

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич  
Должность: ректор  
Дата подписания: 08.12.2022 13:31:44  
Уникальный программный ключ:  
9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

**МИНОБРАЗОВАНИЯ 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.

**ПРОЕКТИВНЫЕ МЕТОДИКИ ИЗУЧЕНИЯ**  
**ЛИЧНОСТИ**

**Методические рекомендации к практическим**  
**занятиям для студентов направления подготовки**  
**39.04.01 Социология**

Курск 2017

УДК 378.14

Составитель: О.О. Нишнианидзе

Рецензент

Кандидат социологических наук, доцент Килимова Л.В.

Проективные методики изучения личности: методические рекомендации к практическим занятиям для студентов направления подготовки 39.04.01 Социология / Курск. Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: О.О Нишнианидзе. - Курск, 2017. - 34 с.: Библиогр.: с. 32.

В методических рекомендациях даны краткие пояснения к выполнению работы по социологическим методам изучения личности в соответствии с учебным планом направления подготовки 39.04.01 Социология. Изложены требования и даны рекомендации по подготовке к практическим занятиям предусмотренным рабочей программой.

Методические указания соответствуют требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 39.04.01 Социология

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать. .Формат 60 x 84 1/16.  
Усл. печ. л. 1,2. Уч.-изд. л. 1,08. Тираж 100 экз.  
Заказ Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.  
305040 Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

## **Введение**

«Проективные методики изучения личности» представляет дисциплину с индексом Б1.В.ДВ.8.2. базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана направления подготовки 39.04.01 Социология для магистерской программы «Социология личности». Дисциплина изучается на 1 курсе во 2-м семестре.

Основная *цель курса* - изучение современных методов проектирования и реализации социологических исследований для изучения личности

### **Задачи изучения дисциплины:**

- освещение проблематики социологических исследований в процессе личности;
- раскрытие методологических и методических аспектов социологических исследований а рассмотрении личности;
- рассмотрение состава, функциональных возможностей и ограничений существующих методов сбора и анализа социологических данных;
- изучение правил и процедур конструирования исследовательских инструментов;
- обзор программных средств обработки социологических данных.

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

#### **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;

- выбирать тип, вид занятия,
- использовать современными методами сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации
- применять современные социологические методы при осуществлении экспертной деятельности
- 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. Количественная и качественная стратегии исследовательского поиска..**

Количественная стратегия – классический подход, идет от позитивной социологии.

Особенности подхода:

1) . Реальность – надындивидуальный, объективный свод правил, норм, детерминирующих жизнь об-ва. Общество определяет жизнь индивида, существуют универсальные законы, по которым об-во развивается. Отдельный чел. интереса не представляет.

2) объект - массовые процессы, события, которые изучаются через большие социальные группы. Исследования направлены на поиск универсальных связей, зависимостей, распределений мнений.

3) исследование, в целом, направлено на изучение типического, но оно понимается как универсальные закономерности, выявленные с помощью математической статистики.

4) понимании истины как опытного, достоверного, объективного знания, существующего универсально, не зависимо от человека. Важно убрать влияние наблюдателя.

5) нисходящая стратегия – от теоретических понятий к эмпирическому знанию

6) обеспечение достоверности данных путем соблюдение методологических принципов (эмпир. интерпретация, обоснование выборки, выборе методов, шкал).

7) программа социологического исследования - жесткая структура исследования, соблюдение всех пунктов программы, детально прорабатывается до начала исследования

8) формирование выборки - репрезентативность, рассчитанный объем выборки, обеспечение заданной точности исследования, спроектированная структура выборки. Объем и структура выборки определяются до начала исследования.

9) методы обработки данных: применяют 1) статистические методы обработки, 2) строят частотные распределения, 3) рассчитывают коэффициенты связи, 4) применяют методы многомерного анализа.

10) методы сбора информации: колич: жесткие, структурированные, формализованные методы.

11) оформление отчета: структурированный язык отчета, таблицы, диаграммы, коэффициенты, зависимости с их последующим анализом.

Качественный подход – противопоставление количественному подходу (опора на теории Вебера, Зиммеля, Шюца, Мида).

Особенности подхода:

1) понимание соц реальности: начало любой соц. реальности – индивид и его интерпретации. Соц. реальность формируется в сознании индивида, конструируется человеком, приобретает черты типического в результате взаимодействия людей.

2) фокус исследовательского интереса: – отдельный индивид, его интерпретации, смыслы, которые он вкладывает в окружающую действительность, комплекс переживаний человека, его отношение к окружающим явлениям, их оценка. Поняв поведение отдельного человека, выявив нечто типическое, можем понять те социальные явления, которые происходят в обществе.

3) исследование, в целом, направлено на изучение типического, но типическое формируется в результате коммуникаций, как следствие – в интерпретациях каждого человека есть нечто индивидуальное и типическое.

4) различия в понимании истины: каждый индивид – носитель своей истины. Истина относительна, существует только в определенном контексте, конкретном опыте.

5) восходящая стратегия – от эмпирических данных к выводам и обобщениям, построению мини-концепций и теорий.

6) обеспечение достоверности данных: адекватное отображение интерпретаций респондентов.

7) программа социологического исследования: программа не имеет жесткой структуры, в ней ставятся только цели и основные задачи. Программа постоянно исправляется и дополняется в процессе самого исследования.

8) формирование выборки: Выборка небольшая. Объем выборки заранее не рассчитывается, проектируется приблизительно, окончательно определяется в процессе самого исследования.

9) методы обработки данных: качественные, представляются материалы интервью, дневники наблюдений с разной степенью обобщенности. Приводятся объяснения социальных явлений самим

респондентом, его субъективные интерпретации, позиции, практики.

10) методы сбора информации: качественные, мягкие, неформализованные

11) оформление отчета: представления, интерпретации респондента, приведение цитат из транскрипта, последующее обобщение, выводы.

### **Вопросы для обсуждения**

1. В каких случаях исследование можно отнести к разряду качественных?

2. Почему и в каких случаях избирается тактика качественного исследования?

3. Каковы различия и сходства качественного и количественного подходов?

4. Что лично Вам как исследователю ближе: стратегия качественного подхода или количественного? Обоснуйте свою позицию.

5. Каков фокус биографического исследования?

### **Вопросы для самоконтроля**

1. Какие принципы лежат в тактике «восхождения к теории»?

2. Какие группы могут быть изучены средствами этнографического исследования?

3. Что в первую очередь исследуется в технике кейс-стади?

4. В чем вы видите отличие каждой из тактик?

## **Тема 2. Методы анализа 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. Чаще 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 3. Метод экспертной оценки**

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.

Рассмотрим вторую группу методов проведения опроса более подробно.

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ОПРОСА

Сравнительно простым методом проведения индивидуального экспертного опроса является способ типа “интервью”. Название этого метода говорит само за себя. Свои суждения эксперт высказывает в беседе с человеком, осуществляющем опрос (прогнозистом), отвечая на поставленные перед ним вопросы. Эксперт в данном случае не имеет времени для предварительного анализа этих вопросов, поэтому прогнозист при проведении интервью должен тщательно продумывать формулировки и смысловое содержание вопросов.

Необходимо учитывать тот факт, что наш язык является полиморфным, и в силу этого нужно вопросы формулировать так, чтобы всеми экспертами они понимались однозначно. Результаты интервью во многом зависят от специальной подготовленности прогнозиста и от его умения вести свободную беседу, удерживая инициативу в своих руках.

Вторым способом проведения индивидуального экспертного опроса является “аналитический” способ. Сюда относятся докладная записка и морфологический анализ. Аналитический способ предполагает длительную работу эксперта по анализу поставленных перед ним вопросов. Термин “морфологический анализ” был впервые введен американским астрофизиком Цвики Ф., который занимался техническим прогнозированием в области реактивных двигателей. При использовании этого метода объект прогнозирования прежде всего

рассматривается с точки зрения его структуры, а не с точки зрения выполняемых им функций. В основе

морфологического метода лежит заранее разработанная схема рассмотрения объектов прогнозирования, предназначенная для выявления возможных вариантов решений некоторой многоаспектной проблемы. При этом выделяются различные типы характеристик анализируемых объектов, их различные свойства с указанием элементов каждого типа. Затем формируются различные варианты развития анализируемых объектов на основе перебора всех возможных сочетаний характеристик каждого типа. Общее число вариантов может быть определено как произведение количества элементов каждого типа: где  $V$  – общее число вариантов построения некоторого технического средства;

$$i=1,2,\dots, n;$$

$n$  – количество различных характеристик;  $r$  – количество характеристик  $i$ -го

типа. В процессе анализа каждого из выделенных вариантов эксперт определяет те из них, которые перспективны с точки зрения достижения определенной цели в

будущем. Важным при использовании морфологического метода является способ оценки эффективности различных вариантов /6/.

## ГРУППОВЫЕ МЕТОДЫ ОПРОСА

В общем случае предполагается, что мнение группы экспертов надежнее, чем мнение отдельного индивидуума, что обусловило популярность групповых методов опроса. Основное преимущество этих методов заключается в возможности разностороннего анализа количественных и качественных аспектов проблемы. Недостатком является то, что мнения даже специалистов в одной узкой области могут расходиться, а, значит, не исключено, что на один и тот же вопрос можно получить от специалистов одного профиля различный ответ.

Групповые методы экспертного опроса делятся на два класса: одни

используют открытую дискуссию, другие опрос при помощи анкет.

Представителями открытой дискуссии являются методы комиссии, суда, мозговой атаки (мозговой штурм, отнесенная оценка). Недостатком дискуссии является то, что для оценки обобщенного мнения всей группы экспертов не используется

аппарат математической статистики. Анкетирование исключает непосредственное общение между экспертами. Свои заключения по поставленным перед ними вопросам эксперты представляют анонимно. Этот способ организации работы экспертов использует метод Дельфы.

**МЕТОД ДЕЛЬФЫ.** В отличие от традиционного подхода к достижению согласованности мнений экспертов путем открытой дискуссии метод Дельфы предполагает полный отказ от коллективных обсуждений. Это делается с целью уменьшить влияние таких психологических факторов, как присоединение к мнению наиболее авторитетного специалиста, нежелание отказаться от публично высказанного мнения, следование за мнением большинства. В методе Дельфы принимаются специальные меры, чтобы исключить влияние на конечный результат экспертов, обладающих даром убеждать других. По мнению источника данный метод, бесспорно, является самым распространенным как за рубежом, так и в нашей стране.

Прямые дебаты в данном методе заменены тщательно разработанной программой последовательных индивидуальных опросов, проводимых обычно в форме анкетирования. Ответы экспертов обобщаются и вместе с новой дополнительной информацией поступают в распоряжение экспертов, после чего они уточняют свои первоначальные ответы. Такая процедура повторяется несколько раз до достижения приемлемой сходимости совокупности высказанных мнений /2/. Недостатками метода Дельфы являются значительное время, требуемое на повторение большого числа итераций экспертизы; необходимость неоднократного пересмотра экспертом своих ответов, вызывающая у него отрицательную реакцию.

### **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 4. 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 5. Социальный эксперимент**

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 6 Ассоциативные методики.**

Ассоциативные методики. Процедура заключается в том, что респондентов просят сказать, написать или выбрать из предложенных методов то, что у них ассоциируется с исследуемым предметом. Существуют различные варианты ассоциативных методик:

словесные ассоциации,

персонификация,

картинки и слова, (ассоциации на визуальные стимулы) и т.д.

Словесные ассоциации — как устные, так и письменные, могут применяться при тестировании названий, выявлении отношения респондентов к определенной марке, группе товаров, рекламе и т.д.

Персонификация — вербальная или невербальная (с использованием портретов) используется для выяснения типажа постоянного потребителя исследуемой марки (при подборе актеров для рекламы), а также для выяснения особенностей имиджа марки или продукта, сложившегося в глазах потребителей.

Картинки и слова — методика с применением визуальных и/или словесных стимулов, используются как при тестировании названия, так и для выяснения имиджа марки, продукта или категории продукта. Респондентов просят выбрать те картинки и слова, которые ассоциируются у них с исследуемым предметом.

Анализ и интерпретация данных, полученных с помощью проективных методик, практически не отличается от интерпретации качественных данных в целом. Здесь не существует системы подсчетов, вместо этого интерпретируется база данных, созданная из описания и объяснения реакций респондентов. При составлении этой базы учитываются все компоненты: тематика высказываний, рисунков и т.д., а также ситуация, язык, тон, цвета, настроение и т.д.

Самое главное для исследователя — понять разницу между тем, что респондент сказал и тем, что он имел в виду. Для этого модератору необходимо просить респондентов объяснить свои действия или слова. То есть задавать «любимые» вопросы модератора: «Почему?» и «Как Вы к этому относитесь?» после того, как респондент высказывал свое мнение по какому-либо вопросу.

Не получив от респондентов объяснения их личного отношения к тому, что они высказали, нарисовали, сыграли и т.д., модератор может интерпретировать данные проективных методик неадекватно. В этом случае он будет исходить из собственных представлений, свойственных определенному возрасту, социальному статусу, профессиональному опыту и т.д.

Очень важным фактором для интерпретации данных, полученных с помощью проективных методик, является сам интерпретатор. В мировой практике считается, что адекватно интерпретировать данные, полученные с помощью проективных методик, может профессионал, имеющий психологическое или социологическое образование и опыт проведения качественных исследований в маркетинге.



### Вопросы для обсуждения

1. Познавательные возможности и область применения ассоциативных методик.
2. Характеристика и особенности применения словесных ассоциаций.
3. Дать характеристику персонификации.
4. Ассоциации на визуальные стимулы.

### Перечень рекомендуемой литературы

#### Основная литература

1. Основы научных исследований / Б.И. Герасимов, В.В. Дробышева, Н.В. Злобина и др. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с. ISBN 978-5-91134-340-8. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390595>

2. Методология науки и инновационная деятельность: Пособие для аспирантов, магистрантов и соискателей / В.П. Старжинский, В.В. Цепкало - М.: НИЦ Инфра-М; Мн.: Нов. знание, 2013 - 327 с. - (Высш. обр.: Магистр.). ISBN 978-5-16-006464-2. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391614>

3. Основы научных исследований (Общий курс): Учебное пособие / В.В. Космин. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). ISBN 978-5-369-01265-9. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=487325>

4. Кравцова, Е. Д. Логика и методология научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Д. Кравцова, А. Н. Городищева. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2014. – 168 с. - ISBN 978-5-7638-2946-4 - ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=507377>

Дополнительная литература 1. Родионова, Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1 [Электронный ресурс] : учебник / Н. В. Родионова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 415 с. - ISBN 978-5-238-02275-8. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=491018>

2. Методы социологического исследования: Учебник / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко - М.: ИНФРА-М, 2013. - 768 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (п) ISBN 978-5-16-003457-7. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394159>

3. Методы и средства исследований в процессах оказания услуг. Практикум: учеб. пособие / В.И. Стельмашенко, Н.В. Воронцова и др. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012 - 384 с. - (Высшее образование). ISBN 978-5-8199-0312-4. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=350149>

4. Колемаев, В. А. Математические методы и модели исследования операций [Электронный ресурс] учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080116 «Математические методы в экономике» и другим экономическим специальностям / В. А. Колемаев; под ред. В. А. Колемаева. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 592 с. - ISBN 978-5-238-01325-1. ЭБС Znanium.com. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391871>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>

2. «Университетская библиотека»: <http://www.biblioclub.ru/>

3. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>

## 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, «закрывает» 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. Краченко; 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.