из него в случайном порядке. В современной

практике эта процедура практически не используется, так как требует определенных дополнительных организационных затрат (подготовка карточек (или шариков), обязательно идентичных по своим физическим параметрам, механическое устройство для их равномерного перемешивания и т.д.). Однако именно такая процедура обеспечивает случайную **повторную** выборку. Повторной называется такая выборка, когда выбранный элемент (карточка) вновь возвращается в барабан, и есть определенная вероятность, что она будет выбрана еще раз. Строго говоря, теоретически только такая выборка позволяет рассчитывать при анализе данных статистические коэффициенты связей и значимости. Но на практике, понятно, никто не будет опрашивать одного и того же респондента дважды, даже если его номер дважды попадет в выборку.

Таблицы случайных чисел позволяют с помощью компьютерных программ автоматизировать случайный отбор единиц наблюдения на основе таблицы случайных чисел.

Наиболее часто для осуществления случайного отбора используют расчет шага отбора. Это делается следующим образом. Единицы отбора из списка генеральной совокупности обозначаются с помощью сплошной нумерации. Исследователь должен обратить внимание на то, чтобы в очередности не было никакой закономерности. Общее число единиц генеральной совокупности (допустим, 10 000 единиц) делится на число единиц выборочной совокупности (допустим, 2000 человек); шаг отбора равен 5. Из списка генеральной совокупности отбирается каждый пятый номер. Обычно отбор начинают не с первого номера. Величина шага отбора делится пополам; если эта величина не является целым числом, ее округляют до большего значения. В данном случае следует пять разделить на два, получается 2.5; следовательно, начинать выбор надо с третьего номера; следующий номер отбора будет восьмой ($3+5=8$), следующий — тринадцатый ($8+5=13$) и т.д.

Процедуры случайного отбора достаточно отработаны и с технической точки зрения не представляют для социологов особой трудности. Основные проблемы осуществления одноступенчатого случайного отбора вызваны практическими препятствиями на пути выполнения теоретических требований.

Основная проблема заключается в составлении общего списка генеральной совокупности, в основном, — в получении необходимых сведений для подготовки такого списка.

Второй круг проблем осуществления случайной выборки связан с достижимостью респондентов. Эти проблемы вызваны противоречием между требованием опрашивать именно тех людей, которые попали в случайный отбор (на основе равной возможности каждого попасть в выборку), с одной стороны, и практической невозможностью опросить определенную часть полученной выборочной совокупности — с другой. Обычно недостижимость части выборочной совокупности (до 10-15%) вызвана следующими причинами: отсутствие респондентов (временное или постоянное) по указанным адресам, отказы от участия в опросе и т.д.

Третья проблема одноступенчатой случайной выборки определяется слишком рассеянным (в пространстве) полем респондентов. Если в случайном порядке отобрать 1000 человек, проживающих на территории страны, то полученные адреса будут находиться достаточно далеко друг от друга, и организаторам трудно найти интервьюеров, которые согласились бы опрашивать людей, расположенных таким образом (в лучшем случае эта проблема может решаться за счет повышения оплаты работы интервьюеров и транспортных расходов, что, естественно, приводит к существенному повышению общей стоимости исследования).

Таким образом, требование равной вероятности каждой единицы генеральной совокупности попасть в выборку является самым большим достоинством вероятностного подхода с теоретической точки зрения (поскольку позволяет свести к минимуму случайные и систематические ошибки и определить общую ошибку репрезентативности) и самым большим недостатком — с практической точки зрения (так как в практике массовых опросов это требование часто невыполнимо или настолько трудоемко, что организационные затраты становятся несоразмерными ожидаемым результатам).

Разрешение этого противоречия возможно при осуществлении процедуры многоступенчатого случайного отбора.

При многоступенчатом случайном отборе, в результате предварительного анализа объекта исследования, генеральная

совокупность разбивается на подсовокупности — единицы отбора; из их числа на первой ступени в случайном порядке отбирается часть подсовокупностей, и из отобранных подсовокупностей отбираются единицы наблюдения. При необходимости число ступеней может быть увеличено.

Вопросы для обсуждения

- 1 Особенности применения выборочного метода в социологии. Репрезентативность и надежность выборочного исследования.
- 2 Методы вероятностного отбора.
- 3 Неслучайные методы отбора.
- 4 Расчет объема выборки. Значимость объема выборки от свойств изучаемых объектов.
- 5 Понятие ошибки выборки. Случайные и систематические ошибки.

Контрольные вопросы

1. Дайте определение выборочному методу в социологии.
2. В каких случаях использование метода сплошного опроса имеет преимущество перед выборочным методом?
3. Какие методологические принципы лежат в основе выборочного метода?
4. Дайте определение понятию «генеральная совокупность».
5. Каким требованиям должна отвечать выборочная совокупность, чтобы исследование было репрезентативным?
6. Как учитывается дисперсия признаков при построении выборочной совокупности?
7. Каковы основные этапы построения выборочной совокупности?
8. Назовите основные виды вероятностных выборок.
9. Какие выборочные методы относятся к нестрогим случайным методам отбора?

Тема 5. Вопрос как инструмент получения эмпирических данных.

Многолетняя практика социологических исследований показала, что вопросы разговорного языка и социологической анкеты далеко не одно и то же. Каждый из них имеет свою природу, свои особенности и более того снимает фактически различную информацию. Принципиальное отличие между ними заключается в том, что в разговорном языке вопрос обращен только к индивиду, к одному человеку, в социологической анкете беседа идет, так сказать, с массовым собеседником. Отсюда вытекает ряд особенностей построения как того, так и другого вопроса. Вот некоторые из них.

Вопрос должен быть построен таким образом, чтобы быть понятным всем без исключения опрашиваемым независимо от возраста, пола, образования, профессии, места жительства и т.д.

Такая унификация - довольно сложное дело. В ряде случаев она достигается значительным упрощением вопроса, предельно точным его понятийным содержанием или же довольно большой общностью изучаемого явления. Каждый раз выбор того или иного подхода к унификации вопроса диктуется целями и задачами исследования.

Другая особенность построения вопросов заключается в том, что личностный вопрос всегда богаче, глубже по содержанию, но он снимает только частную информацию, и в этом его относительный недостаток. Социологический вопрос всегда безличен, функционален, но он снимает такую информацию, которая позволяет определить некоторую общую тенденцию развития изучаемого процесса, явления, и в этом его достоинство.

Особенностью социологического вопроса является и то, что при его правильной постановке и тщательной проверке, при соблюдении всех правил его построения он становится формализованным, что позволяет, в свою очередь, формализовать и весь процесс получения социальной информации. При наличии отработанных и проверенных методик результат опроса и всего исследования уже не будет зависеть от личностных качеств исследователя, от его умения наблюдать, слушать, анализировать и пр., как это требуется в разговорном языке, и позволит получить надежную и достоверную информацию.

Основная трудность - это определение контекста вопроса, благодаря которому выявляется содержательное значение вопроса.

Любой вопрос в анкете дается респондентам как самостоятельный и вне какого-либо контекста других вопросов или какой-либо предварительной беседы. Чтобы ответить на него, респондент должен сам найти контекст вопроса и ответа, чтобы влить в предлагаемый вопрос какое-то содержание. И он всегда это делает, но не всегда содержание вопроса совпадает с содержанием, которое вкладывает в вопрос исследователь. Разрешение этого противоречия находится в определении альтернатив вопроса, что и позволяет выявить содержание вопроса и сориентировать респондента на характер ответа.

Все вопросы, применяемые в инструментарии, можно классифицировать по функциям (основные и вспомогательные) и конструкции (открытые, закрытые, матричные).

Основные (предметные) вопросы позволяют получать информацию, необходимую для проверки рабочей гипотезы, а вопросы «паспортички» – получать информацию о социально-экономических, демографических данных респондента.

Вспомогательные (функциональные) вопросы могут быть: *контактными* (для поддержания психологической установки респондента на составление искренних ответов на вопросы анкеты); *вопросами-фильтрами* (для разделения информации, предоставляемой определенными категориями респондентов); *контрольными* (для проверки искренности ответов на к.-л. предыдущие вопросы); *вопросами-«ловушками»* (позволяющими в целом оценить искренность и добросовестность респондента в процессе составления ответов на вопросы анкеты. В содержании таких вопросов обычно фигурируют события и явления, которых в реальности не было и нет).

Конструкции *открытых* вопросов характеризуются тем, что вопросы не дополняются наборами вариантов ответов, как это делается при конструировании *закрытых* вопросов. Достоинства и недостатки открытых и закрытых вопросов относительны. Ответы на открытые вопросы более индивидуализированы и разнообразны. Они позволяют установить весь спектр представлений респондента по исследуемой проблеме, что весьма важно для решения задач опросов общественного мнения, разведывательных исследований и т. п. Однако результаты ответов на такие вопросы сложнее обрабатывать и интерпретировать, чем ответы на закрытые вопросы. Удобство

обработки результатов применения закрытых вопросов дополняется также возможностями с их помощью направить исследование вглубь. Однако при этом несколько ограничивается самостоятельность респондента, «огрубляются» их ответы. В известной мере эти трудности преодолеваются применением *полузакрытых* вопросов, в которых кроме предлагаемых вариантов ответов резервируются позиции (коды) для произвольных ответов.

Разновидностями закрытых и полузакрытых вопросов могут быть альтернативные, неальтернативные, матричные вопросы.

Альтернативный вопрос – вопрос, шкала которого допускает выбор только одного варианта ответа из предлагаемых (выбор респондентом двух и более вариантов порождает противоречивость ответа).

Неальтернативный (вариативный вопрос или вопрос-меню) – вопрос, шкала которого допускает выбор нескольких вариантов ответов из предлагаемых (выбор респондентом даже всех вариантов не будет порождать противоречивость ответа).

Матричный вопрос – сведенный в таблицу набор однотипных по конструкции закрытых (полузакрытых) вопросов, снабженных общей шкалой.

Вопросы для обсуждения

1. Использование вопроса в социологических опросах в качестве исследовательского инструмента.
2. Типы и виды вопросов.
3. Проблема адекватности восприятия и осмысления вопроса респондентом.
4. Логические требования к конструкции вопроса.
 - 1) Логическая структура вопроса.
 - 2) Значение контекста.
5. Анализ вопросов анкеты.

Тема 6. Шкалирование

Шкала - измерительная часть инструмента, оценивающая эмпирические индикаторы (внешние признаки измеряемых социальных свойств), расположенные в определенной последовательности по позициям. Шкала является способом упорядочения изучаемых социальных характеристик, описывающих изучаемые явления.

Каждая из шкал определяется наличием или отсутствием четырех характеристик:

- описание,
- порядок,
- расстояние,
- начальная точка.

Описание шкалы предполагает использование единого способа записи информации, то есть характеризует составляющие шкалу элементы, например, степень согласия, или способ согласия («да», «нет», «не знаю»). При этом между данными элементами не вводится какая-либо характеристика сравнений – осуществляется только идентификация информации.

Порядок характеризует наличие отношений в способах записи информации, наличия крайних точек зрения («не согласен», «не совсем согласен», «согласен», и т.п.). При этом предусматриваются некоторые сравнительные характеристики, позволяющие, например, упорядочить отношение к предмету исследования.

Расстояние шкалы может быть измерено. Это значит, что оно существует только в тех шкалах, в которых элементы шкалы определены количественно, а между этими элементами шкалы имеются интервалы, расстояние между которыми имеет смысловое значение.

Начальная точка задает тот или иной уровень соотношений между элементами шкалы. Начальную точку не надо путать с точкой отсчёта. Каждая начальная точка является точкой отсчёта, но не каждая точка отсчёта может быть начальной точкой. Например, начальная точка шкалы измерения массы тела в килограммах, говорит о том, что нулевое значение на этой шкале (нуль килограммов) свидетельствует об отсутствии массы тела вообще. Поэтому эта точка, являясь точкой отсчёта, одновременно является и

начальной точкой шкалы измерения массы. Если же за начальную точку измерения массы тела взять массу тела автора этой книги на момент написания этих строк, и назвать её нулевой точкой, то эта точка будет только точкой отсчёта новой шкалы измерения массы тела, но не начальной точкой. Действительно, наличие нулевой массы в этой авторской шкале измерений не свидетельствует об отсутствии массы у любого тела с такой величиной оценки, более того, автор, масса которого в этой новой шкале измерений равна нулю, был бы не прочь избавиться от некоторой части этой массы и перевести её значения в отрицательную часть новой шкалы измерений.

Шкала имеет начальную точку, если она имеет единственное начало.

В зависимости от наличия или отсутствия этих четырёх характеристик, а также от способов их задания и определяются различные типы шкал.

Из всего множества теоретически возможных шкал на практике чаще всего используются четыре типа шкал: *номинальная, порядковая, метрическая* шкалы.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие шкалы. Основные характеристики.
2. Типы шкал: номинальные, порядковые, метрические.
3. Критерии надежности шкал и способы их проверки.
4. Шкала Гуттмана, шкала Тёрстоуна, шкала Лайкерта.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие виды шкал применяются в социологических исследованиях?
2. Каковы возможности и ограничения для различных видов шкал?
3. Каковы основные принципы построения шкал?
4. Какие свойства объекта измеряются ранговыми шкалами?

5. В чем специфика построения и использования шкал отношений?

6. Почему эти шкалы непригодны для измерения структурных свойств социальных процессов?

7. Раскройте взаимосвязь методов качественного и количественного (статистического) анализа при решении социальных проблем.

Тема 7. Социологический опрос: познавательные возможности и виды

Одним из наиболее распространенных и популярных методов сбора первичной социологической информации является опрос. Широкая его распространенность, привела в довольно широких кругах общественности к совершенно неоправданному представлению, будто проведением опросов и ограничиваются задачи социологии. На самом же деле опрос представляет собой только один из многих методов сбора эмпирической социологической информации, используемой социологами наряду, а иногда и вместе с другими методами. Широкая же его применимость объясняется, во-первых, тем, что вербальная, словесная информация, регистрируемая в процессе опроса, гораздо многообразнее и богаче невербальной; во-вторых, тем, что суждения, оценки, мнения людей, которых опрашивают во время проведения данной исследовательской процедуры, никакими иными методами (наблюдением, экспериментом), кроме опроса, выяснить невозможно; в-третьих, возможностью его многократного повторения и тиражирования на различные группы людей, на различные регионы и в различное время; в-четвертых, относительной дешевизной его проведения.

Опрос - это метод сбора первичной социологической информации посредством устного и письменного обращения исследователя к определенной совокупности людей (респондентов) с вопросами, содержание которых освещает изучаемую проблему на уровне эмпирических показателей, последующей регистрации и статистической обработки полученных ответов, а также их теоретической интерпретации.

Поскольку опрос представляет собой процедуру, в процессе которой социолог обращается ко множеству людей (респондентов) с

вопросами с целью получения интересующих его сведений, важное не только практическое, но и теоретическое и методическое значение приобретает выяснение инструментальной функции вопроса. В социологическом опросе респондентов *вопрос*-это включенное в анкету или бланк интервью высказывание исследователя (чаще всего в форме вопросительного мнения), адресуемое респонденту и требующее от него более или менее содержательного ответа. В силу этого вопрос составляет запрограммированный исследователем акт взаимной коммуникации с респондентом в письменной (анкетирование) или устной (интервью) форме. А инструментальная функция вопроса в обоих случаях состоит в том, чтобы получить информацию, необходимую для решения исследовательской проблемы. В качестве основного носителя информации выступают ответы респондентов на поставленные вопросы, их вербальные реакции на вопросительные высказывания исследователя. Список подобных высказываний, при помощи которых осуществляется запланированное получение ответов по интересующей исследователя проблеме, и представляет собой вопросник.

К конкретным видам опроса относятся:

Интервьюирование (исследовательская беседа) – метод непосредственного общения с участниками опроса. В свою очередь интервьюирование может быть *стандартизированным* (формализованным), т.е. проводимым строго по заранее составленному плану (перечню вопросов) и *свободным*. Кроме того, в настоящее время широко применяется телефонное интервью с использованием специальной компьютерной системы

CATI (Computer Assisted Telephone Interview). Оно проводится оператором, который считывает вопросы с экрана терминала, управляемого компьютером, и вводит ответы респондента в компьютер с помощью клавиатуры.

Анкетирование – метод опосредованного сбора информации в форме ответов на вопросы анкеты (опросного листа). Анкетирование может проводиться

с помощью различных средств: бумажных анкет, распространяемых организаторами исследования (анкетерами) или распространяемых по

почте; анкет, распространяемых с помощью аудио-, видеотехники, СМИ (газет, журналов, радио, телевидения, Интернета) и по другим каналам.

Экспертный опрос – интервьюирование или анкетирование наиболее компетентных носителей информации (экспертов).

Социометрия – метод изучения структуры, коммуникации, сплоченности малых групп путем получения и математической обработки субъективно выраженной информации о предпочтениях, симпатиях и антипатиях, характеризующих отношения между членами групп.

Метод независимых характеристик (групповой оценки) личности – метод получения информации о личностных качествах и отношениях в малых группах путем обобщения их оценок, составленных по определенной балльной шкале.

В свою очередь в ряду методов опроса особо выделяются методы

анкетирования и интервьюирования. Их характерные черты свидетельствуют о наличии ряда преимуществ перед другими разновидностями опросов.

Вопросы для обсуждения

1. Возможности и границы опроса в социологии.
2. Виды опроса и методические требования к ним:
 - а) Анкетирование и интервьюирование.
 - б) Индивидуальные и групповые опросы.
 - в) Почтовый опрос
 - г) Телефонный опрос.
 - д) Прессовый опрос.
3. Основное назначение и области применения метода опроса
4. Особенности, преимущества и недостатки метода опроса в социологическом исследовании.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Чем отличается метод опроса в социологии от применения опроса в других науках?
- 2 На каких методологических принципах основывается применение опроса в социологии?

3 На какие виды подразделяется метод социологического опроса? В чем их основные различия?

4 Какие формы опроса наиболее распространены в социологии?

5 Какие задачи в социологическом исследовании решаются с помощью метода опроса?

6 Чем отличаются методы массового и экспертного опросов?

7 Чем определяется универсальность метода опроса в прикладной социологии?

Тема 8. СПЕЦИФИКА АНКЕТНОГО ОПРОСА

Анкетный опрос - метод сбора социологической информации, характеризующийся письменной формой ответов респондентов на поставленные и жестко фиксированные в опросном листе вопросы при непосредственном, прямом [в присутствии анкетера индивидуально-личном или групповом опросе] или опосредованном, заочном (через прессу, почту) способе взаимодействия социолога и респондента. Компонентами любого О.А. являются: 1) социолог (анкетер); 2) сама анкета - ; 3) респондент.

Социологическая анкета представляет собой план или сценарий беседы с респондентом. Началу такой беседы предшествует *вступление* (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. 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.

Паспортичкой называется совокупность демографических, экономических и профессиональных сведений, находящихся в конце анкеты (пол, доход, возраст и др.). Они очерчивают как бы портрет

респондента. В нее заносятся те показатели, статистические распределения которых в генеральной совокупности вас интересуют. Именно эти вопросы – пол, возраст, профессия – выступают контрольными для решения вопроса о том, насколько выборочная совокупность соответствует генеральной. Наряду с полом, возрастом и доходом сюда также включаются такие показатели, как национальность, образование, профессия, семейное положение, место жительства или работы.

Вопросы могут объединяться в блоки по *тематическому* и *проблемному* принципам. При этом переход к новому направлению беседы должен сопровождаться пояснениями, “переключателями” внимания. Например: “На этом мы заканчиваем разговор о труде. Теперь несколько вопросов о вашем досуге”.

Функцию своеобразных правил движения по анкете, указывающих “перекрестки”, опасные участки и т.п., выполняют *инструктивные указания* по технике заполнения анкеты, адресованные респондентам и расположенные непосредственно в тексте вопросов или на полях анкеты: сколько вариантов ответов можно отметить – один или несколько; как заполнять вопрос-таблицу – по строчкам или по столбцам.

Серьезное внимание обращают на *графическое оформление* анкеты: четкий шрифт, достаточное место для записи свободных ответов, стрелки – указатели

переходов от вопроса-фильтра к другим вопросам и т.п. Существенную роль в графическом оформлении играют иллюстративные материалы. Вопросы-иллюстрации помимо своей основной познавательной функции решают еще и методическую задачу: разнообразят технику заполнения анкеты, снижают ее монотонность, уменьшают психологическую нагрузку.

Вопросы для обсуждения

1. Анкетирование. Основные методические принципы построения анкеты.
3. Разновидности анкетирования, их особенности и недостатки.
4. «Пилотаж» анкеты как проверка качества методики опроса.
5. Графическое оформление анкеты.

Вопросы для самоконтроля

1. Каково назначение структурных частей анкеты?
 2. Что представляют собой «контактные», «основные» и «разгрузочные» вопросы?
 3. В чем проявляется различие между операциональными понятиями и индикаторами в социологической анкете?
 4. Что является выражением индикатора?
 5. Какую функцию выполняют в анкете открытые вопросы? Как проводится их обработка?
 6. Какие психологические требования предъявляются к построению индикаторов?
 7. Какие блоки входят в структуру опросного листа?
 8. Каким логическим требованиям должны отвечать индикаторы?
 9. Как составляется проект бланка социологического инструментария?
 10. Каким методическим требованиям должны соответствовать вопросы, используемые при проведении социологического исследования?
5. Каково назначение социально-демографического блока в проведении исследования и логическом анализе его результатов?

Тема 9. ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРВЬЮ КАК РАЗНОВИДНОСТИ ОПРОСА

По характеру взаимодействия можно выделить два основных виды опросов: анкетирование и интервью.

Согласно отечественным источникам, все виды интервью разделяются по технике проведения на, с одной стороны, свободные, нестандартизованные, неформализованные (все три слова являются синонимами), с другой стороны, «несвободные», стандартизованные, формализованные. Вопросы, как в анкетах, так и в интервью, в зависимости от формы их построения, делятся на открытые и закрытые.

К закрытым, согласно общепринятой трактовке, относятся вопросы, в которых респонденту предлагаются заранее разработанные исследователем варианты ответов. Интервью, составленные из закрытых вопросов, называются формализованными,

а из открытых – неформализованными. Если в интервью имеются вопросы обоих типов, оно называется полужформализованным.

Формализованное интервью предназначено для получения однотипной информации от каждого респондента. Ответы всех респондентов должны быть сравнимы и поддаваться классификации. Это означает, что различия и сходство в ответах должны отражать действительные различия и сходство между респондентами, а не различия, вызванные задаваемыми вопросами или тем, как эти вопросы были поняты. Формализованное интервью может использоваться для многих целей, включая определение общественного мнения по широкому кругу вопросов, выяснение потребительских предпочтений, стереотипов поведения, распространения психиатрических симптомов, а также для множества иных целей, включающих получение количественной информации. Формализованное интервью может применяться однократно со многими респондентами или проводиться в несколько заходов с одними и теми же респондентами для определения стабильности либо изменчивости их установок, ценностей, привычек, компонентов образа жизни и т.д.

Неформализованные интервью включают в себя широкий круг видов опроса, не отвечающих требованию сопоставимости вопросов и ответов. При использовании неформализованного интервью не делается попытки получения одних и тех же видов информации от каждого респондента, и индивид не является в них учетной статистической единицей. Содержание интервью может меняться от респондента к респонденту: каждый респондент сообщает ту информацию или высказывает те мнения, которые он может представить наилучшим образом. В этих условиях использование заранее подготовленного набора вопросов часто бывает только помехой, поэтому в неформализованном интервью вопросники могут вообще не использоваться.

Неформализованное интервью, в отличие от формализованного, не требует в качестве предпосылки для его проведения предварительной проработки всех пунктов информации, которая должна быть получена. В связи с этим оно может

быть использовано на всех стадиях исследования. Этот метод способствует достижению интуитивного понимания вопроса или проблемы, а также обнаружению непредвиденных областей релевантности в исследовании. Неформализованное интервью может использоваться также для объяснения неожиданных результатов количественных исследований, например, расхождения результатов голосования с предвыборными прогнозами, или для объяснения новых проблем, возникших в ходе исследования.

Различают подготовительный и независимый виды неформализованного интервью. Первый проводится для подготовки к формализованному. Такое интервью может использоваться для вычленения значимых компонентов вопроса или проблемы, на основе которых будет сформирована структура будущего вопросника. Наряду с этим, подготовительное интервью используется для изучения словаря респондентов, типов реакции на вопросы, типов противодействий, которые оказывают респонденты при тех или иных вопросах, и многого другого.

Независимое неформализованное интервью, в отличие от подготовительного, имеет самостоятельную исследовательскую функцию. Оно используется в тех случаях, когда нет возможности провести формализованное исследование, либо нет необходимости в сравнении множества ответов или их суммирования по определенной выборке. Независимое интервью может быть использовано для исследования таких вопросов, как социальные волнения, преступность и теневая экономика, последствия научно-технического прогресса и т.д.

Для формализованного интервью процедуры составления вопросников, сбора и анализа результатов очень тщательно разработаны. Можно сказать, что эта методика доведена до уровня совершенства точного научного прибора.

Методика неформализованного интервью более разнообразна, более сложна, ее невозможно представить в виде определенного набора рутинных действий. При проведении неформализованного интервью ведущий опрос обладает большой свободой как в формулировании конкретных вопросов, так и в формировании общей направленности беседы

Свободное интервью, т.н. клиническое, психоаналитическое, наибольшее применение нашло в психиатрии, откуда и берет начало.

Оно не имеет заранее подготовленного плана и сформулированных вопросов. Задается лишь тема интервью. Формулирование вопросов, уточнение и развитие темы, определение длительности беседы и последовательность вопросов оставлены на усмотрение интервьюера (свободное интервью чаще всего проводят сами социологи). Данные свободного интервью с большим трудом поддаются математич. обработке. Поэтому оно не применяется при массовых опросах, а чаще всего используются при опросах экспертов, на стадии разведывательного исследования перед проведением основного опроса, с целью ознакомления с объектом, уточнения методик, опросников.

Глубинное интервью отличается от свободного тем, что здесь, кроме общей темы, беседы, заранее задается определенный круг вопросов, на к-рые следует получить

ответы. Стратегия ведения беседы, последовательность и формулировки вопросов оставлены на усмотрение интервьюера. Глубинное интервью применяют для зондажа общественного мнения относительно четко очерченного круга вопросов, в разведывательном исследовании, при изучении мотивов и ориентации опрашиваемых. Свободное и глубинное интервью различаются не столько по степени формальности, сколько по сферам их применения. Материалы глубинного интервью подвергают содержательному, качественному анализу.

Фокусированное (направленное) интервью отличается от предыдущих главным образом тем, что ставит целью изучение мнений относительно конкретно заданной ситуации. Внимание опрашиваемых как бы "фокусируется", направляется на определенный, предварительно выбранный социологом фрагмент действительности: явление, ситуацию и т.п. Им может быть художественное произведение, кинофильм, театральная постановка. В фокусированном интервью опрашиваемые сначала знакомятся с объектом, к-рый становится предметом обсуждения во время интервью.

Вопросы для самоконтроля

1 Что такое интервью? Дайте определение своими словами.

2 Каковы общие и специфические функции исследовательского интервью?

3 Опишите Ваши действия по выбору оптимального вида интервью при подготовке к новому нетипичному исследованию. К какому источнику Вы бы обратились?

4 Для чего социологу-практику нужны классификации видов интервью?

5 В чем заключаются особенности существующих классификаций?

6 Чем различаются стандартизация, формализация и структурированность в интервью?

7 В чем смысл 'мягких методов'?

8 С какими методами лучше всего будет сочетаться 'мягкое интервью'?

9 Для изучения каких тем и каких социальных групп специфически релевантны методы полуструктурированного, глубинного, креативного, фокусированного интервью?

Тема 10. Социометрический метод.

Методика социометрии была разработана и применена в конце 30-х гг. 20 в. американским ученым Дж. Морено. Автор методики исходил из идеи о том, что в обществе можно выделить две структуры отношений: макроструктуру (своеобразное «пространственное» размещение индивидов, обусловленное преимущественно их производственной деятельностью, выполнением иных общесоциальных функций) и микроструктуру (совокупность психических отношений непосредственно взаимодействующих людей, их желаний, чувств, представлений в конкретных повседневных ситуациях). Несовпадение макро- и микроструктур является фактором, обуславливающим социальную напряженность и

конфликты, так как ближайшее окружение индивида может включать не только лиц, приемлемых в психологическом отношении. Социометрическая методика ставит своими задачами выявление соотношения макро- и микроструктур путем изучения отношений симпатии и антипатии, притяжения и отталкивания, возникающих между членами группы.

Методика, предложенная Морено, не решает всех задач исследования малой группы, у нее немало критиков, и критика ее имеет под собой серьезное основание. Социометрия дает весьма одностороннее представление о структуре и характере межличностных отношений в малой группе, так как не выявляет мотивов выборов и отклонений, весьма поверхностно затрагивает сферу трудовой деятельности, не дает четких ответов на вопрос о том, что является главным детерминантом сплоченности группы и т.п. [1, с. 173 – 174]. Есть и известные трудности применения методики, связанные с деликатностью информации о межличностных отношениях, открытым (неанонимным) характером социометрического тестирования. Тем не менее, несмотря на названные недостатки, социометрическая методика может быть плодотворной в изучении коммуникативной и эмоциональной структур малой группы, выявлении степени сплоченности группы в неформальных отношениях. Ведь малые группы имеют одно основополагающее отличие от иных общностей, в них общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов. А чувство общности, цементирующее отношения членов группы, обуславливается не только пониманием цели совместных действий, но и определенным эмоциональным тяготением, ориентациями на учреждение своей долговременной структуры в рамках уже существующей формальной структуры группы. Такая структура является для группы средством ее включения в макроструктуру общества. При хорошей продуманности инструментария и грамотном его применении, социометрическое исследование может позволить выявить стадию зрелости группы (диффузная группа – ассоциация – корпорация – коллектив), произвести замер референтности в группе (значимость норм, мнений, оценок членов группы для выбора линии поведения индивида). А это в свою очередь позволяет строить прогнозы относительно отклоняющегося поведения, возможных конфликтов и т.п.

Социометрия как методика сбора первичной социологической информации является разновидностью социологического опроса, направленного на получение данных в виде эмоциональных личностных оценок связей в группе. Интерпретация результатов исследования строится на основе вычисления персональных и групповых индексов.

Важно соблюдение следующих правил социометрического обследования:

- границы обследуемой группы должны быть четко обозначены; группа должна иметь определенный опыт совместной деятельности (обычно не менее трех месяцев);
- опрос членов группы должен проводиться посторонним для данного коллектива лицом;
- все выборы членами группы должны делаться самостоятельно;
- вопросы должны формулироваться таким образом, чтобы они были понятны всем членам группы;
- критерии должны быть существенны для членов группы.

Обработка и представление полученных социометрических данных предусматривает построение социоматриц и социограмм, а также построение социометрических индексов.

Социоматрица представляет собой таблицу, куда включаются положительные и отрицательные выборы, сделанные всеми членами изучаемой группы

Строится данная таблица по следующему принципу: в горизонтальных строках и вертикальных столбцах, которых в каждом случае столько же, сколько членов группы, соответственно указывается, кто выбирает и кого выбирают. В местах пересечения строк и столбцов ставят знаки + в случае положительного выбора и — в случае отрицательного, 0 — при отсутствии какого-либо выбора. Личная позиция каждого члена группы может быть представлена количественно и определяется как алгебраическая сумма отдельных значений i -го столбца таблицы. Это дает возможность установить популярность членов группы (т.е. степень привлекательности для

окружающих).

Наглядно характер межличностных отношений может быть отражен на социограмме. Социограмма — специальный график, рисунок, диаграмма, изображающие целостную картину взаимоотношений, взаимных и односторонних выборов и отрицаний, сделанных в ходе исследования, проведенного с помощью социометрической методики. Она позволяет высказать предположение о стиле лидерства, судить о сплоченности, организованности группы и частично о ее психологическом климате

Интерпретация результатов. Интерпретацию данных социометрии проводят анализируя полученные в ходе обработки данные: социоматрицу, социограммы, социометрические индексы.

Всесторонний анализ статуса индивида в группе также можно получить при помощи шести индексов, оценивающих количество: 1) сделанных выборов; 2) полученных выборов; 3) взаимных выборов; 4) полученных отклонений; 5) сделанных отклонений; 6) взаимных отклонений.

Приписывая каждому показателю знак «+» (если он выше среднего по группе) или «-» (если он ниже среднего по группе), можно получить закодированный социометрический профиль индивида. Например, профиль вида «+, +, +, -, +, -» будет свидетельствовать о том, что данный индивид отвергает многих в группе, но это обстоятельство не влияет на его популярность.

Для каждого члена группы имеет значение не столько число выборов, сколько коэффициент удовлетворенности ($K_{уд}$) своим положением в группе: $K_{уд} = \text{число взаимных выборов} / \text{число выборов, сделанных данным человеком}$. Так, если индивид хочет общаться с тремя конкретными людьми, а из этих троих никто не хочет общаться с этим человеком, то $K_{уд} = 0/3 = 0$. Коэффициент удовлетворенности может быть равен 0, а статус (число полученных выборов) равен, например, 3 у одного и того же человека — эта ситуация свидетельствует о том, что человек взаимодействует не с теми, с кем ему хотелось бы.

В результате социометрического эксперимента руководитель получает сведения не только о персональном положении каждого члена группы в системе межличностных взаимоотношений, но и

обобщенную картину состояния этой системы. Характеризуется она особым диагностическим показателем – уровнем

благополучия взаимоотношений (УБВ). УБВ группы может быть высоким, если «звезд» и «предпочитаемых» в сумме больше, чем «пренебрегаемых» и «изолированных» членов группы. Средний уровень благополучия группы фиксируется в случае примерного равенства («звезды» + «предпочитаемые») = («пренебрегаемые» + «изолированные» + «отверженные»). Низкий УБВ отмечается при преобладании в группе лиц с низким статусом. Важным диагностическим показателем считается «индекс изоляции» – процент людей, лишенных выборов в группе [9].

Социометрические критерии. Ниже даются вопросы, которые могут быть использованы при проведении социометрии.

1. Если бы Ваша смена формировалась заново, с кем Вы хотели бы работать вместе?
2. Если бы Ваша смена формировалась заново, с кем Вы не хотели бы работать вместе?
3. Кого бы вы хотели выбрать своим бригадиром (руководителем, начальником)?
4. Кого бы вы не хотели выбрать своим бригадиром (руководителем, начальником)?
5. С кем из Ваших коллег Вам легко строить деловые отношения и работать вместе?
6. С кем Вам сложнее работать вместе?
7. Кого бы вы хотели пригласить на встречу Нового года?
8. Кого бы вы не хотели пригласить на встречу Нового года?
9. Кого из членов вашей группы вы хотели бы видеть в составе вновь организованной группы?
10. Кого из членов вашей группы вы не хотели бы видеть в составе вновь организованной группы?
11. Кто, по вашему мнению, выберет вас?
12. Кто, по вашему мнению, вас не выберет?
13. С кем из членов Вашей группы Вас связывают дружеские отношения?
14. Кто из членов Вашей группы был у Вас в гостях в прошлом месяце?

15. С кем из членов Вашей группы Вы согласились бы жить в одной квартире в первую очередь? Во вторую очередь? В третью очередь?

16. С кем из членов вашей группы вы (не) пошли бы в разведку?

17. С кем из членов вашей группы вы (не) пошли бы в ресторан?

18. Кого из членов вашей группы вы бы (не) позвали на день рождения?

Вопросы для обсуждения

1. Основное назначение и область применения социометрии.
2. Понятие и сущность малой группы.
3. Организация и этапы проведения социометрического опроса.
4. Программа проведения социометрических опросов.
5. Особенности инструментария социометрического опроса.

Вопросы для самоконтроля

1. Для изучения каких социальных явлений и процессов применяется метод социометрии?
2. Чем обусловлены ограничения в использовании социометрического метода?
3. Какие процессы в малых группах исследуются с помощью метода социометрии?
4. Какие основные единицы измерения используются в социометрии?
5. Чем отличается социометрический опрос от методов массового опроса?
6. Что представляет собой социометрический критерий?
7. Какие требования предъявляются к построению социометрических критериев?
8. Какие подготовительные процедуры необходимо провести в малой группе при подготовке ее к социометрическому опросу?
9. В каком виде представляется социометрическая информация?
10. Что такое «социометрическая матрица»?

Тема 11. Метод

наблюдения

Научное наблюдение в отличие от обыденного характеризуется в первую очередь направленностью на достижение определенной цели — преднамеренного получения специфической информации, необходимой для того или иного исследования, а также систематичностью, планомерностью и наличием элементов контроля.

Виды наблюдения. Наблюдение можно классифицировать по самым различным основаниям:

в зависимости от элементов контроля при проведении наблюдения (контролируемое и неконтролируемое),

в зависимости от положения наблюдателя относительно наблюдаемого объекта (включенное и невключенное),

по степени формализованности наблюдения (структурированное и неструктурированное),

по условиям организации наблюдения (полевое и лабораторное).

Рассмотрим подробно характеристики основных видов наблюдения. При неконтролируемом наблюдении мы исследуем реальные жизненные ситуации, ставя своей задачей лишь общее описание того или иного процесса или явления и, что самое главное, описание социальной атмосферы, в которой происходит наблюдаемое явление или событие. Успех неконтролируемого наблюдения во многом зависит от квалификации наблюдателя. Здесь наблюдение, как правило, не имеет строгого плана, и лишь главный объект наблюдения определен заранее. Недостатком неконтролируемого наблюдения является опасность субъективного отношения наблюдателя к объекту, что может привести к искажению результата. Примеры неконтролируемого наблюдения часто встречаются в монографических исследованиях, оно также применяется в исследованиях разведывательного плана или на начальном этапе более обширного социологического исследования.

Контролируемое наблюдение ставит своей задачей сбор первичной информации для создания более точной картины и проверки тех или иных гипотез. Контроль, как правило, осуществляется

путем увеличения числа наблюдателей и сравнения результатов их наблюдений, а также через интенсификацию наблюдения — проведением серии наблюдений за одним и тем же объектом. Сравнение результатов делается здесь возможным лишь при условии

стандартизированных планов наблюдения с применением таблиц, карточек наблюдения и вспомогательных технических средств (кино-, фото-, звукозаписывающая аппаратура).

Следует заметить, что между контролируемым и неконтролируемым наблюдением трудно провести четкую границу. Западно-германский социолог Р. Кениг в своей работе «Практическая социология» приводит такой пример. Если мы утверждаем, что определенные типы подростков ходят в кино «чаще», чем это общепринято, то мы обязаны установить «нормальную меру» посещения кино подростками и сравнить с этой мерой среднюю частоту посещения кино подростками исследуемой группы. Если же такие операции не производятся, мы должны считать, "что данный вывод сделан на основе неконтролируемого наблюдения. Для «разведки» часто бывает достаточно неконтролируемого наблюдения, в исследованиях же аналитического плана и на этапе сбора эмпирических данных контроль находит самое широкое применение. Примером может служить известный Хоторнский эксперимент Э. Мэйо, где наблюдение применялось и на этапе сбора эмпирических данных, и на этапе экспериментальной проверки гипотез.

Систематическое наблюдение характеризуется прежде всего регулярностью фиксации действий, ситуаций, процессов в течение определенного периода времени. Оно позволяет выявить динамику процессов, значительно повысить достоверность экстраполяции их развития.

Случайным считается наблюдение заранее незапланированного явления, деятельности, социальной ситуации.

Полевое наблюдение проводится в реальной жизненной ситуации. Значительная часть социологических работ у нас и за рубежом является результатом полевых социологических исследований. Полевое наблюдение обычно применяется в исследованиях разведывательного и аналитического планов или на соответствующих этапах комплексного исследования.

Лабораторное (клиническое) наблюдение — это такой вид наблюдения, при котором условия окружающей среды определяются исследователем. Оно чаще всего применяется в исследованиях экспериментального плана или на этапе экспериментальной проверки гипотез и, как правило, сводится к фиксации изменений, которые происходят в результате действия экспериментальных факторов. При

лабораторном наблюдении широко применяются всевозможные технические вспомогательные средства.

Включенное (участвующее) и невключенное (неучаствующее) наблюдения различаются в зависимости от степени активности наблюдателя в исследуемой социальной ситуации. При невключенном наблюдении исследователь находится как бы в стороне от наблюдаемой ситуации, не принимает участия в деятельности наблюдаемых людей. Характерным примером невключенного наблюдения могут служить наблюдения за массовыми процессами, когда наблюдатель должен находиться на достаточном удалении от объекта наблюдения, чтобы видеть весь ход процесса, или наблюдение, имеющее целью описать социальную атмосферу, в которой происходит интересующее нас событие.

Невключенное наблюдение, направленное на описание характера социальной атмосферы, часто применяется в монографическом исследовании (на «разведывательном» его этапе) и значительно реже — в статистическом обследовании (в исследованиях аналитического плана или на соответствующем этапе комплексного исследования), так как его результаты почти не поддаются количественному выражению. Кроме того, невключенное наблюдение используется в исследованиях экспериментального плана или на этапе экспериментальной проверки гипотезы в лабораторных условиях. Примером невключенного наблюдения могут служить описания лондонских трущоб, данное Ф. Энгельсом в его работе «Положение рабочего класса в Англии».

Неструктурированным мы называем такой вид наблюдения, при котором исследователь не определяет заранее, какие именно элементы изучаемого процесса (ситуации) он будет наблюдать. Как правило, задачей неструктурированного наблюдения является наблюдение за объектом в целом или за его основными составляющими.

Структурированным мы называем такой вид наблюдения, при котором исследователь заранее определяет, какие из элементов (аспектов) исследуемого процесса или ситуации имеют наибольшее значение для его исследования, и сосредоточивает на них внимание, составляя специальный план записи наблюдений до начала сбора материала.

Задачей структурированного наблюдения является систематическое описание ситуации или проверка рабочей гипотезы. Структурированное наблюдение может применяться также в монографическом исследовании и в статистическом обследовании на этапах аналитическом (описательном) и экспериментальном — как в полевых, так и в лабораторных условиях.

Особым видом наблюдения в социологическом исследовании следует считать *самонаблюдение*, при котором исследователь пользуется не только данными наблюдения о поведении индивидов, но и их суждением и оценками тех или иных факторов. К документам самонаблюдения обычно относятся автобиографии, письма, дневники и записи самоанализа. Разновидностью самонаблюдения могут быть ответы наблюдаемых на вопросы предлагаемой анкеты или интервью. Здесь необходимо подчеркнуть, что ответы на вопросы анкеты должны рассматриваться не как объективные данные, а как гипотетические действия наблюдаемых.

Вопросы для обсуждения

1. Основное назначение, особенность, преимущества и ограничения метода наблюдения в социологии.
2. Виды наблюдения:
 - по степени формализации процедуры (неструктурированные и структурированные);
 - по положению наблюдателя (включенные и невключенные);
 - по месту и условиям организации (полевые и лабораторные);
 - по регулярности проведения (систематические и случайные).
3. Разработка программы наблюдения.
4. Пректирование инструментария (карточек, протоколов, дневников).

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение методу научного наблюдения.
2. Какие особенности имеет метод наблюдения в социологии?
3. В каких областях исследования социальных явлений и процессов применяется метод наблюдения?
4. Каковы разновидности метода наблюдения?

5. Как различаются виды наблюдения в зависимости от степени участия в нем наблюдателя?
6. В чем состоят основные достоинства метода наблюдения?

Тема 12. Биографический метод

История применения биографического метода в социологических исследованиях имеет почти вековую историю. Одними из первых биографический метод в своих работах использовали родоначальники эмпирического изучения ценностей Уильям Томас и Флориан Знанецкий. В книге этих авторов «Польский крестьянин в Европе и Америке» описываются результаты эмпирического исследования ценностей у польских крестьян, ранее живших в Польше и эмигрировавших в Америку. Объектом исследования авторы избрали личные документы: письма, дневники, автобиографии.

Практически одновременно с Уильямом Томасом и Флорианом Знанецким Шарлоттой Бюлер в Венском университете психологии была выполнена большая работа, также построенная на использовании биографического метода. Ее книга «Жизненный путь личности как психологическая проблема», в которой на основе больших эмпирических исследований сформулированы основные этапы жизненного пути личности, предложены методы анализа биографического материала, даны способы количественной обработки биографических данных, и поныне является классическим трудом для психологов-биографистов.

В настоящее время биографический метод все чаще используется российскими социологами. Большую роль в «возвращении» биографического метода в поле научных методов сыграли работы В.Семеновой, Е. Мещеркиной, А. Вардомацкого, Е. Здравомысловой.

В основе данного метода - постепенное выявление ценностей высокого уровня обобщения и составление списка ценностей в индивидуализированных формулировках, для которого затем используется **процедура синонимизации, или сведения групп схожих индивидуальных формулировок к стандартизированным**, которые впоследствии используются для измерений на

репрезентативной выборке. Сжатие «ценностного ряда» может происходить и по частоте встречаемости той или иной ценности.

Непрямой характер ценностного измерения делает эту методику, наряду с методами свободных ассоциаций, неоконченных предложений, одной из перспективных методик изучения «внутреннего личностного пространства. Известными ограничениями для широкого распространения данной методики в научной практике служит, с одной стороны, ее высокая трудоемкость и требуемый высокий уровень профессионализма исследователя, с другой - высокая степень исследовательской субъективности. Однако ни то, ни другое ограничение не могут умалить возможностей, которые открывает данный метод для исследования личностной структуры.

Цель и задачи исследования библиографического зависят от выбора объекта исследования. Объектом исследования могут стать как биография самого студента, выполняющего практическую работу (в этом случае мы имеем дело с автобиографическим методом), так и биографии его родителей, родственников, знакомых, или целых семей (одно- и многопоколенных).

Предметом исследования биографий в общем виде является установление и анализ связей между личной жизнью индивида или семьи с жизнью общества в целом. С определением предмета исследования также связано выдвижение гипотез: какие именно события социальной жизни и каким образом оказали влияние на изучаемые биографии.

Биографический метод включает в себя совокупность процедур сбора информации: интервьюирование, наблюдение, анализ документов. Выбор одной или нескольких из них зависит от объекта исследования.

В общем виде сбор информации осуществляется исследователем в соответствии с логической схемой, которая отражает основные моменты изучаемых биографий. Составляется примерный перечень вопросов, в соответствии с которыми проводится сбор информации. Исследователь может расширить или дополнить данный перечень, изменить формулировки некоторых вопросов в соответствии с целью и задачами проводимого им биографического исследования.

Одним из основных инструментов сбора информации является биографическое полуструктурированное интервью. Оно охватывает

несколько тематических блоков, охватывающих разные стороны или периоды жизни человека (например, детство, юность, учеба, работа и т.д.). По каждому блоку существует перечень обязательных вопросов или аспектов, по которым должна быть получена информация. Остальные вопросы могут задаваться для уточнения.

Биографическое нарративное интервью состоит из трех этапов.

1-й этап: начало интервью и основной рассказ. Исследователь кратко формулирует просьбу или общий вопрос ("нарративный импульс"), цель которого - стимулировать респондента к биографическому повествованию. Нет никаких универсальных рецептов относительно того, каким должен быть этот "импульс". Единственное ограничивающее условие - просьба или вопрос не должны затрагивать частных или неприятных для респондента тем. Х.Херманс приводит следующий пример "нарративного импульса": "Я хотел бы попросить Вас рассказать историю Вашей жизни. Лучше всего, если Вы начнете с момента Вашего рождения, с того времени, когда Вы были ребенком, и расскажете затем обо всем, что с Вами происходило вплоть до настоящего времени. Вы можете говорить даже о деталях, так как меня интересует все, что важно для Вас самого".

После того, как респондент "ввязался" в рассказ, функция интервьюера сводится к роли слушателя и стимулированию продолжения повествования кивками головы и обычными для заинтересованного слушателя репликами: "Хм-хм", "Что было дальше?" и т.д. Пассивная роль интервьюера позволяет рассказчику в наибольшей степени сконцентрироваться на своем жизненном опыте. В случае, если респондент заканчивает повествование, говоря: "Вот это, пожалуй, все...", или другим подобным способом дает понять, что он закончил, интервьюер должен попытаться задать новый вопрос или сформулировать новую просьбу. Последние не должны ставить респондента перед необходимостью аргументации и оценки описанных событий. Их цель - стимулировать рассказ о периодах жизни, которые либо были недостаточно освещены, либо вообще остались не затронутыми.[9]

Кроме этого на первом этапе интервьюеру следует внимательно следить за ходом повествования и запоминать: последовательность событий, имена вводимых персонажей, временные, фактические и

логические несоответствия, пропуски и обрывы в повествовании - с тем, чтобы использовать эти моменты во второй фазе интервью.

2-й этап: "фаза нарративных расспросов". Респонденту задаются вопросы о событиях, упомянутых им ранее в своем повествовании. Опять речь не идет об оценках и аргументации. Интервьюер касается прерванных линий рассказа, малопонятных для него мест и предлагает интервьюируемому дополнить или прояснить их.

3-й этап: заключительная часть. Респондент получает слово как "теоретик", развивая аргументацию, давая оценки и объяснения по поводу событий своей жизни. Таким "теоретическим" резюме интервью завершается. После проведения серии нарративных интервью исследователь приступает к обработке и интерпретации полученного материала. Поскольку все интервью обязательно записываются на аудиопленку, этапы сбора и обработки данных опосредуются процедурой транскрибирования (расшифровки) записей.

Кроме интервью в качестве первичной информации для анализа могут использоваться документальные источники (письма, фотографии, выписки из официальных документов), если респондент предоставит их и позволит ими пользоваться в исследовательских целях.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие и сущность биографического метода.
2. Сбор биографического материала.
3. Анализ и интерпретация биографического материала.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы особенности биографического метода исследования?
2. Каковы источники биографического материала?
3. Назовите социологические методы исследования близкие к методу биографического исследования.

4. Роль интерпретации при использовании биографического метода.

Тема 13. Анализ документов

Анализ данных - совокупность методических приемов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации при изучении социальных процессов и явлений для решения определенных исследовательских задач.

Важнейшим источником социологической информации являются документы, специально созданные для целей исследования: анкеты, опросные листы, бланки интервью, тесты протоколы наблюдений, данные контент-анализа, выраженные в форме отчета.

Многообразие документов, их содержания, направленности, видов, форм и т.п. порождает и разнообразие их использования в социологии, причем формулирование такого использования в значительной степени определяется не только целями и задачами исследования, но и особенностями изучаемого объекта.

Рассмотрим контент-анализ как один из наиболее часто применяемых методов анализа документов.

Контент-анализ (от англ. *contens* содержание) — метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления или измерения различных фактов и тенденций, отраженных в этих документах. Особенность контент-анализа состоит в том, что он изучает документы в их социальном контексте. Может использоваться как основной метод исследования (например, контент-анализ текста при исследовании политической направленности газеты), параллельный, т.е. в сочетании с другими методами (напр., в исследовании эффективности функционирования средств массовой информации), вспомогательный или контрольный (напр., при классификации ответов на открытые вопросы анкет).

Не все документы могут стать объектом контент-анализа. Необходимо, чтобы исследуемое содержание позволило задать однозначное правило для надежного фиксирования нужных характеристик (принцип формализации), а также, чтобы интересующие исследователя элементы содержания встречались с

достаточной частотой (принцип статистической значимости). Чаще всего в качестве объектов исследования контент-анализа выступают сообщения печати, радио, телевидения, протоколы собраний, письма, приказы, распоряжения и т.д., а также данные свободных интервью и открытые вопросы анкет. Основные направления применения контент-анализа: выявление того, что существовало до текста и что тем или иным образом получило в нем отражение (текст как индикатор определенных сторон изучаемого объекта — окружающей действительности, автора или адресата); определение того, что существует только в тексте как таковом (различные характеристики формы — язык, структура, жанр сообщения, ритм и тон речи); выявление того, что будет существовать после текста, т.е. после его восприятия адресатом (оценка различных эффектов воздействия). В разработке и практическом применении контент-анализа выделяют несколько стадий. После того, как сформулированы тема, задачи и гипотезы исследования, определяются категории анализа — наиболее общие, ключевые понятия, соответствующие исследовательским задачам. Система категорий играет роль вопросов в анкете и указывает, какие ответы должны быть найдены в тексте. В практике отечественного контент-анализа сложилась довольно устойчивая система категорий — знак, цели, ценности, тема, герой, автор, жанр и др. Все более широко распространяется контент-анализ сообщений средств массовой информации, основанный на парадигматическом подходе, в соответствии с которым изучаемые признаки текстов (содержание проблемы, причины ее возникновения, проблемообразующий субъект, степень напряженности проблемы, пути ее решения и др.) рассматриваются как определенным образом организованная структура.

Категории контент-анализа должны быть исчерпывающими (охватывать все части содержания, определяемые задачами данного исследования), взаимоисключающими (одни и те же части не должны принадлежать различным категориям), надежными (между **кодировщиками** не должно быть разногласий по поводу того, какие части содержания следует относить к той или иной категории) и уместными (соответствовать поставленной задаче и исследуемому содержанию). При выборе категорий для контент-анализа следует избегать крайностей: выбора слишком

многочисленных и дробных категорий, почти повторяющих текст, и выбора слишком крупных категорий, т.к. это может привести к упрощенному, поверхностному анализу. Иногда необходимо принимать во внимание и отсутствующие элементы текста, которые могут быть значимыми для контент-анализа.

После того, как категории сформулированы, необходимо выбрать соответствующую единицу анализа — лингвистическую единицу речи или элемент содержания, служащие в тексте индикатором интересующих исследователя явления. В практике отечественных контент-аналитических исследований наиболее, употребительными единицами анализа являются слово, простое предложение, суждение, тема, автор, герой, социальная ситуация, сообщение в целом и др. Сложные виды контент-анализа обычно оперируют не одной, а несколькими единицами анализа. Единицы анализа, взятые изолированно, могут быть не всегда правильно истолкованы, поэтому они рассматриваются на фоне более широких лингвистических или содержательных структур, указывающих на характер членения текста, в пределах которого идентифицируется присутствие или отсутствие единиц анализа — контекстуальных единиц. Например, для единицы анализа «слово» контекстуальная единица — «предложение». Наконец, необходимо установить единицу счета — количественную меру взаимосвязи текстовых и внетекстовых явлений. Наиболее употребительны такие единицы счета, как время-пространство (число строк, площадь в квадратных сантиметрах, минуты, время вещания и т.п.), появление признаков в тексте, частота их появления (интенсивность).

Важен выбор необходимых источников, подвергаемых контент-анализу. Проблема выборки содержит в себе выбор источника, количества сообщений, даты сообщения и исследуемого содержания. Все эти параметры выборки определяются задачами и масштабами исследования. Чаше всего контент-анализ проводится на годичной выборке: если это изучение протоколов собраний, то достаточно 12 протоколов (по числу месяцев), если изучение сообщений средств массовой информации — 12—16 номеров газеты или теле-, радиодней. Обычно выборка сообщений средств массовой информации составляет 200—600 текстов.

Необходимым условием является разработка **таблицы контент-анализа** — основного рабочего документа, с помощью которого проводится исследование. Тип таблицы определяется этапом исследования. Например разрабатывая категориальный аппарат, аналитик составляет таблицу, представляющую собой систему скоординированных и субординированных категорий анализа. Такая таблица внешне напоминает анкету: каждая категория (вопрос) предполагает ряд признаков (ответов), по которым квантифицируется содержание текста. Для регистрации единиц анализа составляется другая таблица — кодировальная матрица. Если объем выборки достаточно велик (свыше 100 единиц), то кодировщик, как правило, работает с тетрадью таких матричных листов. Если выборка невелика (до 100 единиц), то можно проводить двумерный или многомерный анализ. В этом случае для каждого текста должна быть своя кодировальная матрица.

Вопросы для обсуждения

1. Основное назначение и области применения метода анализа документов в социологии.
2. Виды документов, используемых в социологическом исследовании.
3. Этапы и процедуры анализа документов.
4. Контент-анализ: понятие и характерные особенности

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте общую характеристику анализа документов как метода сбора первичной социологической информации.
2. Сравните метод анализа документов с другими методами сбора социологической информации (методом опроса, социальным экспериментом, наблюдением и т. д.)
3. Проведите анализ особенностей метода и укажите его достоинства и недостатки.
4. В каких областях научно-исследовательской деятельности этот метод является основным? При исследовании каких проблем он является дополнительным?

5. В каких социальных и естественных науках информация получается исключительно этим методом? Почему в социологии анализ документов используется преимущественно в комплексе с другими методами?

6. При проведении каких исследований метод анализа документов оказывается недостаточно эффективным?

7. В сочетании с какими методами сбора информации метод анализа документов может использоваться наиболее эффективно?

8. Что представляют собой специальные документы исследования?

9. Как проводится отбор документов для изучения?

10. Дайте определение традиционному методу анализа документов.

11. Чем отличается количественный анализ документов от качественного метода?

Тема 14. Экспериментальный метод в социологии

Эксперимент в социологии - это метод сбора и анализа эмпирических данных, направленный на проверку гипотез относительно причинных связей между социальными явлениями. В реальном эксперименте эта проверка проводится путем вмешательства экспериментатора в естественный ход событий: он создает или находит определенную ситуацию, приводит в действие гипотетическую причину и наблюдает за изменениями в ситуации, фиксирует их соответствие или несоответствие выдвинутой гипотезе.

Основными признаками социального эксперимента являются:

- активное вмешательство исследователя в систему изучаемых явлений;

- планомерное введение относительно изолированного экспериментального фактора, его вариация, возможная комбинация с другими факторами;

- планомерный контроль за всеми существенными детерминирующими факторами;

- эффекты изменения зависимых переменных должны быть измерены и однозначно сведены к влиянию независимых переменных (экспериментального фактора).

Структура социального эксперимента может быть представлена следующим образом:

1. Экспериментатор. Это обычно исследователь или группа исследователей, которые разрабатывают и проводят эксперимент.

2. Экспериментальный фактор (или независимая переменная) - условие или система условий, которые вводятся социологом. Независимая переменная должна быть, во-первых, управляемой, т.е. ее направление и интенсивность действия должны находиться в соответствии с программными установками; во-вторых, контролируемой, если ее качественные и количественные характеристики раскрываются в пределах программы эксперимента.

3. Экспериментальная ситуация - ситуация, которая создается в соответствии с программой исследования для проведения эксперимента. В условия экспериментальной ситуации не включается экспериментальный фактор.

4. Экспериментальный объект - это группа лиц, согласившихся участвовать в экспериментальном исследовании

Вопросы для обсуждения

1. Определение и виды эксперимента:

- по характеру экспериментальной ситуации: полевой, лабораторный, контролируемый, естественный
- по характеру объекта и предмета исследования: реальный, мысленный.
- в зависимости от специфики решения поставленной задачи: научные и прикладные.
- по характеру логической структуры доказательств исходных гипотез: линейный (последовательный), параллельный.
- по специфике решаемой в исследовании задачи: проективные и ретроспективные.

2. Основные компоненты структуры социологического эксперимента (экспериментатор, экспериментальный фактор, экспериментальная ситуация, экспериментальный объект).

3. Этапы проведения социологического эксперимента • теоретический.

- методический
- реализация программы эксперимента
- осуществление анализа и оценки результатов эксперимента

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте характеристику экспериментального метода. Каких ошибок следует избегать при подготовке и проведении эксперимента?
2. Каково содержание протокола эксперимента?
3. Перечислите виды экспериментов.
4. В чем проявляются основные отличия методов наблюдения и социального эксперимента?
5. Каким требованиям должна отвечать процедура проведения эксперимента?
6. Как различаются эксперименты по логической структуре доказательства гипотез?
7. Дайте определение объекту и предмету экспериментального исследования.
8. Как различаются эксперименты по характеру экспериментальной ситуации?
9. Сравните метод социального эксперимента с другими методами сбора социологической информации. Выделите сходства и различия.
10. В чем заключается основное различие реального и мыслительного эксперимента? Каковы специфические особенности проведения мыслительного эксперимента?
11. По каким принципам формируются экспериментальные группы в лабораторных экспериментах?
12. Чем отличаются контрольная и экспериментальная группы в линейном эксперименте?
13. Какова формальная структура параллельного эксперимента?
14. В каких видах экспериментов применяется метод случайного отбора?
15. С чем связаны ограничения, накладываемые на области использования результатов экспериментальных исследований?
16. В сочетании с какими методами сбора социологической информации метод социального эксперимента может использоваться с наибольшим эффектом?

17. Какое влияние на практическое использование экспериментально полученных данных оказывает пространственно-временной интервал постановки эксперимента?

Тема 15. Метод экспертного опроса в социологическом исследовании.

Метод проведения экспертного опроса является одним из этапов экспертной оценки. Сегодня экспертные оценки стали одной из наиболее бурно развивающихся научно-практических дисциплин, задачей которой стало структурирование и системная организация процесса получения и кодирования данных и знаний, источником которых является человек-эксперт. Экспертные оценки стали единственным и незаменимым средством для решения неформализованных задач в научно-технической и научно-исследовательской деятельности.

Целью проведения экспертного опроса является извлечение экспертных знаний и кодирование их в соответствующую форму, интерпретируемую с помощью разработанного математического аппарата.

Методы экспертных оценок используются для прогнозирования событий будущего, если отсутствуют статистические данные или их недостаточно. Они также применяются для количественного измерения таких событий, для которых не существует других способов измерения, например, при оценке важности целей и предпочтительности отдельных методов продвижения. Иными словами, методы экспертных оценок применяются как для количественного измерения событий в настоящем, так и для целей прогнозирования.

Методы опроса делятся на две группы:

- 1) очные (личные) и заочные;
- 2) индивидуальные и групповые (коллективные).

Личный опрос – это процедура, в процессе которой исследователь осуществляет очный контакт с экспертом /1/. Недостатком очного опроса являются большие затраты труда и времени как со стороны исследователя, так и экспертов. Необходимость длительного участия в экспертизе обычно вызывает недовольство со стороны экспертов. Кроме того, при очном

опросе могут возникать нежелательные искажения информации вследствие психологического воздействия исследователя на эксперта.

Заочный опрос осуществляется путем пересылки анкеты эксперту по почте, его преимущества – простота и дешевизна. Однако надежность полученных данных может быть ниже, чем при очном опросе, поскольку некоторые вопросы эксперт может неправильно истолковать, а на некоторые вообще не дать ответа.

Вопросы для обсуждения

1. Сущность экспертного опроса.
2. Зависимость критериев подбора экспертов от задач и методических разновидностей метода экспертизы.
3. Экспертный прогноз.

Вопросы для самоконтроля

1. В сочетании с какими методами сбора социологической информации использование экспертного метода наиболее оптимально?

2. Каким образом эксперты оценивают достоверность проведенных массовых опросов?

3. Какие субъективные факторы могут повлиять на достоверность экспертной оценки?

4. Как используется метод экспертной оценки при аттестации организаций?

5. Какую информацию позволяет получить метод экспертного опроса в разведывательных и пилотажных исследованиях?

6. Какие типичные ошибки возможны при интерпретации результатов экспертного опроса?

7. Какие характерные особенности отличают информацию, полученную с использованием метода экспертного опроса?

8. В чем заключаются достоинства и недостатки экспертного метода?

9. Какой из методов сбора социологической информации имеет наибольшее сходство с методом экспертного опроса?

Тема 16. Метод фокус-групп

Метод фокус-группы в последние годы получил широкое распространение как один из наиболее оперативных и эффективных способов сбора и анализа социальной информации. Заметим, что он применяется, как правило, в сочетании с количественными методами, может играть при этом как дополнительную, так и ключевую роль. Кроме того, он включает в себя элементы количественных методов (включенное наблюдение, правило репрезентативной выборки и др.).

Реализация данного метода предполагает формирование нескольких дискуссионных групп (чаще – по 10-12 чел.) и проведение в них обсуждения исследуемой проблемы с целью ее более глубокого понимания и поиска оптимальных путей решения. *Фокус внимания участников* групповых дискуссий при этом сосредоточивается на каком-то одном, естественно, 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.

Фокус-групповое обсуждение исследуемой проблемы гораздо продуктивнее, нежели выяснение мнений о ней методами анкетирования и индивидуального интервьюирования.

При определении *необходимого количества групп* решающее значение имеет учет следующих обстоятельств:

- их должно быть не менее двух, чтобы соблюсти минимум условий сопоставимости мнений их участников;
- количество фокус-групп должно быть достаточным для того, чтобы выявить мнения представителей тех групп населения, которые гипотетически по-разному относятся к изучаемой проблеме;
- увеличение количества групп, участвующих в НИР, желательно продолжать пока в обсуждениях появляются новые мнения, т. е. до тех пор, пока дискуссии не станут повторяться, "идти по кругу".

Состав участников групп устанавливается с учетом их следующих характеристик:

1. социальная принадлежность (статус) респондентов. Обычно в одну группу включают 10-12 представителей, близких друг

другу по социальному статусу. При этом в разных группах должны быть представлены все основные слои населения;

2. жизненный опыт участников. В одной фокус-группе собираются, как правило, близкие по жизненному опыту люди;

3. степень компетентности. Респонденты с существенно разной степенью компетентности не должны присутствовать в одной группе;

4. потребительские возможности. В одной группе должны быть люди примерно одного уровня финансово-экономических возможностей;

5. возраст и семейный статус. В одну группу не следует включать людей разных возрастов, однако они должны быть в разных фокус-группах;

6. культурные различия. Желательно не включать в одну группу представителей разных культур;

7. пол. Большинство исследователей выступает за смешанные по половому признаку фокус-группы;

8. точка зрения на обсуждаемую проблему. В одну группу обязательно следует приглашать людей с различными мнениями по вопросам, выносимым на дискуссию.

Продолжительность заседания фокус-группы. Как правило, фокус-группа длится не более, чем 1,5-2 часа. Иногда целесообразно проводить короткие заседания групп (30-40 мин). В исключительных случаях, когда метод фокус-групп играет роль основного способа интеграции новых идей, продолжительность группового обсуждения достигает 6-8 часов.

Количество участников. Как уже отмечалось, обычно в одном заседании фокус-группы участвуют 10-12 человек. Вместе с тем существует довольно распространенная практика проведения заседаний групп в составе 5-6 человек. Целесообразность сокращения численности фокус-групп объясняется некоторыми проблемами, возникающими в больших группах

Вопросы для обсуждения

1. Специфика и условия применения метода фокус-группы.

2. Подготовительные работы при использовании метода фокус-группы: обоснование метода, отбор участников, инструктаж модератора. Требования к разработке плана групповой дискуссии. Технический инструментарий.

3. Процедура проведения фокус-группы. Особенности фиксации и обработки информации, получаемой данным методом.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие социальные проблемы можно изучать с помощью метода фокус-групп?

2. Почему метод фокус-группового исследования не применяется в массовых опросах?

3. Какой социологический метод сбора информации наиболее близок к методу фокус-групп?

4. Как сочетаются методы глубинного интервью и фокус-групп при получении маркетинговой информации?

5. Почему метод фокус-групп считается наиболее эффективным при проведении исследований потребительского спроса?

6. Какие методы социологического исследования применяются при проведении фокус-группового интервью?

7. Назовите основные этапы проведения фокус-группового исследования.

8. Какие задачи решаются на подготовительном этапе?

9. Каков оптимальный размер группы, в которой проводится исследование? От каких факторов зависит численность участников фокус-группы?

10. Какова продолжительность группового обсуждения темы?

11. Какие задачи решаются на основном этапе исследования?

12. Чем отличается обсуждение проблемы участниками фокус-группы от экспертного опроса? Почему единое мнение в первом случае не считается показателем хорошей работы группы?

13. Как осуществляется отбор респондентов в фокус-группы? Какие социально-демографические характеристики учитываются при формировании группы?

14. Что означает понятие «гомогенность группы». Как соблюдается эта характеристика при проведении фокус-групп?

Краткий словарь социологических терминов

Анализ документов – один из широко применяемых методов сбора первичной информации. Документы с различной степенью полноты отражают духовную и материальную жизнь общества, передают событийную, фактологическую сторону социальной действительности, а также фиксируют структуру языка. В них содержатся сведения о процессах и результатах деятельности отдельных индивидов, коллективов, больших групп населения и общества в целом.

Анкета – упорядоченный по последовательности, содержанию и форме набор вопросительных суждений, воплощенный в виде опросного листа и предназначенный для сбора эмпирической социологической информации в форме письменных ответов респондентов по сформулированной исследователем проблеме.

Анкетер – лицо, осуществляющее сбор эмпирической информации посредством анкетного опроса респондентов.

Анкетирование – одна из основных разновидностей методы социологического опроса, при котором общение между исследователем и респондентом, являющимся источником информации, опосредуется анкетой.

Анкетирование групповое – метод одновременного письменного опроса группы людей, собранных в одном помещении и осуществляемый в соответствии с требованиями выборочной процедуры.

Анкетирование индивидуальное – опрос респондента с помощью раздаточной анкеты, осуществляемый в непосредственном контакте исследователя с респондентом, который отвечает на письменные вопросы, при необходимости получая консультацию анкетера, чаще всего проводится по месту жительства.

Анкетные вопросы – это целевые вопросы, переформулированные так, чтобы стать доступными для восприятия респондента и минимизировать возможность получения ложной информации.

Включенное (участвующее) наблюдение – такой вид наблюдения, при котором наблюдатель в той или иной степени непосредственно включен в изучаемый процесс, находится в контакте с наблюдаемыми людьми и принимает участие в их деятельности.

Выборочная совокупность (выборка) – часть объектов генеральной совокупности, отобранная с помощью специальных приемов для получения информации о всей совокупности в целом.

Генеральная совокупность – это объект исследования, который территориально, производственно и во времени «локализован» и на который распространяются выводы исследования.

Гипотеза – утверждение о фактах, эмпирических связях или принципах функционирования и развития социальных явлений, не имеющее эмпирического или логического обоснования.

Дельфийская техника – такой метод экспертного прогноза, который заключается в выработке согласованных мнений путем многократного повторения опроса одних и тех же экспертов.

Документ – специально созданный человеком предмет, предназначенный для передачи или хранения информации.

Единицы анализа – элементы выборочной (обследуемой) совокупности – респонденты, подлежащие непосредственному исследованию.

Единицы отбора – элементы генеральной совокупности, отбираемые на каждом этапе выборки по особому плану.

Задачи – конкретные целевые установки, определяющие основные направления и этапы решения поставленной проблемы.

Закрытые вопросы – вопросы, в которых респонденту предлагается один или несколько возможных ответов (например, «да– нет» вопрос).

Инструментарий социологический – определенный набор методически-исследовательских документов, разработанных в соответствии с программой, целями и задачами исследования, с помощью которых обеспечивается сбор эмпирических социологических данных (анкета, бланк- интервью, карточка наблюдения и др.).

Интервью (от англ. беседа с глазу на глаз) – один из основных методов опроса, использующий в качестве источника информации непосредственное вербальное взаимодействие исследователя с респондентом в соответствии с исследовательской программой.

Интервьюер – лицо, вступающее в непосредственное взаимодействие с опрашиваемым с целью получения от него желаемой информации.

Интервьюирование – способ опроса, в котором получение интересующей нас информации осуществляется путем непосредственного взаимодействия социолога с респондентом в соответствии с целью и задачами исследовательской программы.

Контент-анализ – это техника выведения заключения, производимого благодаря объективному и систематическому выявлению соответствующих задачам исследования характеристик текста.

Контрольные вопросы – вопросы, назначение которых проверка достоверности данных.

Малая группа – такая социальная группа, между всеми членами которой имеются непосредственные контакты, члены которой обладают развитым чувством принадлежности к ней. Характеристической, критериальной чертой группы является чувство общности, которое цементирует отношения членов

группы и отличает одну группу от другой, «замыкает» ее на себя. В одних случаях это чувство — понимание цели совместных действий, в других — определенное эмоциональное тяготение, притяжение людей, в третьих — временное согласие на использование конкретных средств, методов, инструментов деятельности. Оправданно также говорить о групповых интересах, потребностях, нормах и пр.

Метод – основной способ сбора, обработки и анализа данных.

Методика – понятие, которым обозначим совокупность технических приемов, связанных с данным методом, включая частные операции, их последовательность и взаимосвязь.

Методология – это система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности.

Методология социологического исследования – совокупность исследовательских процедур, техники и методов, включая приемы сбора и обработки данных.

Метод экспертных оценок – процедура получения первичных эмпирических данных, состоит в опросе специально отобранных экспертов относительно значений некоторых переменных, дающих необходимую информацию об объекте оценки.

Наблюдение – метод сбора информации об изучаемом социальном объекте путем непосредственного восприятия и регистрации факторов, касающихся изучаемого объекта и значимых с точки зрения целей исследования.

Невключенное (внешнее) наблюдение – исследователь находится вне изучаемого объекта. Он со стороны регистрирует происходящие процессы, не вмешиваясь в их ход.

Неструктурированное (неконтролируемое) наблюдение – такое, где исследователь не определяет заранее, какие именно элементы изучаемого процесса (ситуации) он будет наблюдать.

Объект – это совокупность явлений, процессов или определенная сфера социальной действительности, на которые направлена познавательная деятельность исследователя.

Объект социологического исследования – носитель той или иной социальной проблемы.

Операционализация понятий – специфическая научная процедура установления связи концептуального аппарата исследования с его методическим инструментарием. Включает в себя операции, которые используются при построении того или иного инструмента исследования: анкеты, индекса и т.д.

Основа выборки – перечень элементов генеральной совокупности, удовлетворяющий требованиям полноты, точности, адекватности, удобства работы с ним, отсутствия дублирования единиц анализа.

Открытый вопрос – вопрос, в рамках которого не предлагается готовых ответов, их дает сам опрашиваемый или записывает интервьюер.

Панельное исследование – тип исследования, в котором выборка объектов остается неизменной во все временные точки исследования.

Переменные – социальные явления и процессы, которые могут быть представлены в виде изменяющейся величины и описаны математическими средствами.

Полное включение – наблюдение проводится скрытно, изнутри.

Пилотажные (пробные) исследования – проводятся для проверки качества инструментария.

Полузакрытый вопрос – представляет опрашиваемому возможность либо уклониться от выбора именно данных альтернатив («не могу сказать точно» и т.п.), либо ответить по-своему.

Предмет – это определенная сторона или свойство объекта, заданные для непосредственного изучения именно в данном прикладном исследовании.

Проблема – это результат теоретического осмысления проблемной ситуации, выраженный в четкой формулировке.

Проблемная ситуация – это реально существующее в социальной действительности противоречие, способы разрешения которого в настоящее время еще не известны или не ясны.

Программа социологического исследования – это систематизированное изложение теоретико-методологических предпосылок, общей концепции исследовательского проекта в соответствии с основными целями и задачами предпринимаемой работы, методических и процедурных основ ее выполнения, выдвигаемых гипотез и логически последовательных операций для их проверки.

Процедура – последовательность всех операций, общая система действий и способов организации исследования.

Репрезентативность – свойство выборочной совокупности представлять характеристику генеральной.

Роль социальная – социальная функция, модель поведения, объективно заданная социальной позицией личности в системе общественных или межличностных отношений.

Свободное (клиническое) интервью – проводится без заранее подготовленного опросника или разработанного плана беседы.

Социальный статус – (от лат. – состояние дел, положение) – интегративный показатель положения социальной группы и ее представителей в обществе, в системе социальных связей и отношений.

Социограмма (от лат. общество и греч. черта, буква, написание) – способ представления межличностных и межгрупповых отношений в виде графа – системы связей между точками, каждой из которых соответствует определенный индивид или социальная группа.

Социологическое исследование – система логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные данные об изучаемом явлении или процессе для их последующего использования в практике социального управления.

Социометрия (от лат. общий и греч. мера) – метод исследования малых групп, коллективов и организаций с помощью описания системы межличностных отношений между их членами. Техника такого исследования позволяет фиксировать, как объективные отношения воспринимаются и оцениваются людьми, занимающими разное положение в данной общности.

Структурированное (контролируемое) наблюдение – такой вид наблюдения, при котором социолог заранее определяет, какие из элементов изучаемого процесса или ситуации имеют наибольшее значение для его исследования, и сосредоточивает на них свое внимание.

Техника – совокупность специальных приемов для эффективного использования того или иного метода.

Традиционный анализ – все многообразие умственных операций, направленных на интерпретацию сведений, содержащихся в документе, с определенной точки зрения, принятой исследователем, в каждом конкретном случае.

Трендовые (повторные) исследования производятся с целью изучения изменения внутри некоторой генеральной совокупности с течением времени.

«Участник-наблюдатель» – форма наблюдения, при которой исследователь не скрывает своей роли и с согласия коллектива наблюдает его жизнь в течение определенного времени, имеет возможность беседовать с его членами, принимать участие в обсуждении проблем коллектива.

Фокусированное (направленное) интервью имеет целью сбор данных по поводу конкретной ситуации, явления, его последствий или причин.

Формализованное (стандартизированное) интервью – поведение интервьюера и анкетера строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией по его заполнению, предназначенной для интервьюера.

Целевые вопросы – это вопрос, формулируемый исследователем в соответствии с целью социологического исследования и выражающий одну из задач исследования.

Цель – это планируемый результат, на достижение которого направлена исследовательская деятельность социолога.

Эксперимент – метод получения информации об изучаемом социальном объекте путем воздействия на него некоторых управляемых и контролируемых факторов (переменных). Объектом эксперимента для социолога являются люди и социальные общности — часто их реакция на «научное» вмешательство оказывается непредсказуемой, во всяком случае, для экспериментатора.

Экспериментальный фактор (независимая переменная) – условие или группа условий, которые вводятся в исследуемую ситуацию социологом.

Экспериментальной группой называется та группа, к которой «применяется» изучаемая независимая переменная.

Библиографический список

1. Аверьянов, Л.Я. Социология: Что она знает и может/Л.Я. Аверьянова; М., 1993.
2. Андреева, Г.М. Социальная психология/Г.М. Андреева – М., 1988.
3. Андреенков, В.Г. Эксперимент/В.Г. Андреенков //Социология. /Под ред. Г.В.Осипова. – М., 1996.
4. Андреенков, В.Г., Сотникова, Г.Н. Телефонные опросы населения/В.Г. Андреенков, Г.Н.Сотникова / М., 1985.
5. Бабосов, Е.М. Прикладная социология/ Е.М. Бабосов; Минск, 2000.
6. Батыгин, Г.С. Лекции по методологии социологических исследований/Г.С. Батыгин; М., 1995.
7. Белановский, С.А. Метод фокус-групп: Учебное пособие/С.А. Белановский; М.: Никколо-Медиа, 2001.
8. Бутенко, И.А. Организация прикладного социологического исследования/И.А. Бутенко; М., 1998.
9. Вихалемм, П. Эксперимент в социологическом исследовании/ П. Вихалемм //Методы сбора информации в социологических исследованиях / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. Кн. 2.– М., 1990.
10. Гуров, Ю.С. Методология и методика социологических исследований/ Ю.С. Гуров; Чебоксары, 1995.
11. Давыдов, А.А. Расчет квотной выборки/А.А. Давыдов;М., 1993.
12. Давыдов, А.А. Респондент как источник информации/А.А.Давыдов; М., 1993.
13. Девятко, И.Ф. Модели объяснения и логика социологического исследования/И.Ф. Девятко; М., 1996.
14. Демин, А.Н. О совмещении количественного и качественного подходов в исследовательском цикле/А.Н. Демин // Социология: 4М. Ноябрь.- 1999. -№ 11.
15. Дмитриева, Е.В. Метод фокус-групп: проблемы подготовки, проведения, анализа/ Е.В. Дмитриева // Социологические исследования. № 8. 1999.
16. Докторов, Б.З. Подготовка и проведение почтового опроса/Б.З.Докторов;Л., 1986.
17. Ельмеев, В.Я. Социологический метод: теория, онтология, логика/В.Я. Ельмеев; СПб., 1995.

18. Ефремов, А. Групповые фокусы/А. Ефремов // Индустрия рекламы.- 2002. -№19.
19. Золотовицкий, Р.А. Групповая реальность и ее синтез. //Онтосинтез социальной реальности. Труды методологического семинара. Ред. В.С.Дудченко. М., 1998.
20. Климантова Г.И., Черняк Е.М., Щегорцов А.А. Методология и методы социологического исследования. Учебник для бакалавров. – М.: Дашков и Ко, 2014. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221289&sr=1>
21. Козлов, Д.Ф. Структура социологического исследования/Д.Ф. Козлов; М., 1984.
22. Кравченко, А.И. Прикладная социология и менеджмент/А.И. Кравченко; М., 1995.
23. Куприян, А.П. Проблема эксперимента в аспекте общественной практики/А.П. Куприян; М., 1981.
24. Кэмбелл, Д.Т. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях/Д.Т. Кэмбелл; СПб., 1996.
25. Лейтц, Г.. Психодрама: теория и практика. Классическая
26. Мельникова, О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техники качественных исследований в социальной психологии: Учеб. пособие для студ. психол. фак. высш. учеб. Заведений/О.Т. Мельникова; М.: Издательский центр «Академия», 2003.
27. Мельникова, О.Т. Фокус-группы: Методы, методология, модерирование: Учеб. Пособие для студентов вузов/О.Т. Мельникова; М.: Аспект Пресс, 2007.
28. Морено, Я.Л. Социометрия. Экспериментальный метод и наука об обществе/Я.Л. Морено; М. 2001.
29. Мягков, Ю. Обеспечение анонимности в социологическом опросе: (Аналитический обзор зарубежных исследований)/Ю.Мягков //Социс. – 1999. – №
30. Назарова, И.Б. Качество опроса: факторы неответов/И.Б.Назарова //Социс. – 1999. – № 11.
31. Никифоров, А.Г., Семенов, В.Е. Метод наблюдения в социально-психологических исследованиях/А.Г. Никифоров, В.Е. Семенов; Л., 1987.
32. Ноэль, Э. Массовые опросы. Введение в теорию демоскопии /Э.Ноэль; М., 1978.
33. Овсянников, В.Г. Методология и методика в прикладном социологическом исследовании/В.Г. Овсянников; Л., 1989.
34. Романович, Н.А. Ситуация опроса глазами респондента/Н.А. Романович //Социс. – 1999. – № 2.
35. Степанов, А.С. Метод контент-анализа и производные принципы в исследовании актуальных проблем современного общества/А.С. Степанов; М., 1995.

36. Тавокин, Е.П. Основы методики социологического исследования [Текст]: учебное пособие / Е. П. Тавокин. – Москва : ИНФРА-М, 2014. - 239 с. ISBN 978-5-16-0034 773-7
37. Хагуров, А.А. Социальный эксперимент: логико-методологические и социальные проблемы/А.А. Хагуров; Р. н/Д., 1991.
38. Юдина, Т.Н. Методика и техника социологических исследований/Т.Н. Юдина; М., 1998.
39. Ядов, В.А. Социологическое исследование: методология, методика, программа, методы/В.А. Ядов; Самара, 1995.
40. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности/В.А. Ядов; М., 2012.