

*Международный консорциум «Электронный университет»
Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики
Евразийский открытый институт*

Е.В. Ковалевская

Социология

*Учебное пособие
Практикум по дисциплине*

Москва 2004

УДК 316
ББК 60.5
К 561

Ковалевская Е.В. СОЦИОЛОГИЯ: Учебное пособие, практикум по дисциплине /
Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М.:
МЭСИ, 2004. – 164 с.

ISBN 5-7764-0432-0

© Ковалевская Е.В., 2004
© Московский государственный университет
экономики, статистики и информатики, 2004

Содержание

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ.....	5
Введение	6
1. Предмет социологии.....	7
1.1. Общее понятие социологии. Предмет и объект социологии	7
1.2. Предмет социологии	10
1.3. Структура социологического знания (общетеоретический уровень; теории среднего уровня; эмпирический).....	12
1.4. Функции социологии	16
1.5. Взаимодействие социологии с другими науками	17
2. Программа социологического исследования	18
2.1. Структура программы, характеристика ее основных частей. Методологическая основа программы исследования	19
2.2. Объект и предмет исследования	20
2.3. Уточнение и интерпретация основных понятий	21
2.4. Выдвижение рабочих гипотез	22
2.5. Процедурный раздел программы.....	23
3. Наблюдение как метод конкретного социологического исследования	24
3.1. Понятие наблюдения. Особенности наблюдения в социологии	24
3.2. Виды наблюдения.....	25
3.3. Фиксация результатов. Подготовка наблюдателей.....	28
4. Методы социологических опросов	31
4.1. Опрос как метода получения социологической информации. Виды опросов	31
4.2. Типы и формы вопросов, используемых при опросах	32
4.3. Анкетный опрос. Структура анкеты.....	37
4.4. Этапы исследования.....	37
4.5. Понятие интервью. Особенности интервью как метода сбора первичной социологической информации	38
5. Документы как источник социальной информации. Методы анализа документов.....	43
5.1. Понятие документа в социологии. Классификация документов.....	43
5.2. Традиционные методы анализа документальных источников	44
5.3. Специфика метода контент-анализа.....	46
6. Эксперимент в социологическом исследовании	49
6.1. Понятие эксперимента	49
6.2. Виды экспериментов	50
6.3. Ошибки и трудности проведения эксперимента.....	51
7. Метод фокус-групп.....	52
7.1. Общая характеристика метода.....	52
7.2. Групповое и индивидуальное интервью: сравнение методов.....	52
7.3. Организация и проведение фокус-групп. Определение числа групп	56

8. Социометрия	63
8.1. Общая характеристика метода социометрии, его возможности и границы применения	63
8.2. Основные характеристики социометрической методологии и техники	64
8.3. Организация и проведение социометрического опроса	68
8.4. Обработка и анализ данных социометрического опроса	72
9. Обработка, анализ и интерпретация результатов исследования; разработка практических рекомендаций	75
9.1. Общие требования к практической подготовке и описанию результатов социального исследования	76
9.2. Исследовательский отчет	78
9.3. Использование результатов прикладных социологических исследований в планировании и проектировании социальных процессов	82
10. Список учебной литературы	84
 ПРАКТИКУМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	 87
Тема 1. Понятие и сущность социологии	88
Тема 2. Программа социологического исследования	94
Тема 3. Наблюдение в социологических исследованиях	100
Тема 4. Опросы в социологическом исследовании	105
Тема 5. Анализ документов в социологическом исследовании	111
Тема 6. Эксперимент в социологическом исследовании	118
Тема 7. Метод фокус-групп	126
Тема 8. Социометрия	135
Тема 9. Обработка, анализ и интерпретация результатов исследования; разработка практических рекомендаций	143
Глоссарий	153

Учебное пособие

Введение

Социология, как и любая наука, делится на теоретическую и прикладную. Теоретическая социология изучает общество в целом, как единый целостный организм, все сферы которого (экономика, политика, культура, общественное сознание, семья и др.) должны функционировать в тесной связи друг с другом. Неполадки в одной из сфер ведут к сбоям во всех остальных областях общественной жизни.

Прикладная социология изучает конкретные социальные явления, социальные объекты, социальные общности, социальные институты и др. На основе этих исследований разрабатываются практические рекомендации. Материалы социологических исследований позволяют повысить производительность труда, снять конфликты в коллективе, повысить эффективность работы фирмы, расширить рынок товаров и решить любые другие проблемы, которые возникают ежедневно или носят долговременный характер.

Располагая социальной информацией, можно принять хорошее или плохое решение, не располагая информацией в принципе нельзя принять решение. Прикладная социология является важным инструментом получения информации по самому широкому кругу явлений и процессов (ценностные ориентации работников, взаимные симпатии и антипатии, статус отдельных работников, мотиваторы и наиболее чтимые стимулы трудовой деятельности, политические предпочтения людей). Короче говоря, социология может ответить на любой вопрос руководителя фирмы.

Выводы и рекомендации социологов могут быть полезны в области менеджмента, маркетинга, ПИАР, средств массовой информации, рекламы и т.д.

В обществе, в трудовом коллективе существуют два вида явлений – явные и латентные (скрытые). Социология позволяет выявлять латентные события и процессы и учитывать их в управлении. Изучение социологии расширяет кругозор бизнесмена, позволяет более масштабно подходить к решению проблем, расширяет арсенал аналитических методов, а некоторые проблемы нельзя решить без помощи социологов.

Предлагаемый курс прикладной социологии включает методы прикладных исследований. Эти методы могут использоваться в других областях деятельности.

1. Предмет социологии

Каждая наука имеет свой объект и предмет. Объект любой науки – это то, на что направлен процесс исследования. Предметная область – это те стороны, связи, отношения, составляющие объект, которые надо изучать. Социология отличается от других общественных наук своим предметом.

1.1. Общее понятие социологии. Предмет и объект социологии

Объект социологии, как и других общественных наук – социальная реальность, поэтому социология – наука об обществе. Но общество изучают и другие общественные науки, например, история, культурология, этнография, политология, демография, право, экономические науки. Предмет придает своеобразие науке. Предмет социологии, как и любой науки, не может быть стабильным. Он находится в постоянном движении и развитии, он зависит от прогресса научного познания и потребностей общества, которые постоянно меняются. Предметная область социологии также меняется в зависимости от выше названных двух факторов (прогресса научного познания и постоянно меняющихся потребностей общества).

В течение полутора столетий идет спор о предмете социологии. Выделяют два теоретических подхода к определению предмета социологии, два направления: **макросоциологическое и микросоциологическое**. Сторонники **макросоциологического** подхода в социологии используют следующие понятия: **общество, культура, социальные институты, социальные системы и структуры, исследуют глобальные социальные процессы**. Сторонники **микросоциологической** теории считают, что нужно изучать **социальное поведение, его механизмы, межличностное взаимодействие, мотивацию, стимулы групповых действий**.

Отсюда вытекают два совершенно разных подхода к определению *социологии*. Первый: *социология – это наука о целостном общественном организме, о социальной и социокультурной системах*. При втором подходе *социологию определяют как науку о массовых социальных процессах и массовом поведении*. В первом случае *социология тесно связана с демографическими, экономическими, политическими и юридическими науками*. При втором – *с социальной психологией*.

Для того чтобы понять происхождение этих различных направлений, необходимо обратиться к истории становления и развития социологии.

Люди всегда пытались понять себя и объяснить причины своего поведения. В древности для этого использовали не научные, а традиционные способы мышления, в основе которых лежали религиозные понятия. Обычно считается, что социология как новый вид знания возникла в конце XVIII века. До этого времени общество изучалось социальными философами.

Новый подход к изучению общества был связан с радикальными изменениями в общественной жизни. В результате Французской революции в Европе возникло общество нового типа. Это было промышленное капиталистическое общество. Всеобщая индустриализация и урбанизация привели к разрушению традиционного образа жизни. Изменились общественные и политические отношения. Все это оказало большое влияние на понимание как социального, так и природного миров. Кроме того, произошли существенные изменения в научной сфере. Естествознание и техника, а вслед за ними и общественные науки, достигли достаточно высокого уровня развития. Новые открытия в области естествознания позволили говорить о том, что человек тоже является продуктом длительной

биологической эволюции и одно из звеньев его цепи, а не творение Бога. К этому времени философы разработали много разнообразных теорий для объяснения различных типов общества. Начиная с этого периода началось систематическое экспериментальное исследование человеческого поведения и человеческого общества.

Развитие собственно социологии началось после попытки французского философа **Огюста Конта** (1798–1857 гг.) обосновать новую науку. Конечно, один человек не может создать целую науку. На раннем этапе становления и развития социологии свой посильный вклад внесли многие ученые. Однако основателем социологии считают О.Конта. Сначала Конт пользовался термином «социальная физика» для обозначения новой науки, но другие авторы в своих работах также употребляли этот термин. Чтобы провести различие между их и своими взглядами, он предложил свое название для определения новой области знания. *В своем 6-ти томном трактате: «Курс позитивной философии» (1831-1842 гг.) Конт впервые употребил термин «социология» для обозначения учения об обществе. Это слово состоит из 2 разных корней: латинского – «social», означающего общество, и греческого – «logos» – наука.*

По Конту социология должна была быть наукой об обществе, изучать строго **научно** общественные явления и устанавливать **законы**, управляющие общественными явлениями. Она должна быть похожей на физику и другие естественные науки.

Конт делил социологию на две части: **социальную статику и социальную динамику**. *Социальная статика* должна изучать законы существования, то есть структуру общества. *Социальная динамика* должна открыть законы последовательности явлений: если дано одно явление, то оно должно повлечь за собою другое. Своей заслугой он считал открытие им **закона трех состояний**. Согласно этому закону развитие научного знания проходит через три стадии: **теологическую, метафизическую и позитивную**. Общество он рассматривал как целостный социальный организм. Считал, что различные явления общественной жизни – экономические, юридические, политические, нравственные – надо рассматривать только в их взаимодействии, а не обособленно.

Социологию – он считал самой сложной и важной из всех наук. Конт верил, что новая наука будет способствовать благоденствию человечества. В конце жизни он строил большие планы реконструкции французского общества и всего человечества вообще. Он говорил о необходимости применения эмпирических методов исследования для изучения социальной структуры общества, социальных институтов и социальных изменений, процессов.

Работы Конта оказали влияние на другого французского мыслителя *Эмиля Дюркгейма* (1858–1917 гг.). Дюркгейм считал, что для того, чтобы социология стала полноценной наукой, она должна изучать **«социальные факты»**. Социальные институты надо изучать также объективно, как ученые изучают природу. Социальные факты нужно изучать как вещи. Под этим он подразумевал, что социальную жизнь можно анализировать так же, как объекты и события в природе. Перемены и изменения, происходящие в обществе он связывал с разделением труда. В индустриальном обществе растут и усложняются различия между различными профессиональными сферами. По мере того, как разделение труда усиливается, люди все больше зависят друг от друга. Это происходит потому, что каждый нуждается в товарах и услугах, производимых людьми других профессий.

Перемены в обществе происходят очень быстро и интенсивно, а это порождает значительные социальные трудности, которые он объяснял *аномией*. **Аномия** – это ощущение бесцельности и бесполезности существования, вызванное определенными социальными условиями. Традиционная мораль, опирающаяся на религию, в ходе исторического

развития оказалась в основном разрушенной. Поэтому в современных обществах многие люди ощущают, что их повседневное существование лишено смысла.

В своей книге «Самоубийство» Э.Дюркгейм проанализировал статистику самоубийств и обнаружил, что из года в год количество самоубийств приблизительно одинаково. Отсюда он сделал вывод, что люди идут на этот отчаянный шаг не только в порыве безумия, но, главным образом, под воздействием социальных факторов, одним из которых является аномия.

Карл Маркс не считал себя социологом, но в своих работах он уделял много внимания социальным проблемам. Он разработал теорию об общественно-экономических формациях и их смене. Его считают основоположником теории социальных конфликтов. В основу теории конфликта им положено деление общества на классы по неравному имущественному положению. Отсюда – неизбежность конфликта.

Макс Вебер считал, что на социальные изменения влияют идеи и ценности, а не только экономические условия.

Большой вклад в развитие социологии внесли русские ученые: П.Л. Лавров, Е.В. Де Роберти, Н.И. Кареев, М.М. Ковалевский, П.А. Сорокин, В.И. Ленин и др.

Традиции классической европейской социологии были продолжены в теориях *структурно-функционального* анализа (Т.Парсонс и Р.Мертон). Функционалисты рассматривают общество как систему взаимозависимых частей. Если части общества функционируют нормально, то общество единое и устойчивое.

В 50–80 гг. XX века наблюдалась своего рода «американизация» западноевропейской социологии. Больше внимания стали уделять прикладным исследованиям и частным социологическим теориям.

Дискуссии о предмете социологии продолжаются и по сей день. На XII Мировом конгрессе в Мадриде (1990 г.) современный период развития социологии был назван периодом «*глобализации*». Границы социального пространства расширились до общемирового, а раньше общество рассматривали в рамках страны или в качестве этнокультурных сообществ народов Европы, Азии и других регионов мира.

Задача теоретической социологии состоит в том, чтобы объединить усилия социологов всех школ, направлений, теоретико-методологических подходов для решения общечеловеческих проблем. Это ядерная война, экологическая катастрофа, эпидемии (аллергия, СПИД). Современная цивилизация представляет собой взаимосвязанную систему экономики, политики, культуры, общественного сознания, глобальных коммуникаций.

Что же представляет из себя социология как наука? Надо учитывать, что во всем мире существует достаточно большое разнообразие философских воззрений. Существуют и разные подходы к определению социологии. Все зависит от того, какая теоретическая концепция наиболее импонирует исследователю.

Американский ученый Нейл Смелзер в своем учебнике пишет, что **социология – это научное изучение общества и общественных отношений**. Она черпает данные (факты) из реального мира и пытается объяснить их на основе научного анализа.

Он выделяет 2 уровня в социологии: микро- и макроуровень.

Основной теорией на *микросоциологическом уровне* является *теория символического взаимодействия (интеракционизма)*. Сторонники этой теории считают, что люди придают определенное значение (символы) воздействиям внешнего мира и реагируют больше на символы, а не на сами воздействия. Главное здесь – поведение индивидов, их поступки, мотивы, значения, определяющие отношения между людьми. Люди могут возобновлять такие модели поведения, за которые были вознаграждены ранее, (их похвали-

ли, подарили подарок, наградили грамотой, орденом, или ими восхищались, их любили, они получили деньги). Самое главное, чтобы символы однозначно понимались всеми.

На макросоциологическом уровне он выделил две основные теории: функционализм и теория конфликта.

Российский социолог *В.А. Ядов* дает такое определение: «Социология – это наука о становлении, развитии, изменениях и преобразованиях, о функционировании социальных общностей и форм их самоорганизации: социальных систем, социальных структур и институтов. Это наука о социальных изменениях, вызываемых активностью социального субъекта; наука о социальных отношениях как механизмах взаимосвязи и взаимодействия между многообразными социальными общностями, между личностью и общностями; наука о закономерностях социальных действий и массового поведения». Социальная общность – это такая взаимосвязь человеческих индивидов, которая обусловлена общностью их интересов, благодаря сходству условий существования и деятельности людей, составляющих данную общность (это материальная, производственная и иная деятельность, близость взглядов, верований, суждений, целей и средств деятельности).

1.2. Предмет социологии

Предметом социологии является выявление закономерности развития и функционирования социальной стороны как относительно самостоятельной сферы жизнедеятельности общества.

Определяющим свойством предмета социологического знания является *вся совокупность связей и отношений, которые носят название социальных.*

Термин «социальное» имеет два смысла.

В **широком смысле** он тождественен термину «**общественный**». Это значит, что социология изучает любые общественные явления, любые отношения, в которые вступают люди. Соответственно этому в рамках социологии сложились социология труда, социология права, социология политики, социология культуры и др.

В **узком смысле** термин «социальное» обозначает наличие **социальных связей** между людьми.

Социальные связи – это взаимодействия индивидов и групп индивидов, преследующих определенные социальные цели в конкретных условиях места и времени. Продавцы и покупатели, родители и дети, начальник и подчиненный – между ними при любом взаимодействии возникают социальные связи.

Социальная деятельность – это совокупность действий личности, которая преследует определенные социальные цели и использует для достижения этих целей различные средства – экономические, социальные, политические и идеологические. В социальной деятельности не только проявляются и реализуются уже сложившиеся социальные отношения, но и складываются новые в зависимости от сложившихся конкретных исторических условий.

Это активность избирателей на выборах, военные действия, политическое преобразование общественного устройства (наша перестройка и демократия), разрушение старых стереотипов общественного устройства (от социализма к капитализму и наоборот).

Социальные отношения – это отношения между индивидами и социальными группами как носителями различных видов деятельности, различающимися социальными позициями и ролями в жизни общества.

Отношение к собственности (собственники и наемные рабочие), отношения распределения (кто-то получает больше, кто-то меньше), юридические отношения (преступники и правоохранительная система).

Социальный институт – это определенная организация социальной деятельности и социальных отношений. Так, юстиция как социальный институт внешне есть совокупность лиц (прокуроры, судьи, адвокаты и т.д.). Они имеют соответствующие материальные средства для своей деятельности (прокуратуры, суды, места заключения); правомочные лица характеризуются определенным стандартом поведения (ролью) в зависимости от их социальных функций (роль судьи, прокурора, адвоката и т.д.).

В качестве социального института может рассматриваться государство, семья, армия, система образования, система здравоохранения.

Как и всякая наука, социология имеет свои законы. Различают **общие и специфические законы функционирования и развития общества**.

Общие законы действуют на протяжении всего развития человечества и во всех странах. Например, закон соответствия экономического и духовного развития, который сводится к тому, что люди думают так, как они живут экономически. Еще французские философы говорили, что в хижинах и во дворцах люди думают по-разному. Или, например, нравы. В рабовладельческом обществе отец имел абсолютную власть над детьми; он мог убить сына, даже, если тот был консулом римской республики, и не быть привлеченным к уголовной ответственности. В наши дни нравы отличаются от нравов феодального или рабовладельческого обществ. Таким образом, как люди ведут экономическую жизнь, так они и думают, таковы их нравы, религии и пр. Есть и другие общие законы.

Специфические законы относятся к одной или нескольким странам, к одному периоду развития человечества. Например, ряд стран переходил от феодального общества к буржуазному при помощи революций, вооруженных переворотов. В наши дни африканские, азиатские и европейские страны имеют свои особенные закономерности развития, которые отличаются от российских.

Схема 1.1

Современная социология – самостоятельная наука об обществе как целостной социальной системе, ее подсистемах и отдельных элементах, о законах их действия и развития. Социология изучает механизмы функционирования общества, взаимодействия между различными субъектами, организациями и социальными институтами.	
Связь социологии с другими науками	Показатели научности социологии
Социология дала начало таким наукам, как политология, правоведение, политэкономия, этика, эстетика и др.	Признание объективных основ функционирования общества;
Общетеоретическая социология имеет связь с философией: социологические проблемы осмысливаются с философских позиций; социология смыкается с социологической философией.	Истолкование взаимодействий объективных факторов исторических процессов и сознательной деятельности человека.

1.3. Структура социологического знания (общетеоретический уровень; теории среднего уровня; эмпирический)

Социология, как и другие науки, имеет многоуровневую структуру. В зарубежной литературе все чаще можно встретить двухуровневое деление социологического знания на макро- и микро- уровень. Этой позиции придерживаются и некоторые отечественные социологи.

Обычно выделяют *три уровня* социологического знания: *общая социологическая теория – специальные социологические теории – конкретные социологические исследования.*

Общие социологические теории пытаются описать и объяснить жизнь общества в целом. Общая теория – о становлении, развитии, изменениях и функционировании социальных общностей разного уровня и об отношениях между ними. Она исследует массовые социальные процессы и типические социальные действия людей. В социологии существуют множество конкурирующих между собой теорий. Они оперируют *наиболее общими* социологическими категориями. Например, государство вообще: как государство появилось, какие этапы, формы, виды имело и т.д. Или семья вообще: как семья появилась, какие виды имела и т.п. На уровне общесоциологической теории можно изучать общество в целом, а также отдельные сферы человеческой деятельности – труд, образование, политику и пр., их взаимодействие; взаимодействие общества и личности и др.

В конце 40-х гг. идея многоуровневой социологической теории появилась в рамках концепции структурного функционализма. В 1949 г. известный социолог *Р. Мертон* ввел в науку термин «*теории среднего ранга*». По мнению Мертона, эти теории означают не что иное, как уровень обобщения эмпирического материала. Объединение этих теорий в одну представляет собой общую методологию и общую теорию обществоведения.

Социология включает в свой предмет отраслевые и специальные социологические теории, которые имеют более узкую предметную область по сравнению с общей теорией, еще более специализированные прикладные разработки частных социальных проблем, которые надо практически решить в данных особых условиях социальной действительности.

Специальные социологические теории – это такие теоретические конструкции, которые могут объяснить качественную специфику развития и функционирования единообразных социальных процессов и явлений. Специальные социологические теории оперируют с социологическими категориями **меньшего уровня обобщения** анализируемых явлений и процессов. Например, российское государство, американское государство; христианская семья, мусульманская семья, матриархат; инженерный труд, физический труд, труд менеджера и др.

Каждая из специальных социологических теорий имеет свой собственный предмет исследования и свой подход к изучению этого предмета. Они методологически и теоретически обеспечивают конкретные социологические исследования и сами развиваются, благодаря этим исследованиям.

Теории среднего уровня называют еще отраслевыми социологиями. Они изучают *отдельные сферы общественной деятельности* – социология труда, социология политики, социология образования, социология культуры, социология спорта и др.; *отдельные социальные общности* – социология молодежи, социология пенсионеров, социология детей, социология наций (этносоциология), социология призывников и др.; *отдельные институты* – социология армии, социология государства, социология семьи, социология права и др.; *отдельные социальные явления* – социология преступности, социология досуга (свободного времени), социология города, социология деревни и др. Всего насчитывается приблизительно *150 специальных социологических теорий, теорий среднего уровня.*

Эти социологии изучают влияние общества, экономики, политики на отдельные сферы, институты, явления общественной жизни и обратное влияние этих явлений, сфер, институтов на общество.

Например, **социология образования** изучает влияние общества на систему образования и ее обратное влияние на общество. При социализме в СССР было всеобщее среднее бесплатное образование. В демократической России нет обязательного всеобщего среднего и появилось платное образование. Соответственно этому больше половины молодежи не получают должного образования, как в Европе, т.е. интеллектуальный потенциал страны резко понизился. И это снижение отражается на экономике, политике, морали, культурной жизни населения.

Социология семьи изучает влияние общества на семью и обратное влияние семьи на общество. Кризисное состояние общества тяжело отразилось на семье. Это, прежде всего привело к падению рождаемости. За последние годы население России уменьшилось на 6 млн. человек. Ожидается уменьшение населения в два раза каждые 30-50 лет. Это означает, что будет наблюдаться нехватка рабочей силы в России и увеличится миграция из трудоизбыточных районов СНГ и дальнего зарубежья (Кавказ, Закавказье, Средняя Азия, Китай), а с этим связаны сложности, не исключены и конфликты в межнациональных отношениях.

Социология возраста изучает возрастные характеристики индивидов и социальных групп, возрастную структуру общества и закономерности их развития. Это проблемы подростков, молодежи. Этапы жизненного цикла индивидов.

Социология города исследует сущность и общие закономерности развития и функционирования города как целостной системы, социальную структуру населения, особенности городского образа жизни, типологию городов, (малые города и мегаполисы).

Социология деревни изучает место деревни в обществе, факторы, влияющие на ее развитие, образ жизни, особенности сельской культуры, идет ли сближение с городом, миграцию населения и т.д.

Социология искусства изучает взаимодействие общества и искусства, социальные функции искусства. Ее проблемы: идеалы и нормы художественности, их связь с художественной средой, социальная система искусства, социальный статус художника, социально-демографические характеристики зрителей.

Социология медицины изучает социальные аспекты здоровья населения, социальные функции, структуру и кадры врачей, организации здравоохранения и медицины.

Социология международных отношений изучает различные типы взаимоотношений между государствами (сотрудничество, конфликт, сосуществование, колонизация).

Социология науки изучает специализированные формы производства, накопления и использования знания; науку как социальный институт.

Социология организаций изучает закономерности и механизмы построения, функционирования и развития организаций. Предмет и история социологии организаций тесно связан с социологией управления.

Социология права изучает функционирование права в системе социальных институтов, функции права в обеспечении социального контроля.

Социология труда – область социологии, отраслевая социологическая дисциплина, изучающая трудовую деятельность как социальный процесс, социальные факторы повышения эффективности труда, влияние технических и социальных условий на отношение к труду; содержание и характер труда. Важными проблемами являются мотивация и стимулы трудовой деятельности.

Смежными социологическими дисциплинами с социологией труда являются: экономическая социология, промышленная социология, социология организаций, индустриальная социология. Иногда эти понятия употребляются как синонимы, иногда их пытаются развести.

Социология управления – отрасль социологического знания, изучающая систему и процессы управления в условиях складывающихся в обществе социальных отношений. Она изучает органы управления – государственные, общественные, прежде всего как социальные системы.

Изучение социологии управления помогает повысить эффективность управленческого труда отдельных работников и фирмы в целом.

Социология политики – область социологии, изучающая взаимоотношения политической сферы с другими социальными институтами. Среди важнейших проблем социологии политики выступает исследование общественного мнения, выражающего определенные политические установки и ориентации индивидов, групп; анализ политических партий: их состав, отношения партийной массы и лидеров, способы финансирования и др.

Значительное место в социологии политики занимают проблемы манипулирования общественным сознанием и поведением в интересах партий или отдельных личностей; стабильности политической системы, структуры политической власти.

Эмпирический уровень социологического познания. На этом уровне социолог имеет дело с отдельными фактами, фрагментами социальной действительности. Здесь разрабатываются методы и техника проведения прикладных эмпирических исследований, а также устанавливаются точные и бесспорные факты. Социологи решают такие проблемы как разработка анкет, протоколов наблюдения, бланков контент-анализа и других исследовательских документов; сбор, обработка и анализ первичной социологической информации.

Все три уровня связаны между собой. При разработке программы прикладного исследования социолог руководствуется общей теоретической социологией и теорией среднего уровня, в рамках которой ведется исследование. Полученные же эмпирические факты социолог интерпретирует сначала в рамках теории среднего уровня затем на уровне общесоциологической теории. Таким образом, для проведения эмпирических социологических исследований нужна специальная теоретическая подготовка. Она не сводится лишь к разработке анкеты и опросу.

Структура социологического знания

Структура социологического знания – упорядоченная совокупность информации, представлений и научных понятий об обществе как динамично функционирующей социальной системе

Знание об обществе как целостном социальном организме	Взаимосвязь представлений о функционировании и развитии отдельных сфер общественной жизни	Знание о социальном составе населения страны и социальной структуре общества	Научные представления, взгляды, теории, относящиеся к политической социологии	Научные представления и выводы о деятельности социальных институтов	Теории жизнедеятельности подсистем и отдельных элементов общества
Объекты изучения	(экономической, политической, духовной и др.) – исследуется возможность деятельности и социального самоутверждения	Объекты изучения (исследуются их место и взаимодействие в системе экономических, социальных, политических отношений)	положение социальных групп в системе политических отношений, прежде всего в системе власти;	(государство, право, наука, культура, семья и др.): взаимодействия, социальные институты обеспечивают функционирование общества	Объекты изучения
система общественных отношений;	отдельной личности или социальной группы в каждой из сфер	классы;	пути и способы осуществления социально-политических прав и свобод субъектами общества;		производственные коллективы;
содержание общественных отношений;		большие и малые социальные группы;	функционирование политической системы общества.		неформальные группы и организации;
механизм взаимодействия общественных отношений.		профессиональные группы;			малые группы межличностного общения;
		демографические группы;			отдельные личности.
		этнические группы.			

1.4. Функции социологии

Свое назначение социология реализует через ряд функций, которые вычленились и сформировались за годы ее становления и развития. Можно выделить следующие *функции социологии*: 1) *теоретико-познавательная*; 2) *описательная и прогностическая*; 3) *социального проектирования и конструирования*; 4) *организационно-технологическая*; 5) *управленческая*.

Познавательная функция. Социология, как и всякая другая наука расширяет горизонты познания социальной реальности, способствует приращению научного знания.

Изучение общественной жизни во всем ее многообразии задача чрезвычайно сложная.

Социология при изучении социальных процессов, социальных отношений и социальных субъектов, с одной стороны, опирается на фундаментальное знание. С другой, она накапливает знания о природе конкретных состояний социальных явлений. Она теоретически и эмпирически анализирует социальные факты для того, чтобы использовать результаты как исходные в практике социального преобразования.

Другое важное направление познавательной деятельности социологии заключается в том, чтобы достичь оптимального результата не только для изучаемого объекта, но и достичь *качественных* преобразований в социальных процессах и отношениях. Для того, чтобы познавать необходимо иметь инструменты познания. Такими инструментами являются методика, методы и техника изучения реальной действительности.

Следующая функция социологии – **прогностическая** заключается в предсказании событий, состояний общества. Что будет с данным обществом через некоторое время? Прогноз опирается на закон. А согласно закону, если есть причина, то должно быть и следствие. Трудности прогнозирования в обществе заключаются в том, что в обществе имеется множественность причин и множественность следствий, и некоторые причины действуют в разных направлениях. Для того, чтобы разобраться в хитросплетении этих противоборствующих причин и следствий, необходимы разноплановые исследования и глубокий анализ исследуемых проблем.

Функция социального проектирования и конструирования. Эта функция вытекает из прогностической функции. Зная прогноз, можно либо улучшить положительный исход, либо смягчить отрицательный исход. Например, зная, что в ближайшие 15 лет рождаемость будет падать, можно разработать ряд мероприятий, стимулирующих рождаемость

Поэтому социологи должны не только предсказывать явления, но и разрабатывать конкретные меры, направленные на совершенствование общественных отношений.

Организационно-техническая функция заключается в том, чтобы социологи разрабатывали социальные технологии. Примером социальной технологии является обучение в вузе. Здесь в учебных планах расписаны, какие предметы изучать, в каких формах, как контролировать знания студентов, какова доля теоретических и практических занятий. Благодаря этому через 5 лет общество получает полноценного и перспективного специалиста.

Управленческая функция заключается в том, что социология призвана обосновывать управленческие решения в социальной сфере. Например, в сфере занятости и безработицы, социальной защиты населения, организации быта, отдыха, досуга, культуры, политики. Социологи также призваны совершенствовать управленческие структуры с тем, чтобы в органах управления не было лишних, дублирующих звеньев, и, в то же время, чтобы некоторые важные вопросы социальной жизни не оставались без опеки управленцев.

Функции социологии		
Познавательная функция социологии	Практическая функция социологии	Идеологическая функция социологии
исследование социальных явлений;	Особенности	Особенности
получение научных представлений о сущности и содержании социальных явлений;	На основе эмпирического и теоретического анализа социальных явлений разрабатываются практические рекомендации. Эти рекомендации направлены на улучшение механизма социального управления, повышение его эффективности на всех уровнях.	Социология в той или иной форме выражает интересы социальных групп, классов, политических партий и т.д.
исследование связей с другими явлениями;	Развитие экономики, социальных отношений, национальных отношений, политической системы общества совершается под воздействием соответствующих управленческих структур.	Социальный статус социолога, его политические взгляды неизбежно скажутся на сделанных ученым обобщениях и выводах.
изучение характера и закономерностей развития социальных явлений;	Деятельность управленческих структур научно обеспечивается социологией.	Задача социолога – не подменять научный подход идеологическим, а проводить объективный анализ общественных явлений и процессов.
выработка на основе анализа социальных процессов научных прогнозов их развития во всех сферах жизни общества (материальной, политической, духовной). Такие прогнозы могут иметь долговременный или текущий характер.		

1.5. Взаимодействие социологии с другими науками

Поскольку общество изучают все общественные науки, все они так или иначе связаны друг с другом. Связь эта обоюдная. С одной стороны, социология заимствует из других наук методы научных исследований и факты, установленные другими науками. С другой стороны, социология разрабатывает научные методы исследований, которые используются в других науках, и устанавливает факты, которые служат для выводов и обобщений, которые делаются в других науках.

Социология связана с социальной философией, математикой, экономикой, политологией, культурологией, демографией, филологией и лингвистикой, с правовыми науками и др. Для того, чтобы анализировать и прогнозировать социальные процессы, надо знать результаты многих общественных наук, надо иметь широкую эрудицию. Имеется довольно тесная связь социологии и статистики. В трудах основателей современной статистики (А.Кетле, например) на статистику возлагались функции социологии, но в более позднее время их предметы обособились. Вместе с тем, социологи отдают предпочтение фактам, установленным статистиками; но, поскольку статистика не занимается изучением субъективных оценок людьми, например, политических событий, социологи вынуждены сами проводить обследования; при этом они используют статистические методы.

2. Программа социологического исследования

Социологические исследования проводят, когда надо получить информацию о реальном состоянии социальных явлений и процессов; обосновать проекты и управленческие решения; для прогнозирования социальных ситуаций; при изучении имеющихся противоречий для того, чтобы дать рекомендации для устранения недостатков.

Конкретные социологические исследования являются важной составной частью процесса социологического познания.

Конкретные социологические исследования – это система теоретических и эмпирических процедур, способствующих получению нового знания об исследуемом объекте для решения конкретных теоретических и социальных проблем.

Подготовка социологического исследования – сложный процесс. Начинать исследование надо с теоретической подготовки. Для этого необходимо знать сущность понятий и терминов, которые употребляются в процессе социологического исследования.

Методология – *наиболее общие философские подходы к познанию.*

В социологическом исследовании *метод* – это основной способ сбора, обработки и анализа данных, то есть это способ получения информации. Например, исследование можно проводить, используя метод наблюдения, анализа документов или опроса.

Техника – это совокупность специальных приемов для эффективного использования того или иного метода. Например, техника – это как задавать вопросы (в какой форме: открытой, закрытой, полукоткрытой, табличной и др.), как фиксировать ответы (какие шкалы использовать: номинальные, порядковые, отношений), как организовать раздачу анкет (опрашивать респондентов непосредственно на рабочем месте или собрать где-то вместе, например в актовом зале), как правильно и надежно отобрать единицы наблюдения.

Методика – это совокупность технических приемов, которые связаны с данным методом, их последовательность и взаимосвязь.

Процедура – это последовательность операций, общая система действий и способы организации исследования.

Любое социологическое исследование надо начинать с разработки программы. Хорошо продуманная программа социологического исследования позволит провести его на высоком и качественном уровне. Это гарантия успеха всего исследования.

Программа – это проект исследования. *Программа исследования – научный документ, в котором изложены теоретико-методологические предпосылки (общая концепция) исследования и гипотезы исследования с указанием процедур их проверки.*

Выделяют два типа исследований.

Теоретико-прикладные исследования проводят, чтобы разработать новые теоретические подходы и методики для решения социальных проблем.

Прикладные социологические исследования направлены на практическое решение явно определенных социальных проблем. В результате этих исследований разрабатывается социальный проект и системы мероприятий для внедрения в практику. Эти исследования иногда называют социально-инженерными.

Элементы программы социологического исследования

Элементы программы социологического исследования					
Объект исследования (по В.А. Ядову) – то, на что направлен процесс познания;	Предмет исследования – идеи, свойства, характеристики, присущие данному объекту (пример: объект – коллектив, предмет – состояние нравственного сознания членов коллектива)	Направления анализа, выделяемые в зависимости от цели исследования	Задачи (ступени к цели исследования)	Гипотеза – научное предположение, выдвинутое для объяснения явлений, процессов и др. В ходе исследования гипотеза подтверждается или опровергается.	Логический анализ понятий – важная часть программы исследования. В этом разделе – разрабатываются методологические процедуры. Суть процедур – логическое упорядочение основных категорий – понятий (основных и неосновных).
социальный процесс;		теоретическое: основное внимание – теоретическим и методологическим вопросам (изучение научной литературы и др.);	главное (основное) – центральный вопрос исследования;		
сфера социальной жизни;		прикладное: постановка конкретных целей, применение типовых решений поставленных задач.	дополнительные (неосновные).		
трудовой коллектив;					
определенные общественные отношения и пр.					

2.1. Структура программы, характеристика ее основных частей.

Методологическая основа программы исследования

Программа социологического исследования состоит из двух разделов: **методологического и процедурного**.

Методологический раздел программы состоит из следующих элементов:

1. Формулировка темы, проблемы, определение цели и постановка задач исследования.
2. Определение объекта и предмета исследования.
3. Уточнение и интерпретация основных понятий.
4. Выдвижение рабочих гипотез.

Второй, *процедурный раздел программы* включает в себя:

1. Принципиальный (стратегический) план исследования.
2. Обоснование системы выборки единиц наблюдения.
3. набросок основных процедур сбора и анализа исходных данных.

Программу дополняют рабочим планом, в котором уточняют этапы работы, сроки проведения исследования, материальные затраты и др. К программе предлагаются макеты таблиц.

Тема, проблема, цели и задачи исследования. Исходным пунктом всякого исследования является *тема*. В рамках одной темы можно выделить несколько *проблемных ситуаций*. Для исследования выбирается одна – две. *Проблемная ситуация* – это противоречие между потребностями развития объекта и его современным состоянием. То есть проблемная ситуация – это противоречие между знанием о потребностях людей в каких-либо результативных практических и теоретических действиях и незнанием того, какими путями, средствами, методами, способами, приемами реализовать эти действия.

Проблемную ситуацию создают реальные жизненные противоречия.

Необходимо различать проблемы **социальные** и проблемы **научно-познавательные**.

Социальная проблема – это социальное, жизненное противоречие, требующее организации целенаправленных действий для его устранения. Социальные проблемы различаются своим масштабом.

Научная проблема – это состояние «знания о незнании». В научной проблеме фиксируется противоречие между потребностями общества в новом знании и отсутствием соответствующих теорий. Например, общество нуждается в новых концепциях школьного образования.

Решение некоторых социальных проблем требует одновременно теоретических и практических действий. Поэтому, как правило, социологическое исследование является комплексным.

В программе нужно обосновать цели и задачи исследования. *Цель* конкретного социологического исследования – это общая направленность исследования, проект действия, который ориентирует его на конечный результат. В зависимости от цели социологическое исследование может быть **теоретико-познавательным** и **практически-прикладным**.

Важной методологической частью программы конкретного социологического исследования является определение задач исследования. Цели и задачи исследования взаимосвязаны между собой.

Задача конкретного социологического исследования – это совокупность конкретных целевых установок, направленных на анализ и решение проблемы. Задачи формулируют вопросы, на которые надо получить ответ для того, чтобы достичь цели исследования. Конечная цель исследования может быть названа его общей задачей.

Задачи могут быть:

- а) **диагностика социальных явлений** (причины конфликтов в трудовом коллективе);
- б) **оптимизация социальных процессов** (приведение в соответствие политической, экономической и правовой сфер общества);
- в) **прогноз** (какие условия надо создать, чтобы к 2005 году рождаемость возросла вдвое).

Программные цели и задачи исследования дисциплинируют работу и повышают ее эффективность.

2.2. Объект и предмет исследования

Сформулировав проблему, определив цели и задачи исследования, социолог выбирает объект своего исследования.

Объект – это то, на что направлен процесс познания, все то, что явно или неявно содержит социальное противоречие и порождает проблемную ситуацию. Объектом иссле-

дования может быть социальный процесс, область социальной действительности, какие-то социальные взаимоотношения, содержащие конфликт, противоречие, деятельность людей и сами люди.

Объект должен характеризоваться: четкими обозначениями явления по таким параметрам, как профессиональная принадлежность (рабочие, инженеры, этносы); пространственная ограниченность (регион, город, деревня); функциональная направленность (производственная – предприятия, политическая – партии, бытовая – сфера услуг, досуг).

Кроме выбора объекта социологического исследования, большое значение имеет правильное определение предмета социологического исследования. *Предметом социологического изучения являются наиболее значимые свойства, стороны, особенности объекта или проблемы, которые непосредственно подлежат изучению.*

Обычно предмет социологического исследования содержит в себе **центральный вопрос проблемы**.

Например, объект исследования – подростки, студенты. Предмет исследования – ценностные ориентации, изменение ценностных ориентаций.

Например, при изучении эффективности высшего образования в качестве предмета могут быть выделены:

1. Как организовать отбор в вуз наиболее талантливой молодежи.
2. Где взять деньги, чтобы каждого студента обеспечить персональным компьютером.
3. Как повысить квалификацию преподавателей.

2.3. Уточнение и интерпретация основных понятий

Большое значение в проведении социологического исследования имеет разработка понятийного аппарата, то есть языка исследования. Самой важной является процедура интерпретации основных понятий. Основное понятие содержит в себе другие, более частные понятия. Они конкретнее и имеют менее высокий уровень обобщения. Интерпретация основного понятия предполагает вычленение его составляющих, то есть тех понятий, которые оно в себя вбирает. Например, «социальная активность» является более общим понятием. Оно включает в себя «общественно-политическую активность», «трудовую активность», «познавательную активность».

В прикладной социологии различают *эмпирическую интерпретацию, то есть поиск эмпирических значений понятий, и операциональную интерпретацию (операционализацию)*. **Операционализация** (от слова «оперировать») – это продолжение и детализация интерпретации основного понятия на элементы, на однозначно понимаемые термины. Полученные при этом еще более простые понятия называют **операциональными понятиями**.

1. Надо выявить главные стороны предмета исследования путем интерпретации такого понятия, которое точно и полно выражает его сущность.

2. Затем выявить совокупность операциональных понятий, на которое «разлагается» основное.

Это необходимо потому, что общие теоретические понятия нецелесообразно включать в анкеты или другие исследовательские документы. В теории используются сложные категории философии или политэкономии. Они могут быть неоднозначно поняты опрашиваемыми, а в итоге мы получим приблизительные данные. При составлении вопросов анкеты надо использовать простые термины, не допускающие двоякого толкования.

Например, мы исследуем как рабочие относятся к труду. Нельзя задавать вопрос прямо: «Как вы считаете, высокая ли у Вас производительность труда?». В результате мы не получим достоверных ответов. Потому что у каждого рабочего свои представления о

понятии «высокая». А вопрос: «Выполняете ли Вы дневную норму?» или «Сколько деталей в течение часа Вы обрабатываете?» – вряд ли может быть истолкован иначе. Ответы на эти вопросы можно проверить.

В результате эмпирической интерпретации основных понятий социолог составляет задание на разработку конкретных методик сбора и анализа первичных данных.

2.4. Выдвижение рабочих гипотез

Главным процедурным моментом разработки программы исследования является формулировка гипотез. Гипотезы дают приращение нового знания. Если гипотезы плохо проработаны, то не следует проводить исследование.

В социологическом исследовании гипотезы – это обоснованные предположения о структуре социальных объектов, о характере связей между изучаемыми социальными явлениями и возможных подходах к решению социальных проблем.

Когда наших знаний недостаточно для объяснения данных наблюдений, возникают новые предположения – гипотезы.

Гипотезы тесно связаны с проблемами исследования. Они исходят из проблем и дают им вероятные объяснения.

Фазы построения социологических гипотез.

Первая фаза – сбор информации по исследуемой теме. Изучается имеющаяся по теме литература и другие источники информации: отчеты, статистические данные, материалы других исследований, сведения, полученные от экспертов, используется собственный опыт, если таковой имеется.

Вторая фаза – собственно формулирование рабочих гипотез на основе собранной и критически осмысленной информации. Это самая трудная процедура. Одно дело исследовать проблему текучести кадров на предприятии, другое – проблему ценностных ориентаций молодежи.

Третья фаза – группировка гипотез. Здесь надо выделить основные и не основные гипотезы и привести их в определенную систему.

Классификация гипотез. Гипотезы можно классифицировать по различным признакам.

По *степени общности* предположений есть гипотезы-основания и гипотезы-следствия. Они логически взаимосвязаны. Например, гипотеза-*основание*: общей причиной обнищания населения является кризис в экономике. А гипотеза-*следствие* – обнищание семей ведет к падению рождаемости.

С *точки зрения задач исследования*, гипотезы подразделяются на основные и не основные. Является гипотеза основной или не основной определяется задачами исследования. Главное внимание при выдвижении гипотез уделяется основным предположениям, относящимся к центральному вопросу.

По *степени разработанности и обоснованности* различают первичные и вторичные гипотезы. Вторичные выдвигаются взамен первичных, если те опровергаются эмпирическими данными. В социологии гипотезы, которые разрабатываются до эмпирического исследования, называются *рабочими*, или исследовательскими гипотезами.

По *содержанию предположений* относительно изучаемого объекта гипотезы разделяют на описательные, объяснительные и прогнозные.

Описательные гипотезы – это предположения о существенных свойствах объектов (классифицированные), о характере связей между отдельными элементами изучаемого объекта (структурные).

Объяснительные гипотезы относятся к предположениям о причинно-следственных зависимостях в изучаемых социальных процессах и явлениях. Это наиболее значимые гипотезы, требующие экспериментальной проверки.

Прогнозные гипотезы – это такие гипотезы, которые раскрывают тенденции и закономерности развития данного объекта. (К 2005 году все образование в стране будет только платным).

Требования, предъявляемые к гипотезам:

1. Гипотеза не должна содержать понятий, которые не получили эмпирической интерпретации, иначе она не проверяема.
2. Гипотеза должна быть сформулирована на максимально простом и общем основании без излишних допущений и ограничений.
3. Гипотеза должна иметь смысл в рамках исследуемой проблемы.
4. Гипотеза должна проверяться эмпирически. В противном случае она останется лишь предположением, высказыванием, выражающим субъективное мнение.
5. Логический анализ гипотезы должен установить ее внутреннюю непротиворечивость.

2.5. Процедурный раздел программы

Принципиальный (стратегический) план исследования. Успех социологического исследования зависит не только от разработки методологического раздела программы, но и от составления и внедрения стратегического плана исследования.

Различают три варианта стратегического плана исследования: 1. Разведывательный (формулятивный, поисковый). 2. Аналитический (описательный). 3. Экспериментальный.

Разведывательный план применяется в том случае, когда об объекте и предмете исследования нет ясных, четких представлений, и социолог не может выдвинуть никаких гипотез. В данном случае цель плана – выявление проблем и формулировка гипотез.

Разведывательный план предполагает проведение исследования в три этапа.

Аналитический (описательный план) используется тогда, когда имеющиеся знания об исследуемой проблеме позволяют выделить объект исследования и сформулировать описательную гипотезу (то есть гипотезу о структурно-функциональных связях и классификационных характеристиках изучаемого социального объекта). Цель плана – проверить **описательную гипотезу**.

Экспериментальный план применяется тогда, когда имеющиеся знания об объекте исследования позволяют сформулировать **объяснительную гипотезу**. Цель плана – установить причинно-следственные связи в объекте. Наиболее надежным методом достижения этой цели является проведение эксперимента, если есть деньги.

Рабочий план исследования. Одновременно с программой проведения социологического исследования надо разработать рабочий план.

Еще раз подчеркнем, что программа социологического исследования является основным документом, без создания которого к исследованию лучше не приступать. Разработка программы требует высокой квалификации социолога и опыта.

3. Наблюдение как метод конкретного социологического исследования

Наблюдение как метод сбора социологической информации применялся одним из первых еще на ранних этапах развития и становления социологии как науки. Его нельзя назвать специфическим социологическим методом, потому что наблюдение используют в различных областях эмпирического знания, особенно в естествознании, а также в статистике, откуда он был заимствован социологией.

3.1. Понятие наблюдения. Особенности наблюдения в социологии

Наблюдение в конкретном социологическом исследовании – это метод сбора первичной социальной информации об изучаемом объекте путем непосредственного восприятия и прямой регистрации всех фактов, относящихся к изучаемому объекту, которые важны и значимы с точки зрения целей исследования.

В.А.Ядов характеризует социологическое наблюдение как прямую регистрацию событий очевидцем.

Наблюдение в социологии, так же как в естествознании, является простейшим методом сбора первичной информации. Оно лежит в основе других методов, но само по себе не требует дополнительного привлечения других методов. Научное наблюдение отличается от повседневного, обыденного планомерностью, систематичностью, необходимостью последующей проверки результатов. Это означает, что оно должно быть подчинено ясной исследовательской цели и четко сформулированным задачам; процедуру наблюдения нужно планировать заранее; все данные наблюдения должны быть зафиксированы в протоколах или дневниках по определенной системе; полученные данные должны быть достоверными, то есть отвечать требованиям надежности и обоснованности. Надежным наблюдением можно считать тогда, когда при повторном наблюдении в тех же условиях с тем же объектом, оно даст одни и те же результаты, независимо от того, повторит ли это наблюдение тот же наблюдатель или любой другой. Выполнение требований надежности способствует достижению максимальной объективности процедуры наблюдения.

Процедура и результаты наблюдения считаются обоснованными, если они фиксируют именно то, что должно быть зафиксировано. Для этого важно правильно выбрать единицы наблюдения и закодировать их. *Единица наблюдения* – это простейший поведенческий акт, высказывание, свойство человека, признак предмета наблюдения. Природа наблюдения такова, что с помощью этого метода исследователь может регистрировать лишь вполне определенные акты поведения людей (зрители, участники собраний, демонстраций, слушатели различных курсов). Например, надо изучить некоторые свойства определенного коллектива людей. Для этого исследователь сначала должен определить, какие акты поведения членов исследуемого коллектива проявляют интересующее его свойство, то есть выбрать единицы наблюдения.

Например, при исследовании реакций зрительного зала на различные спектакли в качестве единиц активной положительной реакции зрителей выделяли аплодисменты, смех, плач и т.д., а для отрицательной реакции в качестве таких единиц были выход из зала, свист, сильный шум, стук, кашель. Каждой из единиц наблюдения присваивается свой код. Так, для регистрации реакций зрителей пользовались разграфленной таблицей. Для каждой

единицы наблюдения отводили одну графу (графа № 1 – аплодисменты, графа № 2 – смех и т.д.). Эти единицы наблюдения должны были фиксировать наблюдатели. Тип кодировки может быть различным. Можно использовать шкалы для измерения интенсивности того или иного признака. Аплодисменты можно различать от бурных оваций до нескольких вежливых хлопков.

3.1.1. Особенности наблюдения

1. *Наблюдатель связан с объектом наблюдения.* Исследователь изучает социальные процессы и ситуации, находясь в непосредственном контакте с объектом наблюдения. Все происходящие изменения и воздействия влияют на него, на его восприятие, понимание и выводы.

2. *Эмоциональность восприятия.* Результаты наблюдения зависят от эмоционально-волевых оценок наблюдателя. Чем теснее наблюдатель связан с объектом наблюдения, тем больше эмоции влияют на результат наблюдения.

3. На социальные процессы влияет большое количество различных факторов, они очень редко бывают идентичными. Многие события единичны и не воспроизводимы. Поэтому *наблюдение сложно повторить.*

Трудности наблюдения.

1. *Субъективные* – связаны с тем, что исследователь при изучении и объяснении поведения и деятельности других людей использует свою систему ценностных ориентаций, жизненный опыт и может находиться под влиянием определенных эмоций.

2. *Объективные* трудности состоят в том, что время наблюдения ограничено временем совершения события. Кроме того, не все социальные факты поддаются непосредственному наблюдению. Например, сложно с помощью только одного метода наблюдения выявить мотивы поведения, определить ценностные ориентации, вести наблюдение за некоторыми аспектами семейной жизни.

3. *Наблюдаемые склонны корректировать поведение.* При исследовании возможны искажения результатов наблюдения, которые объясняются *взаимным влиянием наблюдателя и наблюдаемых*. Например, присутствие наблюдателя может вызвать у наблюдаемых чувство смущения и застенчивости. Если наблюдатель проявит свое отношение к происходящим событиям, то это тоже может существенно повлиять на поведение наблюдаемых.

3.2. Виды наблюдения

По степени формализации выделяют **неконтролируемое** и **контролируемое** наблюдение.

При *неконтролируемом* наблюдении исследователь не имеет строгого плана; определен только объект наблюдения. С его помощью изучают морально-психологический климат в группах, определяют границы объекта и его основные элементы. Затем среди элементов выделяют наиболее значимые и получают первичную информацию о характере взаимодействия этих элементов.

Наблюдение

Использование методов социологического исследования зависит от условий, места и времени, цели исследования, а также его вида	
Наблюдение – один из методов социологического исследования. Заключается в сборе первичной информации путем регистрации событий и условий, в которых они произошли. Метод заимствован из естественных наук	
Виды наблюдения	Способы контроля, используемые для получения объективной информации
<ul style="list-style-type: none"> • формализованные и неформализованные; • включенные (социолог участвует в событиях) и невключенные (исследователь не вмешивается в события); включенные наблюдения бывают открытыми и скрытыми; • полевые наблюдения (проводятся в естественной среде) и лабораторные. 	<ul style="list-style-type: none"> • наблюдение за наблюдением; • повторные наблюдения; • исключение из записи оценочных терминов; • прочие методы контроля.

Неконтролируемое наблюдение часто используется в монографических и поисковых исследованиях.

С помощью *контролируемого* наблюдения проверяют гипотезы и результаты, полученные другими методами. Как основной этот вид наблюдения может использоваться в небольших исследованиях.

При контролируемом наблюдении надо хорошо знать предмет исследования и заранее выделить самые важные элементы изучаемого процесса или ситуации. Для точности контроля разрабатывается подробный план и инструкции для фиксации результатов в виде таблиц, карточек, протоколов наблюдения, используются технические средства – аудио и видеоаппаратура.

Контролируемое наблюдение применяется в экспериментальных исследованиях, часто используется в описательных и очень редко – в поисковых.

В зависимости от положения наблюдателя различают **включенное** и **невключенное наблюдение**.

Включенным является наблюдение, при котором исследователь включен в изучаемый процесс, находится в контакте с наблюдаемыми людьми и принимает участие в их деятельности. Степень включенности зависит от целей исследования. В зависимости от этого наблюдение может быть **осознанным** и **неосознанным**.

Неосознанное, или некоторые называют его наблюдением инкогнито – когда исследователь полностью соблюдает инкогнито, и наблюдаемые никак не выделяют его среди других членов группы или коллектива и не подозревают, что за ними наблюдают. В этом случае люди ведут себя естественно.

Непрерывное и длительное наблюдение позволяет лучше оценить конкретную ситуацию и в значительной мере исключить случайные впечатления. Члены исследуемой группы привыкают к наблюдателю, их поведение становится естественным. У наблюдателя появляется возможность углубленно изучить их жизнь. (Что обычно рассказывают, о чем говорят, о чем не принято говорить, что поощряется и что порицается, какова эмоциональная атмосфера, в которой живет коллектив). Уильям Уайт назвался студентом-историком, вошел в доверие к итальянским эмигрантам и 18 месяцев жил в эмигрантской семье, изучая жаргон, нравы, повадки бандитских группировок одного из кварталов аме-

риканского города под условным названием «Корневиль». Другой исследователь Ирвинг Гоффман работал в клинике для душевнобольных помощником санитара и изучал специфику взаимоотношений больных между собой и персоналом больницы. В 1870 г. антрополог Фрэнк Гамильтон изучал жизнь индейцев Зуни в Нью-Мексике. Он захватил с собой много маленьких подарков и начал с того, что пытался войти в доверие к индейцам, чтобы иметь возможность изучать их религиозные церемониалы. Сначала вождь добивался, чтобы Гамильтон покинул племя, но видя его серьезное отношение, позволил ему остаться, при условии, что он будет соблюдать некоторые индейские обычаи. Он обязан был носить одежду Зуни, спать на овечьей шкуре на полу, а не в гамаке, который индейцы сорвали. В довершение ко всему, ему предложили индейскую жену, которую он отверг, чем навлек на нее немилость всего племени.

Среди отечественных социологов наибольшую известность получило исследование ценностных ориентаций и идеалов рабочих, проведенное В.Б.Ольшанским на московском заводе им. В.И.Ленина, куда он устроился слесарем-сборщиком и несколько месяцев изучал жизнь рабочего коллектива изнутри. Это помогло ему затем составить программу последующего формализованного обследования, которое включало интервью, анкетные опросы и групповые дискуссии.

Более длительный период (с 1980 по 1988 гг.) проводил исследование на Ленинградском заводе полиграфических машин А.Н.Алексеев. Он изучал отношение людей к инновациям на производстве, социальную адаптацию личности к новым социальным условиям (в качестве личности он брал и ставил эксперимент на себе), кроме этого он имел возможность наблюдать, как протекала, а затем менялась жизнь конкретного коллектива до и во время «перестройки». Он собрал большое количество документов от интимных дневников ежедневного наблюдения до официальной переписки с представителями номенклатуры.

Недостаток этой формы наблюдения в том, что наблюдатель привыкает к определенным моментам ситуации и перестает замечать их. Для контроля увеличивают число наблюдателей и сравнивают их записи.

При *осознанном* наблюдении – люди знают, что за ними наблюдают. Наблюдатель участвует в деятельности группы, но при этом не скрывает своих исследовательских целей. Когда люди знают, что за ними наблюдают, они начинают корректировать свое поведение. Например, в 20–30 гг. исследовательская группа под руководством Э.Мэйо проводила социальный эксперимент на заводе «Вестерн-электрик», выясняя, как зависит производительность труда от освещенности рабочего места. Предполагалось, что, чем лучше освещено рабочее место, тем выше производительность труда работников. Но в ходе этого эксперимента выявили, что производительность труда росла даже тогда, когда освещенность не только не увеличивали, но даже уменьшали до света луны в безоблачную ночь. Все прояснилось, когда приняли в расчет тот факт, что работницы, зная, что за ними наблюдают, старались работать как можно лучше, даже при плохом освещении. Этот эксперимент получил название «хоуторнского эффекта».

Включенное наблюдение применяется в основном в монографических исследованиях, когда надо получить качественную, а не количественную информацию.

Если при включенном наблюдении исследователь прибегает к созданию экспериментальной обстановки для того, чтобы лучше выявить состояние объекта, то такой вид наблюдения называется *стимулирующим*.

Невключенное наблюдение используется для наблюдения за массовыми процессами, для описания социальной среды, в которой происходит интересующее исследователя событие. При невключенном наблюдении исследователи находятся вне изучаемого объекта. Они просто регистрируют происходящее, то есть факты не скрываемого поведения.

При хорошо отработанной процедуре наблюдение могут проводить специально подготовленные наблюдатели.

Невключенное наблюдение применяется в монографических, описательных, экспериментальных исследованиях и при социометрических опросах.

По месту проведения наблюдения делятся на **полевые** и **лабораторные**.

Полевое наблюдение проводится в естественной обстановке, в реальной жизненной ситуации, в непосредственном контакте с изучаемым объектом.

Большинство конкретных социологических исследований проходит в форме полевого наблюдения.

При *лабораторном наблюдении* условия окружающей среды и наблюдаемая ситуация определяется исследователем.

Лабораторное наблюдение чаще всего применяется в экспериментальных исследованиях или на этапе экспериментальной проверки гипотез.

По регулярности проведения различают **систематическое** и **случайное наблюдение**.

Систематическое наблюдение проводят с заданной частотой на одних и тех же объектах (каждый день, раз в неделю, раз в месяц). Частота проведения диктуется задачами исследования. Оно позволяет выделить динамику процессов и получать более надежную информацию для построения прогнозов.

Случайное наблюдение – это наблюдение заранее не запланированного явления, деятельности, социальной ситуации. Наиболее часто этот вид наблюдения встречается в разведывательных исследованиях.

3.3. Фиксация результатов. Подготовка наблюдателей

Выбор признаков единиц наблюдения. Перед началом наблюдения при разработке протоколов необходимо разработать систему показателей, которые характеризуют изучаемые свойства. Например, по каким признакам мы будем выделять богатых людей (одежда, машины, особая манера держаться и др.). Эти показатели должны быть количественно выражены. Наблюдаемых показателей должно быть немного, иначе наблюдатель не успеет зафиксировать их.

Фиксировать результаты наблюдения можно в виде непосредственного описания явлений социальной действительности или использовать для этого различные вспомогательные технические средства (кино-, фото-, видеоаппаратуру, магнитофон и т.д.).

В зависимости от ситуации и условий наблюдения пользуются следующими способами: а) делают краткую запись, если позволяют место и время; б) используют карточки для регистрации информации о наблюдаемых лицах, явлениях, процессах; в) оформляют протокол наблюдения (это расширенный вариант карточки); г) каждый день ведут дневник наблюдений и заносят в него все необходимые сведения, высказывания, поведение отдельных лиц, собственные размышления, трудности; д) используют видео-, фото-, кино-, звукозапись.

При внешнем наблюдении результаты надо записывать сразу на месте наблюдения, можно использовать технические средства.

При включенном наблюдении вести записи на глазах у объекта нежелательно. Надо иметь хорошую память, чтобы воспроизвести ситуацию в конце дня. При этом важно, чтобы наблюдатель вносил в протокол только то, что произошло.

Требования к наблюдателю. Наблюдатель должен быть квалифицированным, добросовестным, внимательным, терпеливым, способным фиксировать изменения в наблюдаемой ситуации, уметь находить общий язык с наблюдаемыми.

Он должен непрерывно контролировать свои действия, чтобы свести к минимуму их влияние на наблюдаемую ситуацию. Недопустима подмена информации о процессах или объектах впечатлениями наблюдателя.

Наблюдателю надо помнить о том, что наблюдение должно служить только научным задачам исследования и не должно вредить тем, за кем наблюдают.

3.3.1. Подготовка наблюдателей

Перед началом исследования наблюдатель должен пройти соответствующую подготовку.

1. Сначала разрабатывают *инструкцию наблюдения*, в которой указывают цель исследования.

2. До начала исследования наблюдателю надо дать возможность провести несколько пробных наблюдений. Лучше, если он выполнит несколько специальных тренировочных упражнений и научится вести запись специально разыгранных или заснятых на пленке ситуаций. Если такой возможности нет, то исследователь может подготовить помощника на начальных стадиях наблюдения, делая записи параллельно с ним. Затем их сравнивают и разбирают ошибки. Следует указать, как вести наблюдение и как фиксировать результаты, как измерять изучаемые свойства, как оформлять бланк наблюдения и кому его сдавать.

3. Важно научить наблюдателя: 1) тщательно различать наблюдаемые факты и вызванные ими реакции; 2) уметь выделить в этих фактах максимальное число элементов. Надо помнить о том, что способность к восприятию у человека ограничена. Даже при большом желании он не сможет охватить всю наблюдаемую ситуацию целиком. В каждый определенный момент человек способен воспринимать от 5 до 9 дискретных единиц одновременно. При достаточно широкой сфере наблюдения лучше поручить работу нескольким наблюдателям, строго распределив между ними функции. (Один следит за общим ходом изучаемого процесса, другой фиксирует кто и что говорит, третий следит за мимикой).

4. Желательно, чтобы наблюдатель посетил объект до начала наблюдения.

Планирование наблюдения. Перед началом исследования надо тщательно разработать план и программу наблюдения, четко установить сроки, определить условия финансирования, число помощников и их квалификацию.

3.3.2. Этапы проведения наблюдения

1. Выделяют объект и предмет наблюдения, определяют цели и задачи.

2. Обеспечивают доступ к среде, (надо получить соответствующие разрешения, завязать контакты с людьми. Если потребуются, то разработать меры по преодолению административных и психологических затруднений).

3. Выбирают вид наблюдения и разрабатывают соответствующие процедуры на основе предварительно собранных материалов.

4. Подготавливают технические документы и оборудование. (Тиражируют карточки, протоколы, инструкции, проверяют техническое оборудование и наличие письменных принадлежностей и т.п.).

5. Проводят наблюдения и собирают данные.

6. Определяют способы регистрации результатов наблюдений (это либо кратко все записывают, либо используют карточки и протоколы для регистрации, либо каждый день ведут дневник наблюдений, либо используют различные технические средства).

7. Затем необходимо проконтролировать наблюдения. Это можно сделать следующими способами: а) провести беседу с участниками ситуации; б) изучить документы, свя-

занные с данным событием; в) проверить результаты собственного наблюдения с помощью наблюдения, сделанного другим квалифицированным наблюдателем; г) поручить другим социологам сделать повторное наблюдение.

8. По итогам наблюдения надо написать отчет, который должен содержать: а) полную документацию о времени, месте и обстоятельствах произведенного наблюдения; б) информацию о роли наблюдателя в коллективе, способе наблюдения; в) характеристику наблюдаемых лиц; г) подробное описание наблюдаемых фактов; д) собственные заметки и интерпретации наблюдателя.

3.3.3. Преимущества метода наблюдения

1. Наблюдение позволяет получить информацию, которую нельзя получить с помощью других методов.

2. Непосредственность восприятия ситуации позволяет фиксировать различные изменения изучаемого социального объекта в момент его появления и в естественных условиях.

3. Широта поля наблюдения. Можно наблюдать те свойства изучаемого процесса, которые не отражены в протоколе. Исследователь их не предусмотрел, но наблюдал.

Недостатки метода наблюдения.

1. При полной адаптации исследователя к изучаемой среде он может получить не объективные результаты.

2. Когда человек устает, он теряет способность фиксировать информацию.

3. Трудно выявить субъективные переживания, мотивы поведения, мнения.

4. Некоторые события неповторимы.

5. Подготовка наблюдателей трудоемкий и дорогой процесс.

Применение наблюдения в конкретном социологическом исследовании. Обычно наблюдение применяется совместно с другими методами и редко бывает основным методом сбора информации.

1. Наблюдение применяется тогда, когда необходимая информация не может быть получена никакими иными способами. Например, когда люди не хотят или не могут достаточно точно и подробно описать последовательность своих действий. Это относится к ситуациям, которые либо часто повторяются, стали привычными до автоматизма, либо требуют слишком большого эмоционального напряжения от людей. Тогда они не могут объяснить, почему поступили так, а не иначе.

2. В качестве самостоятельного метода наблюдение применяется в монографическом исследовании.

3. Наблюдение применяется на всех этапах в поисковых исследованиях, когда нет четкого представления о проблеме исследования. Задача наблюдения – уяснить проблематику, предварительно сформулировать и проверить рабочие гипотезы.

4. В описательном исследовании наблюдение применяется реже. В этом случае задача наблюдения – проверить социальную информацию, полученную с помощью других методов. Как основной метод сбора информации в описательных исследованиях оно может применяться только в небольших по масштабу исследованиях.

5. В экспериментальных исследованиях наблюдение применяется для определения изменений, вызванных воздействием экспериментальных факторов.

Все методы социологических исследований должны дополнять друг друга, использоваться в комплексе.

4. Методы социологических опросов

Опросы являются самыми распространенными методами сбора первичной социологической информации. Опрос представляет собой одну из наиболее сложных разновидностей социально-психологического общения. Поэтому овладение методикой опроса – залог качества полученной информации.

4.1. Опрос как метода получения социологической информации. Виды опросов

Метод опроса применяется, когда необходимо получить информацию о явлениях и процессах, которые недоступны прямому наблюдению и недостаточно полно отражены в анализируемых документах.

Опрос – это метод непосредственного или опосредованного сбора первичной информации, путем ответа на вопросы анкеты или интервьюера.

Опросы классифицируются по различным основаниям. Прежде всего, выделяют анкетные опросы и интервью. По характеру взаимосвязи социолога и респондента опросы делятся на **очные (личные)**, в процессе которых осуществляется непосредственный контакт исследователя с респондентом, и **заочные**, в процессе которых контакта не происходит. К очным обычно относят **интервью**; к заочным – **анкетные опросы**. По степени формализации – на **стандартизированные**, то есть такие, которые проводятся по заранее подготовленному плану, и **не стандартизированные**, то есть свободные. По месту проведения различают опрос **по месту жительства** и **месту работы**. По степени охвата генеральной совокупности различают **сплошные** и **выборочные**. При **сплошных** опрашивают всю совокупность единиц наблюдения, то есть число опрашиваемых равно числу членов генеральной совокупности. При **выборочных** число опрашиваемых составляет какую-то определенную часть от числа изучаемой генеральной совокупности. По частоте проведения опросы делят на **одноразовые** и **многоразовые**. Специфическим видом опроса является **опрос экспертов** – специалистов в исследуемой области.

Достоинства метода опроса. Опрос – это незаменимый прием получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности, мнениях, ценностных ориентациях. Опрос позволяет мысленно моделировать любые нужные экспериментатору ситуации. Это нужно, чтобы выявить устойчивость мотивов, интересов, предпочтений людей, которые лежат в основе их поведения и влияют на их жизненные планы, структуру отношений в трудовых коллективах, семейную жизнь и т.д.

С помощью метода опроса мы можем за относительно короткий период опросить большое число респондентов и достаточно быстро получить большие объемы информации.

Анкету легко обрабатывать на компьютере, потому что ответы на вопросы кодируются до опроса, т.е. анкета формализована.

Если выборка сделана правильно и грамотно, то можно говорить об экономической выгоде от использования метода опроса, потому что на основании опроса небольшой совокупности лиц можно получить информацию о состоянии и тенденциях развития изучаемого объекта в целом.

Для опросов используют анкеты и опросные листы. **Анкета – это определенным образом структурно организованный набор вопросов, каждый из которых логически связан с центральной задачей исследования.**

С помощью вопросов социолог получает в виде ответов респондентов (опрашиваемых) эмпирическую информацию (первичные данные). Качество, достоверность и надеж-

ность получаемых в результате исследования данных будет зависеть от того, как составлена анкета или бланк интервью. Вопросник (анкета, бланк интервью) считается надежным, если а) обеспечивает получение искомой информации; б) дает достоверную информацию; в) дает устойчивые данные, то есть данные, которые можно перепроверить при воспроизведении исследования другими лицами в аналогичных условиях.

Для получения достоверных данных необходимо, чтобы респондент: 1) воспринял нужную информацию; 2) правильно понял ее; 3) смог вспомнить, если потребуется, о каких-то событиях прошлого; 4) выбрал или сформулировал ответ, соответствующий его мнению или фактическому положению дел; 5) смог соответственно выразить в словах выбранный им ответ; 6) не только мог, но и хотел искренне ответить на вопросы.

4.2. Типы и формы вопросов, используемых при опросах

Для успешного использования метода опроса надо знать, о чем именно спрашивать, как спрашивать, какие задавать вопросы, кого спрашивать, где вести беседу, как проверить полученные ответы.

Вопрос – это исследовательский инструмент опроса. Вопросы должны быть точными, пониматься всеми людьми однозначно. Большое внимание надо уделять **языку** вопросника. Он должен соответствовать терминологии и словарному запасу респондента. **Идея вопроса** должна быть понятна респонденту. Вопрос должен выражать одну идею. Если не существует ясного единого смысла вопроса, ответы будут сложно или вообще невозможно интерпретировать. Вопросы надо формулировать таким образом, чтобы респондент не боялся давать ответы, которые могут быть социально осуждаемыми, охарактеризовать его не с лучшей стороны. Очень важно соблюдать **временные рамки** вопроса. Чем дальше по времени событие, о котором спрашивают респондента, тем больше вероятность провалов в памяти. Со временем события забываются, и люди их могут неверно истолковывать. Там, где возможна неправильная интерпретация вопроса, необходимо задавать точные временные рамки.

Многообразие задаваемых вопросов можно разделить по трем направлениям в зависимости от:

1. **цели**, с которой задается вопрос;
2. **наличия или отсутствия** возможных ответов;
3. **содержания вопросов**.

I. В зависимости от цели вопросы подразделяются на: **содержательные** или **результативные** и **функциональные**. Основными вопросами анкеты считаются **результативные вопросы**. Они направлены на сбор информации о содержании исследуемого явления.

Функциональные вопросы относятся к **неосновным вопросам**. Они нужны для оптимизации и упорядочения течения опросов. Иногда в функциональные вопросы добавляют содержательный элемент. Некоторые социологи считают, что чаще всего эти вопросы не срабатывают.

Среди функциональных вопросов выделяют: функционально-психологические, фильтры и контрольные.

Функционально-психологические вопросы используются:

- 1) **для снятия напряжения**. Например, если анкета слишком длинная, то через 15-20 вопросов надо включить вопрос для отдыха и снятия напряжения.
- 2) **для снятия нежелательных установок, возникающих у респондента**.
- 3) **для перехода от одной темы к другой** используют **вопросы на переключение внимания**.

Вопросы-фильтры выполняют функцию уточнения адресата, то есть позволяют разделить респондентов на владеющих данной информацией и не владеющих.

Контрольные вопросы предназначены для проверки достоверности ответов. С их помощью можно контролировать ответы на отдельные вопросы или темы. Они помогают вычислить коэффициент доверия к отдельному вопросу и к анкете в целом.

Лучше, если контрольный вопрос не будет следовать сразу за тем вопросом, ответ на который мы хотим проверить.

Вопросы-ловушки помогают определить добросовестность и искренность респондентов.

Вопросы бывают **прямые** и **косвенные**. Можно задать вопрос прямо. Например, вопрос «Укажите размер Ваших доходов в рублях?» – прямой. Если задать вопрос иначе: «Укажите размер Ваших расходов в рублях?» или «Какие крупные покупки Вы сделали за последнее время (месяц, год, и т.д.)?» то эти вопросы косвенно отражают доходы.

Вопросы бывают **личные** и **безличные**. Например, «Платите ли **Вы** налоги?» и «Все ли москвичи платят налоги?». «Какую музыку Вы предпочитаете?» и «Ходят ли студенты в консерваторию?».

Проективные (ситуативные) вопросы – помогают выявить общую направленность интересов, мотивов деятельности, ценностные ориентации. Респонденту предлагают набор ситуаций, которые могли бы встретиться в жизни, просят указать предпочтительный вариант поведения или мнения в заданных условиях.

Например, прямой вопрос: «Удовлетворены ли Вы учебой в институте?» Ответ – «Да». Проективный вопрос: «Если бы судьба забросила Вас в Оксфорд на один год, то вернулись бы Вы потом в институт?».

II. В зависимости от способа фиксации ответа вопросы подразделяются на **открытые, закрытые и полужакрытые**.

В **открытом вопросе** респонденту предоставляется возможность самостоятельно сформулировать один из возможных ответов, основываясь на собственном понимании смысла вопроса. Ответ записывается либо интервьюером, либо самим респондентом. Например, «Укажите, пожалуйста, Вашу профессию?_____».

Полуоткрытые вопросы (полужакрытые вопросы) – это такие вопросы, когда после перечня предлагаемых ответов есть позиция «Другое____» или «Что еще?_____». Респондент по своему усмотрению дополнительно пишет свой вариант ответа. При этом он может отметить и предлагаемые варианты ответов. Например, «Какие передачи Вы предпочитаете смотреть по телевизору году?»

- новости, – художественные фильмы, – другое (напишите)_____

Закрытым вопросом называется в том случае, если он включает перечень вариантов ответов.

Использование шкал для упорядочения ответов на закрытые вопросы.

Ответы на вопросы должны иметь такой вид, чтобы можно было бы применить для их обработки математико-статистические методы. Для этого используют шкалы и кодировку.

4.2.1. Шкалы

Шкалой называется алгоритм, с помощью которого каждому наблюдаемому объекту ставится в соответствии некоторое число. Это число называется шкальным значением. Шкала – это определенный упорядоченный числовой ряд. Респондент по шкале может выбрать цифру, число, которое соответствует его мнению относительно интенсив-

ности протекания того или иного социального процесса. Например: «Как часто вы ходите на дискотеку?»

Очень часто	Довольно часто	Редко	Довольно редко	Практически не хожу на дискотеку
5	4	3	2	1

Наиболее часто в социологии используются следующие шкалы:

Шкала наименований (номинальная, классификационная). Номинальная – это простое перечисление изучаемых объектов. При использовании номинальных шкал невозможно установить никаких математических отношений между ответом и изучаемой переменной. Например, мотивами увольнения с работы могут быть:

- конфликт с руководителем;
- недостаточная оплата труда;
- плохие условия труда.

Приведенный ряд наименований не упорядочен, но имеет единое основание – причины увольнения с работы. Для обработки величин, выраженных номинальными шкалами, можно применять только табличные методы и метод диаграмм.

Порядковая шкала (ранговая шкала) предполагает упорядочивание объектов по убыванию или возрастанию количества или интенсивности признака. Здесь создается ранговая последовательность значения переменной, однако интервалы между значениями переменной не заданы и они не равны. Например, студент I-го, II-го, III-го, IV-го, V-го курса; неактивный, активный, более активный, самый активный; низкое значение, среднее значение, высокое значение.

Для обработки величин, полученных при помощи порядковых шкал, можно применять, кроме таблиц, коэффициенты Чупрова, Пирсона и Крамера. Недостатком порядковой шкалы является неравенство интервалов между значениями переменной. Пример порядковой шкалы для измерения интенсивности признака:

«Используя предложенную Вам шкалу, определите свойственные Вам качества».

духовность	1	2	3	4	5	6	7	практичность
------------	---	---	---	---	---	---	---	--------------

Или «Оцените, пожалуйста, по семибалльной шкале уровень дружеских отношений в вашей группе».

В небольшой степени	1	2	3	4	5	6	7	В большой степени
	0	0	0	0	0	0	0	
	1	2	3	4	5	6	7	

Интервальная шкала – это такая шкала, в которой обязательным является соблюдения требования одинаковых интервалов между значениями переменных. Например, разметка термометра. На шкале термометра расстояние между нулевым и 1-ым градусом точно такое же, как между 99 и 100 градусом. Примером таких шкал является возраст (число лет на одного человека), зарплата (количество денег на одного человека), производительность труда (количество деталей в один час, в день, год); количество кв.м жилой площади на одного члена семьи; доход на одного члена семьи. Время (минуты, часы, годы). Благодаря равенству интервалов для обработки данных можно применять любые математические методы. (Математики считают это некорректным, но статистики пренебрегают мнением математиков).

Шкала отношений имеет единицы измерения – длина (метр), площадь, объем, вес (кг, граммы, тонны), единицы (количество штук, рубли, человек). Например: «Сколько Вы весите? _____ кг»; «Укажите Ваш рост? _____ см». «Сколько рублей вы получили на руки в прошлом месяце? _____».

С точки зрения применения математических методов для обработки данных эта шкала идеальна. Величины, выраженные шкалой отношений, можно складывать, вычитать, умножать, делить. Например, если взять одну квартиру и еще одну, получим две квартиры. Величины, выраженные интервальной шкалой нельзя складывать. Например, если мы возьмем двух студентов 19 лет, то мы не получим студента 38 лет.

Существует несколько видов закрытых вопросов: «да – нет», **альтернативные** и **неальтернативные**.

Альтернативные вопросы предполагают возможность выбора респондентом всего одного варианта ответа из предложенных. После обработки сумма ответов на все варианты всегда составляет 100%. В альтернативных вопросах ответы должны быть взаимоисключающими.

В **неальтернативных** закрытых вопросах (вопросы-меню) можно выбирать не один, а несколько вариантов сразу из предлагаемого перечня.

Вопросы в форме диалога нужны для того, чтобы некоторые абстрактные понятия сделать более наглядными. Иногда для этого используют рисунки, изображающие собеседников. Это усиливает эффект, позволяет ввести респондента в ситуацию опроса.

Открытые вопросы применяются:

- в пилотажных исследованиях;
- чаще в персональных интервью, чем в анкетах, заполняемых самим респондентом;
- когда невозможно ограничить рамки темы ответа респондента на вопрос;
- когда у респондента еще не сформировано ясное мнение относительно вопроса;
- когда существует большое количество возможных категорий ответов (например, переменные возраста или должности);
- когда вы располагаете опытным кодировщиком.

Закрытые вопросы применяются:

- когда вы можете определить область ответов респондентов;
- когда у вас есть детально разработанная гипотеза, которую вы хотите проверить;
- когда респондентам знаком предмет обсуждения;
- если в случае открытого вопроса ответы респондентов будут чрезмерно размыты или их нельзя будет сравнить;
- когда ограничены возможности кодировки и экспертизы, или когда исследование проводится в жестких временных рамках;
- когда используются вопросы с ответами, проранжированными по степени их значимости;
- когда у респондентов отсутствует мотивация к ответу.

III. По содержанию вопросы подразделяются на:

Вопросы о фактах нужны для получения информации о социальных явлениях или признаках, которые могут быть однозначно определены. Например: «Вы ходили вчера в кино?», «У Вас есть радиоприемник?»

Вопросы о знаниях нужны для получения сведений об информированности респондента.

Самыми сложными являются вопросы **о мнениях, мотивах и оценках**. Мнения, мотивы и оценки могут быть осознаны респондентом или, наоборот, неопределенными и неосознанными. Эти вопросы должны быть заданы в нейтральной форме, не содержать внушающих слов.

Основные требования к вопросам:

1. Вопросы и ответы должны быть сформулированы по возможности кратко, просто, однозначно.
2. Различные обстоятельства не следует объединять в одном вопросе.
3. Следует избегать слов, предложений, высказываний, вопросов, речевых оборотов, которые могут оказывать внушающее воздействие.
4. Форма вопросов должна быть разнообразной, например, не следует все вопросы начинать с одних и тех же слов.

Схема 4.1

Метод анкетного опроса

Метод анкетного опроса (анкетный опрос) основывается на высказываниях отдельных лиц. Проводится с целью выявления тончайших нюансов во мнениях респондентов. Начинается с формулировки программных вопросов

Требования, предъявляемые к проведению анкетирования	Классификация вопросов анкеты по форме (деление вопросов)	Способы контроля достоверности информации	Этапы подготовки анкеты
опрос может длиться не более 40 минут, поскольку, утомляясь, респондент дает менее полные ответы;	по содержанию обусловлено характером информации)	контрольные вопросы;	подготовка проекта;
сложные по содержанию вопросы следуют за простыми, чтобы интерес к опросу постепенно повышался;	открытые – предусматривают свободную форму ответа;	повторный вопрос – панельный (в том же объеме) или среди 5–10% ранее опрошенных.	опрос – разведка (пробный) – 20–30 человек;
первый вопрос должен быть нейтральным (то есть ни дискуссионным, ни настоятельно требующим);	закрытого типа («нужное подчеркнуть»);		массовый опрос.
трудные вопросы помещаются в середину анкеты;	полузакрытого типа (добавление к списку ответов фразы «другие...» – причины, мотивы и т.д.);		
вопросы должны быть понятны всем респондентам без исключения;	прямые (устанавливающие наличие или отсутствие факта);		
сначала вопросом устанавливается факт (событие), в ответе на последующие вопросы заключается оценка факта (события);	косвенные (применяют, когда речь идет о мотивах поведения, мнения и др.);		
если в анкете появляется новый раздел,	личные;		
	безличные.		

4.3. Анкетный опрос. Структура анкеты

Разновидности анкетных опросов:

1. **Очный опрос** проводится при непосредственном участии анкетера. Очный опрос подразделяется на **раздаточный (групповой)** и **индивидуальный**. При **раздаточном опросе** анкетер раздает анкеты в аудитории. Респонденты сами тут же заполняют анкеты и сдают анкетеру. Одновременно можно опросить 30–40 человек.

2. **Заочный опрос** подразделяют на **почтовые опросы** и **массовые**. При **почтовом опросе** анкета рассылается и возвращается по почте. При **массовом опросе** анкета размещается в газете, в расчете на то, что читатели заполнят и пришлют ее. В том и другом случае возвращается не более 5% анкет.

3. Существует также **зондажный или экспресс-опрос**. Он применяется в обследованиях общественного мнения и содержит небольшое количество вопросов (3–4 вопроса и социально-демографические характеристики опрашиваемых).

Структура анкеты. Для того, чтобы исследование прошло успешно, надо заинтересовать и расположить к себе тех, кого мы собираемся опрашивать. Это надо учитывать при разработке анкеты. Анкету начинают с **вводной части**, которую как правило располагают на титульном листе. В ней указывают, кто проводит исследование (фирма, научно-исследовательское учреждение, лаборатория и т.п.), наименование документа (это может быть анкета или опросный лист), краткое наименование темы, основные цели и задачи исследования, место и время проведения опроса. Здесь же или на отдельной странице помещают обращение к респонденту с просьбой заполнить анкету или с просьбой ответить на вопросы и инструкцию, как заполнять анкету. Затем следует **основная часть**, то есть сами вопросы.

Первыми ставятся **контактные вопросы**. Их цель – заинтересовать респондента и облегчить ему включение в проблему.

Затем идут **основные вопросы**. С их помощью получают основную информацию. Их содержание определяется целями и задачами исследования.

В конце анкеты задаются вопросы о социально-демографических характеристиках респондента (пол, возраст, образование, семейное положение, материальное положение и др.). Они называются **паспортичкой**. Некоторые социологи считают, что помещать паспортичку в начале анкеты не этично и не целесообразно. Потому что эти вопросы могут насторожить респондента. Особенно, когда речь идет об изучении политических, религиозных, нравственных и иных деликатных сфер.

Недостатки метода анкетного опроса.

1. Из-за анонимности анкетного опроса трудно контролировать искренность и точность ответов респондентов.

2. Некоторые респонденты не располагают информацией, но из вежливости отвечают на вопросы анкеты. В результате мы получаем дезинформацию.

3. В силу анонимности исследователь не может задать уточняющие или дополнительные вопросы, поэтому проблема может быть изучена не до конца, и приходится проводить дополнительное обследование.

4.4. Этапы исследования

1. Разработка программы.
2. Разработка анкеты.
3. Разработка инструкции для анкетера.

4. Расчет выборки.
5. Тиражирование анкет.
6. Подготовка анкетеров.
7. Полевые исследования.
8. Обработка и анализ информации.
9. Написание отчета.
10. Сроки проведения исследования от 3-х дней до 7 лет. Панельные исследования охватывают 20 и 30 лет.

4.5. Понятие интервью. Особенности интервью как метода сбора первичной социологической информации

Интервью – метод получения необходимой информации путем проведения по определенному плану беседы, при которой осуществляется непосредственный контакт интервьюера с респондентом, и запись ответов производится либо интервьюером или его ассистентом, либо механически (на пленку).

Интервью можно рассматривать как определенную форму социально-психологического взаимодействия интервьюера и респондента. **Специфика** этого взаимодействия заключается в строгом распределении ролей между ними. **Специфика этого метода** состоит в следующем:

1. С помощью интервью получают глубинную информацию о мнениях, мотивах и представлениях респондентов.
2. Непринужденная обстановка, которая может сложиться и к которой надо стремиться при беседе, способствует повышению искренности ответов. Это дает возможность получить самые полные и правдивые ответы на вопросы.
3. При непосредственном контакте с респондентом интервьюер может вести наблюдение за его психологическими реакциями и при необходимости скорректировать ситуацию.
4. Личное общение способствует более серьезному отношению респондента к процедуре опроса.

Интервью применяют на ранних стадиях исследования. Интервью используют как для разработки методики больших опросов-обследований, так и в качестве основного метода сбора социологической информации при ограниченной или малой выборке. Интервью может быть дополнительным методом получения информации совместно с анкетированием, наблюдением, анализом документов. Интервью используют в качестве контрольного метода для уточнения и проверки данных, полученных другими методами.

4.5.1. Виды интервью

Существует несколько разновидностей интервью.

По целевому назначению интервью делятся на **документальные** и **интервью мнений**. С помощью документальных интервью воспроизводят прошедшие события и факты, уточняют и изучают их, опрашивая свидетелей или непосредственных участников. Интервью мнений нужны, чтобы выявлять мнения, оценки, взгляды, суждения и реакции людей на какие-либо явления, события социальной действительности.

В особую группу выделяют **интервью с экспертами**. Под экспертом подразумевают лицо, которое в силу своего профессионального опыта, статуса обладает наибольшей компетентностью и владеет надежной и достаточно полной информацией по исследуемой проблеме.

По технике или по форме проведения интервью подразделяются на **неформализованные (нестандартизированные), формализованные (стандартизированные) и полустандартизированные.**

В **неформализованных** интервью формулировку, последовательность и количество вопросов, а также предполагаемые ответы на них заранее не определяют. Неформализованное интервью позволяет интервьюеру задавать те вопросы, которые подходят в данной конкретной ситуации, разъяснять вопросы, перефразируя их и изменять. Роль интервьюера состоит в том, что он должен умело стимулировать ответы на задаваемые вопросы. Влияние интервьюера на ответы респондента должно быть минимальным. Недостатком неформализованного интервью является то, что из-за гибкости и динамичности ведения беседы в процессе обработки данных могут возникнуть трудности при сопоставлении результатов.

Самым распространенным является **формализованное (стандартизированное) интервью.** Оно проводится по детально разработанному вопроснику, то есть сначала определяют формулировку вопросов, их порядок, количество и перечень возможных альтернативных ответов, их кодировку, форму записи. Здесь важно строго фиксировать ответы и соблюдать при этом принцип единообразия. Интервьюер не может изменять формулировки вопросов и их последовательность.

Различия между формализованным и неформализованным интервью

Формализованные интервью более подходят, если:

- время, отпущенное на интервью, ограничено;
- интервьюеры менее опытные и менее знакомы с темой;
- исследователь уверен в том, какие проблемы важны для респондентов.

Неформализованные интервью более подходят, если:

- интервьюеры опытные и знакомы с темой;
- изучение проблемы носит исследовательский характер;
- важно понять то, как респондент относится к проблеме, а не просто получить информацию.

Часто в социологических исследованиях используют различные типы **полустандартизированных** интервью. Их отличительной чертой является частичная стандартизация процедуры интервью, то есть в каждом из тематических блоков должен быть перечень обязательных аспектов, относительно которых должна быть получена информация.

В зависимости от особенностей процедуры интервью может быть **углубленным**, то есть интенсивным и продолжительным, и **фокусированным** – кратковременным.

Углубленное интервью – метод, особенно широко используемый на Западе. С его помощью детально исследуют самые различные сферы интересов.

Фокусированное интервью применяют для сбора мнений и оценок респондента по поводу конкретной ситуации, явления, его последствий или причин. Данный вид интервью позволяет выявить различие в понимании некоторой проблемы, события, явлений жизни определенными группами людей. Фокусированное интервью используют в прикладных маркетинговых исследованиях, при изучении покупательского спроса, реакций на рекламу, отношения к политическим деятелям.

По способу организации интервью делят на **групповые** и **индивидуальные.** Для быстрого зондажа мнений используют **телефонные** интервью.

При **интервью с открытыми вопросами** разрабатывают подробный план интервью, по условиям которого нельзя менять последовательность вопросов и их формулировку. Респондент дает ответы в свободной форме, интервьюер должен подробно и точно их

записать. На стадии обработки проводят классификацию ответов и их кодирование. Этот вид интервью широко используется в пилотажных исследованиях.

4.5.2. Процедура интервью. Подготовка интервьюеров. Проблемы интервью

В конкретных социальных исследованиях процесс интервьюирования состоит из следующих этапов: 1) создание вопросника интервью; 2) проведение собственно интервью.

При стандартизированных интервью успех исследования во многом определяется качеством вопросника и тем, насколько он по своему содержанию соответствует целям исследования. Чем больше стандартизируется процесс интервьюирования, тем более сопоставимые и надежные данные мы получим.

В вопроснике указывается имя интервьюера, тема и место проведения интервью, отношение респондента к беседе, длительность беседы, вопросы и ответы на них и социально-демографические данные на респондента.

Составление вопросника начинают с изучения темы, проблемы, объекта и предмета исследования. Вопросник состоит из вводной, основной и демографической частей. К вопросникам прилагаются протоколы интервьюера (отчеты об интервью).

Данный вид интервью позволяет привлекать для опроса в качестве интервьюеров самых обычных людей, предварительно их подготовив. Влияние интервьюера на качество результатов опроса может быть как положительным, так и отрицательным. Организатор опроса должен так подобрать и подготовить интервьюеров, чтобы свести к минимуму возможные просчеты, связанные с их участием в опросе.

Работа интервьюера состоит в получении необходимой информации без управления или подсказки респонденту. Для этого надо выполнить следующее.

1. Определить респондента – это означает, что интервьюер должен найти конкретное лицо, выбранное для включения в выборку. Интервьюер не должен никогда заменять его какой-либо подходящей альтернативой. Например, в случае, когда интервью проводится в домашних условиях и нет того члена семьи, который должен быть включен в выборку, никакой другой член семьи не может за него заполнить анкету, даже, если он сам это предлагает. Каждый интервьюер должен знать, что выборка является самым важным этапом интервью. В некоторых случаях, когда используется выборка по месту проживания, интервьюер может сам выбирать людей, которые будут включены в выборку. В этом случае интервьюеров необходимо снабдить инструкциями, которых они должны придерживаться.

2. Надо добиться согласия на интервью. Для интервью на дому интервьюер должен иметь визитную карточку или документ, удостоверяющий его личность. Он должен рассказать респонденту об организации (иногда и финансировании) исследования, его причинах и целях, об объекте исследования и времени, которое потребуется интервьюируемому для ответа на все вопросы. Надо при необходимости заверить респондента в конфиденциальности полученной информации.

3. Задать вопросы. Необходимо задать все вопросы в том порядке, в котором они расположены в анкете: интервьюерам не разрешается изменять формулировки или помогать респонденту. Если респондент затрудняется с ответом, вопрос необходимо повторить, и, если ответ снова не получен, интервьюер должен перейти к следующему вопросу.

4. Записать ответы. Записывая ответы респондента, интервьюер должен проявлять особое внимание и аккуратность. В анкете не должно быть пропусков.

Запись ответов зависит от вида интервью, квалификации интервьюера и обстановки проведения опроса. При проведении интервью важным моментом является выбор пра-

вильного темпа ведения беседы. **Темп интервью** зависит от темы разговора, длительности интервью, места и обстановки проведения опроса.

Короткое по времени интервью состоит из динамичных вопросов, длительное интервью проводят в спокойном ритме. Интервьюер должен заранее изучить план беседы и чередование вопросов. В плане интервью следует предусмотреть чередование темпов.

4.5.3. Требования к интервьюеру

Интервьюер должен добросовестно и пунктуально исполнять все инструкции и обладать следующими качествами: внимательностью, наблюдательностью, терпением, умением слушать, умением молчать. Недопустимы жесткость, требовательность, властность.

Кроме того, большую роль играет внешний вид интервьюера. Интервьюер должен быть одет с учетом той обстановки, в которой ему придется работать. Внешний вид интервьюера не должен отвлекать респондента.

Обучение интервьюеров.

Перед началом любого исследования необходимо провести обучение интервьюеров.

1. В ходе обучения интервьюеры должны уяснить, что внешность, вежливость и расположенность к респонденту позволяют получить более высокий процент ответов и, что принуждать силой респондента к ответу на вопрос нельзя.

2. Интервьюеры должны помнить, что на даваемые респондентом ответы могут оказать влияние намеки, реплики со стороны интервьюера (выражение лица, одобрительное покачивание головой). Это недопустимо. Во избежания пристрастия, каждый интервьюер должен опрашивать людей, представляющих относительно различные сферы.

На качество опроса влияют различия во взглядах на предмет опроса, несовпадение вкусов, языка, манер, возраста, пола, образовательного уровня интервьюера и респондента.

Влияние пола и возраста проводящего опрос на результаты опроса обычно проявляются следующим образом:

1) между мужчинами, как правило, чаще складываются неофициальные отношения, чем между женщинами;

2) мужчины-интервьюеры предпочитают работать с мужчинами, женщины могут интервьюировать респондентов обоего пола;

3) мужчины-интервьюеры более критичны к своим собеседникам, чем женщины;

4) разница в поле проводящего опрос и респондента может вызвать скованность у опрашиваемых;

5) значительная возрастная разница между интервьюером и опрашиваемым отрицательно сказывается на результатах.

Проблемы интервью.

1. Поиск психологического контакта с каждым респондентом.

2. Значительные материальные и временные затраты.

3. Трудоемкость подготовки интервьюеров.

4. Проблема анонимности.

4.5.4. Планирование интервью

1. Определяют центральные темы и подтемы, относящиеся к данному проекту исследования и гипотезам.

2. Надо иметь представление о предмете разговора. Ознакомиться с темой, чтобы задавать уместные вопросы для получения необходимой информации.

3. Надо составить серию вопросов по каждой теме, начиная каждый раз с общего вопроса. Это позволит респонденту установить порядок очередности. Когда респондент прекращает говорить, задайте ему дополнительные вопросы по теме.

4. Надо быть готовым записать информацию. При глубинном интервью предпочтительно использовать сочетание магнитофонных записей и заметок. Обязательно нужно попросить разрешение на запись беседы. С самого начала надо удостовериться, что запись производится в процессе всего интервью. Можно использовать в качестве дублера ассистента.

Проведение интервью.

Для успешного проведения интервью важно создать соответствующую психологическую обстановку:

1. Дайте возможность респонденту почувствовать себя непринужденно. Позвольте ему в начале рассказать о себе.

2. Никогда не противоречьте тому, что говорит респондент. Будьте дружелюбны, но не вставляйте собственных замечаний.

3. Высказывайте уважение к теме интервью своей информированностью и интересом.

4. Особо болезненные вопросы лучше поднимать в конце интервью.

5. Если вы замечаете, что респондент чувствует себя неловко или устает, постарайтесь быстро и эффективно закончить обсуждение всех намеченных тем, или изменить тему на более интересную для него.

6. Всегда отправляйте благодарственное письмо по окончании интервью.

Схема 4.2

Интервью

Интервью – заранее запрограммированная целенаправленная беседа с респондентом		
Особенности	Действия, запрещенные интервьюеру при проведении опроса	Виды интервью
Для проведения интервью выбирается время, наиболее удобное для респондента.	изменять формулировки вопросов;	свободное интервью – как правило, не имеет плана и заранее сформулированных вопросов, применяется на начальной стадии исследования;
Задачи интервьюера (опрашивающего) состоит в том, чтобы максимально непредвзято и объективно зафиксировать ответы, во время опроса создавать благоприятную атмосферу и т.д.	толковать ответы на вопросы;	глубинное интервью – применяется для выяснения общественного мнения по определенному кругу вопросов;
Вопросы интервью могут иметь открытый или закрытый характер: открытый характер – набор открытых вопросов, фиксируемых полностью; закрытый (стандартизированный) характер – респондент отвечает на анкету, состоящую преимущественно из закрытых вопросов (например, перепись населения).	изменять порядок вопросов в анкете;	фокусированное (направленное) интервью – изучает общественное мнение о конкретном факте (событии, ситуации).
	пропускать вопросы (если это заранее не оговорено).	

5. Документы как источник социальной информации. Методы анализа документов

Метод анализа документов является одним из древнейших и используется всеми науками об обществе. Документальные источники содержат информацию о многих важных сторонах социальной жизни общества (о нормах и ценностях, о социальной структуре, об отношениях между различными социальными группами и отдельными людьми) и имеют различные формы фиксации информации.

5.1. Понятие документа в социологии. Классификация документов

В социологии документальной называют любую информацию, фиксированную в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, на фото- или киноплёнке.

Метод анализа документов позволяет получить необходимую исследователю информацию и широко применяется в социологии. *Документом в социологии называется специально созданный человеком предмет, предназначенный для передачи или хранения информации* (кроме предметов материальной культуры и быта).

По способу фиксирования информации различают: 1) **рукописные** (автобиографии, личные листки, дневники и т.д.) и **печатные** документы (это государственные и центральные архивы, архивы организаций и предприятий, статистическая отчетность, научные публикации, пресса, личные документы); 2) **иконографические** – это записи на кино-, видео- или фотоплёнке (фотографии, картины, фильмы); 3) **фонетические** документы (магнитофонные записи, грампластинки, диски).

По цели создания документы могут быть **целевыми** и **наличными** (естественно функционирующими в обществе). **Целевые** готовятся в соответствии с программой, задачами исследования. Это ответы на открытые вопросы анкеты и тексты интервью, записи наблюдений, отражающие мнения и поведение респондентов; справки официальных и общественных организаций, выполненные по заказу исследователей. **Наличные** документы создаются и функционируют в обществе независимо от исследователя. Они являются естественной составной частью нормального процесса деятельности какого-то учреждения, коллектива или какой-то организации. К ним относятся любые документы. Это официальные документы, статистические отчеты, материалы прессы. Они используются, если соответствуют теме исследования. Примером целевого документа может служить автобиография польского крестьянина (около 300 страниц), написанная им по просьбе исследователей американца У.Томаса и поляка Ф.Знанецкого, которые на основе изучения личных документов польских эмигрантов (переписка с родными, оставшимися в Польше, архивы эмигрантских газет; материалы церковно-приходских общин, землячеств, благотворительных обществ, судебные материалы) описали их положение в Польше и в Америке.

По степени персонификации документы делятся на **личные** и **безличные**. **Личные** – это карточки индивидуального учета (например, библиотечные формуляры, анкеты и бланки, заверенные подписью), характеристики, выданные данному лицу, письма, дневники, мемуарные записи, посмертные записки, надписи на памятниках. (В наше время интересным и важным источником изучения политической жизни являются документы поименного голосования в представительных органах власти). Для социолога личные документальные источники являются свидетельством индивидуального опыта.

В настоящее время личные дневники люди ведут редко, но в 20–30 гг. в Америке они служили источником информации для многих классических исследований.

Безличные – это статистические или событийные архивы, данные прессы, протоколы собраний.

В зависимости от статуса документы делят на **официальные** и **неофициальные**. **Официальные** документы в основном отражают общественные связи и выражают коллективные точки зрения. Это правительственные материалы, постановления, заявления, стенограммы официальных заседаний, данные государственной и ведомственной статистики, архивы и текущие документы различных учреждений и организаций, деловая корреспонденция, протоколы судебных органов и прокуратуры, финансовая отчетность и т.п.

Неофициальные документы – это личные материалы, упомянутые выше, а также составленные частными гражданами безличные документы (например, статистические обобщения, выполненные исследователями на основе собственных наблюдений).

В особую группу следует выделить многочисленные **материалы средств массовой информации**: газет, журналов, радио, телевидения, кино, видеоматериалы.

По источнику информации документы разделяют на **первичные** и **вторичные**. К первичным относят документы, которые составлены по итогам непосредственного наблюдения или опроса. Они содержат информацию, которая отражает непосредственное положение дел. Вторичные построены на основании анализа уже существующих документов. Их получают после аналитической обработки или описания данных, которые содержатся в первичных источниках.

Можно классифицировать документы **по их прямому содержанию**, например, исторические и научные архивы, архивы социологических исследований, видеохроники общественных событий.

В зависимости от срока хранения документы подразделяют на: **документы постоянного** и **документы временного хранения**.

Наиболее часто и активно в социологических исследованиях используются различные **статистические данные**.

5.2. Традиционные методы анализа документальных источников

В зависимости от целей исследования метод анализа документов может быть основным или использоваться в качестве вспомогательного наряду с другими методами (опрос, интервью, наблюдение). Например, основной – это анализ научной литературы по проблеме на начальной стадии исследования; вспомогательный – это, когда опрос общественного мнения сопровождается и анализом материалов прессы (выборы, референдумы и т.д.).

Проведение конкретного социологического исследования начинают, прежде всего, с того, что определяют, какие документы и в каком объеме могут быть использованы, насколько они важны и ценны с точки зрения надежности содержащейся в них информации.

Документы для анализа отбирают в соответствии с программой исследования. Количественная сторона выборки зависит от материально-технических возможностей и организационных условий работы исследовательской группы. Когда имеем много опытных, обученных специалистов и есть современная вычислительная техника, то можем увеличить разнообразие источников информации и объем выборки. (Взять не одну газету, а 5, и не за один месяц, а за полгода).

Приступая к работе надо убедиться в **надежности** самого документа, то есть он должен быть подлинный и связан с предметом исследования. Документ должен быть **достоверным**, то есть содержать правдивые и точные факты. Например, исторические доку-

менты анализируют для того, чтобы установить достоверность фактов. Здесь важно, чтобы документ был подлинным.

Среди многообразных методов анализа документов выделяют два основных типа анализа: **традиционный (классический)** и **формализованный (количественный, контент-анализ)**.

Традиционный анализ – это интерпретация содержания документа, его толкование исследователем с определенной точки зрения, принятой исследователем в каждом конкретном случае.

Он давно и успешно применяется в самых различных областях знания. С его помощью можно получить глубокие, подробные сведения об изучаемом объекте и выявить некоторые специфические нюансы.

Традиционный анализ подразделяют на **внешний** и **внутренний**. При **внешнем анализе** документов определяют вид, форму и место появления документа, кто его автор или инициатор, цель, для которой он был создан, насколько он надежен и достоверен, каков его контекст. Невыполнение этих процедур может привести к неверному истолкованию документа.

Внутренний анализ – это анализ содержания документа, извлечение из него необходимой информации, фактов, оценок, мнений.

Отдельные виды документов требуют специальных методов анализа и привлечения соответствующих специалистов. Например, *юридический анализ* применяется для всех видов юридических документов. Это необходимо потому, что в правовой науке разработан особый словарь терминов, где значение каждого слова однозначно определено. Неверное толкование этих терминов при анализе документов может привести к грубым ошибкам.

Психологический анализ применяют, в основном, при рассмотрении личных документов для того, чтобы на основе заключенной в документе информации составить представление о личности автора или его отношении к какому-либо политическому или социальному явлению. Это дает возможность проследить процесс формирования общественного мнения, общественных установок и т.д.

Недостатки метода – субъективизм при оценке данных и трудность сопоставления данных:

Эти недостатки можно преодолеть, применив формализованные, методики анализа.

Схема 5.1

Методы анализа документов

Документы в социологии – это источники, содержащие информацию о явлениях общественной жизни, о социальных объектах		
Виды документов по форме фиксации	Методы анализа документов (задача социолога – по содержанию и структуре объекта, анализа документа (текста и т.п.) определить характер взаимоотношения в системе, где родился текст)	Социальные явления, о которых можно судить на основании текстов газет, журналов, текстов договоров, коммюнике и т.п.
• письменные документы (в форме текста);	Традиционный (классический) анализ – толкование содержания документа социологом. Слабостью это-	• политическая ситуация;
	Формализованный (количественный) метод анализа документов, или контент-анализ – научный анализ документов, а также СМИ. Сущность контент-анализа подсчитать, как отражены в информационном массиве (тексте,	

5. ДОКУМЕНТЫ КАК ИСТОЧНИК СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ. МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ

	го метода является субъективизм	аудиозаписи и пр.) смысловые единицы (социальная принадлежность персонажей текста, качества личности, порядок перечисления государственных деятелей, позитивная или негативная позиция автора и т.д.)			
• статистические данные (цифровая форма);		Особенности	Вопросы, относящиеся к методической, технической стороне контент-анализа	Условия, при которых возникает нужда в контент-анализе	• идеологические установки;
• иконографическая документация (кино-, фотодокументы);		• Специфика использования контент-анализа в содержательном толковании объекта исследования.	• формулировка задач;	• необходимость высокой точности и объективности анализа;	• функционирование социальных институтов и т.д.
• фонетические документы (аудиозаписи).		• Исследование будет тем объективнее, чем тщательнее подготовлен контент-анализ, сформулирована система правил, подготовлена математическая программа анализа текста.	• выделение категорий и единиц содержания;	• большой объем не систематизированного материала;	

5.3. Специфика метода контент-анализа

Контент-анализ – это перевод в количественные показатели массовой текстовой (или записанной на пленке) информации с последующей статистической ее обработкой. Например, частота публикаций материалов по определенной теме; число строк, отводимых редакцией отдельным темам; частота упоминаний проблем, терминов, имен, географических названий и т.п.

Исследовать можно любые документальные источники, которые содержат текст (книги, газеты, песни, речи, выступления, письма, дневники, ответы на открытые вопросы анкет) при условии, что изучаемая характеристика (*единица, параметры*) существует и распределена в (*некоторой массовой*) совокупности слов, фраз, статей и т.д.

Контент-анализ применяют:

- когда требуется высокая степень точности или объективности анализа при сопоставлении однопорядковых данных;
- когда материал слишком велик по объему и не систематизирован;
- когда качественные характеристики, важные для целей исследования, появляются с достаточной частотой в изучаемых документах. (Например, при работе с ответами на открытые вопросы анкет или глубинных интервью);

- когда исследуемые тексты сопоставляются с другими количественными характеристиками. Например, количественное выражение особенностей содержания газетных сообщений сопоставляют с численностью подписчиков;

- когда для исследования проблемы большое значение имеет язык изучаемого источника информации и его специфические характеристики.

Основные направления использования контент-анализа:

1) выявляют и оценивают характеристики текста, которые являются показателями определенных сторон изучаемого объекта; 2) выясняют причины, породившие сообщение; 3) оценивают эффективность воздействия сообщения. С помощью этого метода исследователь определяет: «Кто сказал, что, кому, как, с какой целью и с каким результатом?»

Основные процедуры контент-анализа. Надо: а) выработать категории анализа; б) выделить единицы анализа; в) выделить единицы счета.

Категории анализа – это понятия, в соответствии с которыми будут сортироваться единицы анализа (единицы содержания).

Категории выбирают в соответствии с задачами исследования. Они должны быть надежными и взаимоисключающими, т.е. исследователи должны согласовать, какие части содержания следует отнести к той или иной категории. Увеличить степень надежности категорий можно с помощью перечисления всех входящих в нее элементов. Тогда обработчик чисто технически будет отбирать необходимые.

Например, деловые качества инженеров при аттестации определяют следующим образом:

категории **«инициатива и творчество»** соответствуют единицы анализа: «не боится трудностей», «имеет печатные труды», «имеет патенты»;

категории **«знание и опыт»** соответствуют единицы анализа: «эрудирован», «быстро выполняет производственные задания»;

категории **«исполнительность и аккуратность»** соответствуют единицы анализа: «выполняет поручения», «пунктуален», «отличается аккуратностью».

Затем выделяют **смысловые единицы анализа**. *Смысловая единица анализа – это та часть содержания, которая выделяется как элемент, подводимый под ту или иную категорию.*

Смысловой единицей контент-анализа должна быть социальная идея, социально значимая тема. В тексте она может быть выражена по-разному: одним словом, сочетанием слов, описанием термина, содержаться в заголовке абзаца, раздела и т.д. Задача исследователя – выделить признаки, по которым определяют наличие необходимой темы или идеи.

Выделение в качестве смысловой единицы **слова, термина** или **сочетания слов** применяется при изучении стиля источника информации. По частоте употребляемых слов делают вывод о том, в какой степени источник информации ориентирован на исследуемую проблему.

Когда анализируют направленность интересов, ценностных ориентаций, установок, в качестве смысловой единицы используется *тема*. Она может быть выражена в единичных суждениях, смысловых абзацах, частях текстов, статьях, радиопередачах. При выборе темы в качестве единицы анализа исследователь должен определить ее границы внутри текста.

В качестве смысловых единиц могут использоваться имена исторических личностей, политиков, выдающихся ученых и деятелей искусства, организаторов производства, лидеров движений и партий, наименования общественных институтов, организаций и учреждений.

По числу упоминаний можно судить о влиянии отдельных лиц или представляемых ими общностей на общественное мнение. По числу ссылок на отдельных авторов опреде-

ляют значение той или иной научной идеи. Число ссылок на определенную концепцию может расти или падать, соответственно будет расти или падать ее авторитет. Аналогично можно судить об авторитете политических лидеров и общественных движений.

Выбрав смысловую единицу и ее показатели, исследователь должен определить единицу счета, которая станет основанием для количественного анализа материала. Она может совпадать или не совпадать с единице анализа или ее показателем.

Выделяют следующие единицы счета:

1. Единицы счета «**время – пространство**» используют для анализа сообщений, передаваемых средствами массовой информации. **Пространственные единицы счета** – это число строк, абзацев, квадратных сантиметров площади, знаков, колонок в печатных текстах, посвященных тому или иному вопросу, мнению, оценке. Для кино, радио и телевидения единицей счета будет **время**, отведенное освещению определенного события. Например, когда для сравнения измеряли количество сантиметров колонок, частоту упоминания тем и размер заголовка, то почти всегда эти способы давали сходные результаты, но кодирование по единице пространства, как правило занимает меньше времени. С помощью системы счета «**пространство – время**» получают самые общие характеристики содержания, она не подходит для оценки установок и намерений.

2. Единицы счета по **появлению признаков в тексте**. В этом случае важно выявить лишь наличие необходимой смысловой единицы. Например, если текст разбит на абзацы, то значение смысловой единицы засчитывается один раз, независимо от количества повторений ее признаков в данном абзаце. Кодировщик отмечает лишь наличие или отсутствие данной единицы.

3. Самым распространенным способом измерения характеристик содержания является подсчет их по **частоте появления**, при этом фиксируется каждое появление единицы анализа. Этот прием используется для решения разных задач. Например, по частоте появления темы в документе можно судить, насколько она важна для автора документа. По подсчету знаков информации («положительный», «отрицательный», «нейтральный») можно сделать вывод об установках автора сообщения, о его намерениях.

Недостатки метода контент-анализа в том, что не удается полностью отразить содержание каждого документа из-за слишком большого объема исследуемого материала. Поэтому его нецелесообразно использовать, когда исследуются описания очень сложных явлений; когда имеем дело с уникальными документами, где важно всесторонне изучить и интерпретировать содержание всего материала; когда документальных данных недостаточно для массовой обработки.

Анализ документов – важный метод сбора информации при разведывательном плане исследования (для выдвижения гипотез и общей разведки темы) и на стадии работы по описательному плану

6. Эксперимент в социологическом исследовании

Экспериментальные методы исследования широко применяются в естественных науках. Познавая явления природы, люди наряду с пассивным наблюдением, перешли к активным методам исследования и стали воспроизводить различные экспериментальные ситуации для более быстрого и эффективного получения результатов исследования. Сначала выдвигалась гипотеза относительно связей явлений в окружающей среде, затем делали попытку создать эти условия, получившийся результат опровергал или подтверждал выдвинутую гипотезу.

6.1. Понятие эксперимента

Эксперимент в социологии – это способ получения информации о количественном и качественном изменении показателей деятельности и поведения социального объекта в результате воздействия на него некоторых управляемых и контролируемых факторов. Эти факторы называют переменными.

Проведение эксперимента предполагает разработку программы исследования – определение проблемы, предмета исследования, формулировку гипотез. Важное значение имеет выбор объекта эксперимента, а также зависимых и независимых переменных. Те и другие должны быть контролируемы и измеряемы. Например, оплата труда – независимая переменная, а производительность труда – зависимая переменная, то есть она зависит от форм и размеров оплаты труда.

Достоинства эксперимента в том, что устанавливается причинная связь, не только описание объекта, но и объяснение. В силу его воспроизводимости можно результаты переносить в реальные естественные коллективы. Члены экспериментального коллектива оказывают помощь исследователям.

Недостатки эксперимента – экспериментальный фактор нарушает естественный ход событий. Неверные методологические установки приводят к искажению реальности и связей внутри коллектива. Искусственность экспериментальной ситуации снижает достоверность выводов и обобщений.

Схема 6.1

Эксперимент

Эксперимент – общенаучный метод получения информации в контролируемых и управляемых условиях
Виды эксперимента
<ul style="list-style-type: none"> • натуральный эксперимент проводится на малых группах, подразделяется на лабораторный и полевой • мысленный (модельный) эксперимент встречается в каждом социологическом исследовании, где есть методы статистического анализа. Мысленные эксперименты являются основными при моделировании социальных процессов на ЭВМ.

Эффект «исключительности» участников эксперимента трудно локализуется. Трудно учесть все факторы, влияющие на поведение коллектива, поэтому неучтенный фактор может оказаться сильнее, а результаты припишут экспериментальному фактору.

6.2. Виды экспериментов

Схема 6.2

Эксперимент		
Объект эксперимента	Масштаб	Длительность
Экономический	В масштабах страны	Длительный
Правовой	Региональный	Циклический
Хозяйственный	Заводской	Краткий
Научный – Практический	Цеховой	
Психологический	Бригадный (групповой)	
По месту проведения эксперимента выделяются виды:		
Полевые	Лабораторные	Естественные
По типу логической структуры доказательства гипотезы:		
Параллельные	Последовательные	Смешанные
По методу подбора контрольной группы:		
Попарный	Частотное распределение	

При организации эксперимента необходимо соблюдать ряд условий. 1. Он должен быть воспроизводим, то есть при повторении давать те же результаты. 2. Параллельный эксперимент предполагает выделение экспериментальной группы. 3. Зависимые и независимые переменные должны быть измеряемы.

6.2.1. Виды переменных

Переменные можно классифицировать по разным основаниям. Прежде всего, по отношению к задачам эксперимента: а) экспериментальные – оказывают влияние на его ход; б) независимые – изменяются экспериментатором; в) зависимые – изменяются под воздействием независимой переменной. По характеру действия: а) не экспериментальные – не оказывают влияния на ход эксперимента; б) не изменяющиеся в ходе эксперимента; в) трудно предвидимые. По виду контроля: а) контролируемые по заданным параметрам; б) не контролируемые в эксперименте; в) регулируемые в заданных параметрах; г) не регулируемые в эксперименте. По содержанию: а) внешние; б) внутренние; в) субъективные; г) объективные; д) индивидуальные; е) коллективные.

6.2.2. Логические схемы эксперимента

Схема 6.3

Метод различия	Метод сходства	Метод сопутствующих изменений
1) ABCDE вызывает d 2) ABCDE не вызывает d Видимо, М – причина d	1) ABC вызывает d 2) MB вызывает d 3) MBC вызывает d Видимо, В является причиной d	1) ABC1 вызывает d 2) ABC2 вызывает d 3) ABC3 вызывает d Видимо, С – причина d

6.3. Ошибки и трудности проведения эксперимента

1. Гипотезы не отражают проблемных ситуаций, связей в изучаемом объекте.
2. В качестве независимой переменной выделен фактор, который не влияет на изучаемые процессы, не является их причиной.
3. Связи между зависимой и не зависимой переменными носят случайный характер.
4. Допущены ошибки в предварительном описании объекта, что привело к выбору не адекватных показателей.
5. Не правильно выбраны экспериментальная и контрольная группы.
6. Для экспериментальной группы не правильно выбрана контрольная.
7. Не поддается нейтрализации действие побочных факторов.
8. Не обеспечен уровень измерения и контроля за состоянием переменной.
9. Не правильно выбраны методы обработки результатов эксперимента.
10. При анализе результатов эксперимента чрезмерно преувеличивается зависимость между переменными.
11. В эксперименте участвовали люди, которые были против эксперимента.
12. В ходе эксперимента возникли конфликты по поводу эксперимента.
13. Коллектив отказывается участвовать в ходе эксперимента.
14. Пока шел эксперимент, произошли большие изменения в стране, которые оказали сильнее выбранных переменных.

7. Метод фокус-групп

7.1. Общая характеристика метода

Методом фокус-групп называют неформализованное интервью, проводимое не с индивидуальным респондентом, а с группой. Элементы интервью, т.е. транзакции «интервьюер – респондент», сочетаются в этом методе с элементами групповой дискуссии, т.е. транзакциями «респондент – респондент». Целью фокус-групп, в отличие от других видов групповых дискуссий, является получение информации о мнениях и реакциях **их** участников. Достижение иных целей, таких как поиск наилучшего решения, погашение конфликтов, обучение, или достижение психотерапевтического эффекта при проведении фокус групп не преследуется.

Термин «фокус-группа» является сокращением от термина «фокусированное групповое интервью», предложенного Р.Мертоном, М.Фиске и П.Кендалл.

Как и в случае с индивидуальным фокусированным интервью, термин «фокус-группа» быстро вышел за рамки той узкой трактовки, которую придали ему названные авторы, и стал обозначать групповое интервью или дискуссию, посвященную какой-то определенной теме.

Методика фокус-групп при своем возникновении и развитии опиралась на две исследовательские традиции, одной из которых было индивидуальное интервьюирование, а другой – исследование групповой динамики и некоторые психологические методы, основанные на организации групповых дискуссий.

Групповое неформализованное интервью как метод социологического опроса применялось западными социологами на протяжении всех послевоенных десятилетий, начиная с 50-х годов, однако в 80-е годы интерес к фокус-группам заметно возрос, что связано отчасти с общим ростом интереса к качественным методам, а отчасти с успешным применением групповых интервью в сфере прикладных исследований, в первую очередь маркетинговых и политологических. Рост частоты применения фокус-групп в исследовательской практике сопровождался активизацией методической рефлексии. В 80-е годы в странах Запада по данной теме был опубликован ряд учебников, а также большое число статей. Значительно увеличилось число модификаций рассматриваемого метода. К сожалению, имеющаяся в нашем распоряжении информация по данному вопросу крайне скудна. Д.Морган, автор сравнительно небольшой методической брошюры по фокус-группам, назвал в ней шесть литературных источников, которые, с его точки зрения, являются наиболее значимыми. Первой в этом списке стоит упомянутая работа Р.Мертон и соавторов, о которой сказано, что «содержащиеся в ней практические советы до сих пор имеют большое значение». Относительно прочих пяти источников мы можем только сказать, что один из них был опубликован в 1979 г. (Морган называет его несколько устаревшим), а другие в 1987-1988 гг. Ни в одной российской библиотеке, если верить сводному каталогу Библиотеки им. В.И.Ленина, этих книг нет.

Необходимо отметить, что бум популярности фокус-групп в 80-х годах имел в своей основе не только реальные успехи этого метода, но и своего рода моду, что порой вводило в заблуждение российских исследователей, которые как раз в это время впервые получили возможность устанавливать научные контакты с западными коллегами. (Основоположником исследований в области групповой динамики считается Курт Левин – одна из крупнейших фигур в теоретической и экспериментальной психологии).

Наблюдающийся ныне высокий интерес российских социологов к фокус-группам при отсутствии подобного интереса к индивидуальным интервью можно интерпретиро-

вать как индуцированную моду, которая в «догоняющей» науке всегда принимает несколько гипертрофированную форму. В связи с этим следует указать, что на протяжении последнего десятилетия метод фокус-групп действительно получил широкое распространение, но не вытеснил индивидуальное интервью из методического арсенала. Последнее во многих областях было и остается основной, базовой исследовательской методикой.

Завершая общую характеристику фокус-групп, следует отметить, что эффективное использование этого метода в нашей стране вряд ли возможно без издания соответствующих учебников. Если говорить о создании отечественных версий таких учебников, то в основе их написания неизбежно будут лежать заимствования из зарубежных аналогов (другого пути просто нет). Тем не менее в этой работе может быть в какой-то мере использован и отечественный опыт, хотя и ограниченный, но реальный, имеющий два источника. Во-первых, в настоящее время в России существуют фирмы, организации и юридически неоформленные группы, заимствовавшие у западных специалистов те или иные модификации метода фокус-групп, и проводящих на их основе собственные исследования (как правило, коммерческие). Во-вторых, еще в 70-е годы в России возникли научные группы, занимавшиеся деловыми играми и некоторыми другими аналогичными методами, которые по многим параметрам близки к фокус-группам, хотя между ними имеются, конечно, и значимые отличия. Методический опыт в обоих типах коллективов, несомненно, накоплен, хотя трудно сказать, в какой мере они проявят готовность сделать его публичным достоянием.

7.2. Групповое и индивидуальное интервью: сравнение методов

Сравнение названных методов будет проведено путем перечисления их преимуществ и недостатков, хотя такое разделение довольно условно: то, что применительно к одному типу исследовательских задач может рассматриваться как преимущество, в другом случае становится недостатком. Тем не менее, для краткого изложения такая форма подачи материала представляется наиболее удобной.

Преимущества фокус-групп. Если говорить об основных преимуществах, то их, по-видимому, два.

1. Фокус-группы считаются более дешевым методом по сравнению с проведением эквивалентного числа индивидуальных интервью. Кроме того, их использование сокращает затраты времени, что очень важно для прикладных исследований. Совокупный объем текстовых расшифровок (стенограмм) фокус-групп обычно существенно меньше, чем индивидуальных интервью. Релевантный исследованию материал содержится в них в более хаотичном, обрывочном, но одновременно и в более сконцентрированном виде. Сравнительная дешевизна и экономия времени в очень большой степени предопределили широкое распространение фокус-групп в маркетинговых исследованиях.

Хотя относительная дешевизна групповых интервью часто упоминается в литературе, следует помнить, что она не является гарантированной, поэтому в каждом конкретном случае необходимо осуществлять калькуляцию затрат. Так, следует учитывать, что при индивидуальном интервьюировании респонденты обычно являются добровольцами, с которыми интервьюер встречается в удобном для них месте. В ряде случаев короткие фокусированные интервью можно проводить по телефону, записывая разговор на магнитную ленту. Этот метод применим, конечно, не всегда, и у него есть много недостатков, но он обеспечивает очень значительную экономию времени и финансовых средств. В некоторых случаях бывает дешевле курьером доставить респонденту подлежащий обсуждению предмет (образец товара, набор политических листовок и т.п.), а затем побеседовать с ним

по телефону, чем направлять к нему квалифицированного интервьюера или привлекать его к участию в фокус-группе.

Организация фокус-групп требует обеспечения явки участников к назначенному месту и времени, что может привести к необходимости использования внешнего стимула, т.е. оплаты.

Конечно, нередко удастся проводить фокус-группы и без оплаты **их** участников, но в этом случае возникает проблема **их** неявки. Ориентация на бесплатных участников может усилить сдвиг выборки, поскольку социально-психологические характеристики соглашающихся и отказывающихся, скорее всего, различны.

2. Как уже говорилось, отличительной особенностью фокус-групп является наличие в них не только транзакций «интервьюер-респондент», но и транзакций «респондент-респондент». Это создает много методических и организационных проблем, но в то же время является источником информации, которая в индивидуальном интервью часто не может быть получена. Данный аспект в чем-то сближает фокус-группы с включенным наблюдением, однако последний метод несопоставимо дороже, требует больших затрат времени, а возникновение нужных исследователю ситуаций (например, перебранки в очереди или стихийного обмена мнениями между домохозяйками в магазине) спонтанно и непредсказуемо. Наблюдатель может, конечно, провоцировать такие ситуации, но это с одной стороны, не всегда возможно, а с другой требует от исследователя очень высокой квалификации.

Ценность для исследователя транзакций «респондент-респондент» связана со следующими факторами.

Во-первых, высказывания респондентов могут служить эффективными стимулами для других. Эти стимулы часто бывают неожиданными для исследователя, поэтому **их** невозможно составить заранее и включить в план индивидуальных интервью.

Во-вторых, групповая дискуссия способствует активизации ассоциативных связей в сознании ее участников.

В-третьих, в групповых дискуссиях часто удается добиться высокой степени раскрепощения и спонтанности ответов (однако возможна и прямо противоположная ситуация, поэтому названный эффект не является гарантированным).

В-четвертых, высокий темп обсуждения создает, конечно, трудности вербализации мыслей у респондентов, вызывая потери значимой информации, но в то же время он способствует мобилизации **их** языковых средств, делая итоговый материал более концентрированным. В-пятых, групповая дискуссия часто создает предпосылки для повышения рефлексии респондентов.

Как отмечает Д.Морган, часто бывает, что участники фокус-групп начинают полностью отдавать себе отчет в собственных взглядах лишь после того, как встретят активное несогласие со стороны других членов группы.

Недостатки фокус-групп. В отличие от списка достоинств перечень недостатков является менее определенным. Во многих случаях следует, по-видимому, говорить не о недостатках, а о границах применимости рассматриваемого метода. Назовем две группы таких недостатков или ограничений.

1. Очень высокие квалификационные требования к ведущему и недостаточная проработанность теоретических и методических проблем, связанных с проведением фокус-групп. Эти два фактора взаимосвязаны, поскольку методическая непроработанность затрудняет процесс профессиональной подготовки интервьюеров, способных проводить групповые интервью. Квалификация ведущих в значительной мере приобретается ими путем самообучения непосредственно в процессе проведения фокус-групп. Специфика ме-

тогда требует от ведущего, в дополнение к качествам индивидуального интервьюера, быстрой реакции, хорошего владения собой, умения гасить конфликты. В зарубежной литературе ведущего называют словом «модератор», что значит «умеряющий». В этом термине отражена одна из основных функций ведущего.

Высокие квалификационные требования к ведущему не являются, конечно, принципиальным ограничением в тех случаях, когда методика фокус-групп хорошо отработана и приспособлена к какой-то частной проблеме, например, изучению потребительских свойств товаров, а проведение таких групп осуществляется регулярно, т.е. поставлено на поток. Можно не сомневаться, что западные коммерческие фирмы, проводящие маркетинговые и политологические исследования, имеют штаты высококвалифицированных ведущих, навыки которых адаптированы к типичным для соответствующих фирм исследовательским задачам. Ситуация в методически неосвоенных сферах более сложна: здесь исследователь или ведущий вынужден самообучаться методом проб и ошибок. При проведении фокус-групп ведущий может сталкиваться с большим числом непредвиденных ситуаций, описание и типологизация которых в научной и методической литературе далеко не завершена.

Если в западных странах привлечение квалифицированных ведущих часто является лишь одной из статей затрат, связанных с их подготовкой и оплатой, то в России, где традиция исследований с использованием фокус-групп лишь начинает складываться, квалификационные ограничения являются не только технической, но и принципиальной проблемой, не всегда решаемой с помощью денег. Эта проблема затушевывается тем, что в настоящее время в России заказчики социологических исследований предъявляют очень низкие требования к качеству результатов. Низкая требовательность заказчиков, как известно, не стимулирует отладку технологии и позволяет выполнять работу на низком квалификационном уровне.

2. Метод фокус-групп не позволяет раскрывать темы с той глубиной, которую обеспечивает индивидуальное интервью. Такова неизбежная плата за сравнительную дешевизну и экономию времени. Этот недостаток можно трактовать как ограничение, которое не позволяет использовать данный метод для изучения тех проблем, которые требуют высокой детализации и заглупления. В связи с этим фокус-группы являются весьма эффективным инструментом для изучения реакций, установок, мотивов, мнений, могущих быть выраженными в компактной форме, но не сложных тем, требующих для своего раскрытия продолжительных и развернутых высказываний. Именно по этой причине фокус-группы нашли наиболее широкое применение в тех проблемных областях, где предметом обсуждения может служить конкретная стимульная ситуация: образцы товаров, выступления политиков, кадры из кинофильмов и т.д.

Как отмечает Д.Морган, исследователь, проводящий фокус-группы, постоянно сталкивается с проблемой неупорядоченности обсуждения. Устранить этот хаос, не нарушая спонтанности высказываний, по-видимому, нельзя. Вместе с тем, непоследовательность обсуждения не следует однозначно считать недостатком метода, поскольку конечным результатом работ фокус-групп является не протокол обсуждения, а извлеченный из него набор высказываний по конкретным аспектам проблемы. В связи с этим неупорядоченность текста не следует считать его недостатком. Известная неупорядоченность дискуссии может играть даже полезную роль, повышая разнообразие ответов.

Если тема, обсуждаемая в группе, объективно сложна и требует детального раскрытия, респонденты и сам ведущий вынуждены обрывать выступление друг друга. Взаимный обрыв высказываний влечет за собой распад дискуссии: каждый участник стремится досказать свою мысль, и групповое взаимодействие не складывается. В качестве

примера можно привести фокус-группы, посвященные проблемам и трудностям экономических реформ, проводившиеся в 1991 г. в Москве франко-российской группой социологов. Организаторам этой работы удалось собрать сильный состав участников, включавший в себя экономистов, юристов, директоров государственных предприятий и предпринимателей, однако жанр групповой дискуссии оказался, с нашей точки зрения, неподходящим для обсуждений намеченных проблем. Думается, что обсуждение было бы более успешным, если бы оно было организовано в традиционном жанре научно-практической конференции, где каждому из участников дается возможность выступить с продолжительным докладом, а затем происходит организованный обмен мнениями. Использование метода фокус-групп следует рассматривать в данном случае как не вполне критичное следование методической моде. Групповые дискуссии, по-видимому, вообще непригодны для обсуждения тех проблем, которые являются зонами компетентности респондентов. Как ни странно, фокус-группы по проблемам экономической реформы прошли бы более успешно, если бы для участия в них были приглашены не высококвалифицированные эксперты, а представители населения.

Процессы групповой динамики в фокус-группах. Групповой динамикой называется совокупность внутригрупповых социально-психологических процессов, характеризующих цикл ее жизнедеятельности. К их числу относится выработка групповых мнений и нормообразование, причем оба эффекта могут оказывать очень сильное воздействие на высказывания членов группы. Конечным результатом динамических процессов может стать либо так называемая групповая нормализация, при которой изначально разнородные позиции участников сглаживаются и приобретают характер единого, разделяемого всеми усредненного мнения, либо групповая поляризация, при которой разнородные мнения и позиции не сглаживаются, а оформляются в противостоящие и несогласуемые.

Оценку роли процессов групповой динамики следует начать с того, что фокус-группы не являются единственным методом, в котором осуществляются дискуссии. Групподинамические процессы в различных типах исследований могут выступать в роли:

а) предмета исследования, как это имело место в экспериментах К.Левина и его последователей;

б) полезного эффекта, способствующего достижению поставленных целей, таких как выработка групповых решений, согласование мнений (например, в методиках типа «дельфи») и т.д.;

в) вредного эффекта, препятствующего достижению поставленных целей.

Ответ на вопрос, являются ли эффекты групповой динамики полезными или вредными при проведении фокус-групп, во многом зависит от семантики, т.е. от того, какое точное определение мы дадим термину «фокус-группа». Если под этим термином понимать групповое интервью, направленное на получение неискаженных мнений участников обсуждения, то динамические процессы следует рассматривать скорее как вредный эффект, подлежащий нейтрализации, хотя такая оценка нуждается в оговорках.

Процесс изменения мнений участников в ходе групповой дискуссии может иметь когнитивный и нормативный характер. Когнитивная динамика мнений – это процесс их естественной трансформации под действием аргументов противной стороны или просто высказываний собеседников, а также внутренних умственных процессов индивида. Учитывая существование такого эффекта, исследователь должен решить для себя, какое мнение респондентов его больше интересует – до или после дискуссии, либо и то, и другое. Так, Д.Морган считает, что – фокус-группы являются хорошим способом наблюдения за процессами развития и формирования мнений. Правда, при этом возникает вопрос, следует считать проводимую с этой целью дискуссию фокус-группой или экспериментом по

изучению групповой динамики. С другой стороны, следует признать, что к моменту начала дискуссии мнения многих участников по обсуждаемому вопросу могут быть слабо артикулированными, и лишь в ходе обсуждения они получают словесное оформление.

Нормативная динамика мнений – это процесс их трансформации под действием нормативного контроля или давления группы. Многочисленные психологические эксперименты показывают, что действие такого давления может быть исключительно сильным, и лишь немногие индивиды способны ему противостоять. Поскольку в фокус-группе развитие такого сценария не приемлемо, ведущий должен сразу задать обсуждению «либеральный» нормативный стандарт, в соответствии с которым каждый участник дискуссии имеет право на свое личное мнение, не совпадающее с мнениями других. На ведущем лежит обязанность защищать это право в случае попыток его нарушения. Согласно Р.Мертону и соавторам, одна из основных предпосылок успешного проведения фокус-группы – создание группового стандарта свободного и открытого обсуждения. Существует однако и более мягкая форма навязывания мнений, которая осуществляется на полусознанном или бессознательном уровне, и потому не фиксируется участниками дискуссии. Интервьюер должен обладать очень большим опытом, чтобы уметь замечать эти формы навязывания.

В маркетинговых исследованиях проблема нейтрализации жестких форм нормативного давления, насколько можно судить, не является актуальной, поскольку предмет обсуждения аффективно нейтрален. В связи с этим вряд ли можно ожидать, что в группе разгорится острый конфликт из-за предпочитаемого сорта соуса или цвета ботинок. Однако «мягкие» формы навязывания в них, конечно, возможны: гурман, обладающий хорошими ораторскими способностями, попав в состав группы, может резко изменить мнение других ее участников относительно предпочитаемых продуктов питания (то же самое можно сказать о модниках в отношении одежды, обуви и т.п.).

В политологических и других исследованиях, затрагивающих аффективные стороны личности участников дискуссии, риск возникновения искажений, а также блокирующих обсуждение конфликтов, значительно более велик. Тактические приемы, предотвращающие эти эффекты, требуют изучения.

Сдвиги и искажения в мнениях респондентов, возникающие в ходе групповых интервью, как и в случае использования других качественных методов, во многом компенсируются принципами типологического анализа, в рамках которого осуществляется поиск и группировка типов, но не оценивается степень их распространения в демографической популяции. При этом исследователь, конечно же, не ограничен только эмпирически выявленной типологией: он может логически ее достроить, а затем выявить «недостающие» типы с помощью других методов исследования. Определение удельных весов выявленных типов требует, как уже говорилось, проведения репрезентативных анкетных опросов. Многие исследователи считают, что в пределах зоны их применимости фокус-группы являются наиболее эффективным доанкетным методом исследования, работающим по принципу «стохастического генератора» типологических случаев.

7.3. Организация и проведение фокус-групп. Определение числа групп

При использовании метода фокус-групп учетной, организационной и аналитической единицей является не индивид, а группа. Необходимое для исследования число групп определяется степенью разнообразия хода дискуссий в них, а также степенью разнородности изучаемой социальной совокупности. Д.Морган, ссылаясь на мнение других исследователей, считает, что при работе с группами с однородным социальным составом

для целей качественного анализа достаточно провести три-четыре группы. С его точки зрения, такое число групп, как правило, удовлетворяет субъективному критерию, введенному В.Каудером: если ведущий в состоянии мысленно предсказать, каким будет следующее высказывание в группе, исследование следует считать законченным. В том случае, когда в планы исследователя входит проведение контент-анализа записей обсуждения, число групп, по Моргану, следует увеличить до шести-восьми. Бывает, что некоторые группы получаются настолько нетипичными или странными, что следует осуществлять **их** замену.

В случае, если методические или иные причины требуют отдельного проведения групповых интервью с представителями разных социальных контингентов (например, при отдельном опросе мужчин и женщин, представителей низших и высших слоев и т.д.), необходимое количество фокус-групп увеличивается пропорционально числу этих контингентов.

Называя приведенные выше цифры, Д.Морган, по-видимому, неявно ориентируется еще на один критерий, а именно на объем первичного материала, получаемого в результате групповых интервью. При двухчасовой продолжительности дискуссии этот объем составляет около 50 стандартных страниц. Четыре группы дадут, соответственно 200, а восемь – 400 страниц. Это примерно соответствует тем количественным критериям, которые были введены нами для индивидуальных интервью.

Продолжительность обсуждения. Стандартная физиологически обусловленная длительность групповой дискуссии – два часа. В случае ее продолжения следует сделать перерыв, обеспечив участников кофе, бутербродами и всем необходимым для рекреации. Проводить с одной группой более двух двухчасовых циклов обсуждения в один день нецелесообразно. Проведение нового цикла дискуссии в последующие дни часто сталкивается с проблемой неявки участников, особенно если они мотивированы недостаточно сильно. Авторы методических пособий указывают, что если нет специальных методических оснований проводить несколько циклов обсуждений с одной и той же группой, продуктивнее осуществлять сравнительно короткие интервью с разными группами, чем длительные с одной. Существует, однако, метод повторных дискуссий, цель которого – выявление влияния тех или иных контролируемых факторов на мнение участников, но этот метод следует рассматривать особо.

Определение числа участников. Суммируя мнения по данному вопросу различных авторов, оптимальное число участников фокус-группы **можно** определить в 8–12 чел. Так Р.Мертон и соавторы считают оптимальной численность 10–12 чел., которая в некоторых случаях без ущерба для качества обсуждения может быть увеличена до 15–20 чел. По мнению В.Мангольда, оптимальная численность составляет от 6 до 10 чел., допустимая от 3 до 20 чел. Д.Морган также называет оптимальной численность 6–10 чел., допуская расширение этих пределов до 4–12 чел. При составлении конкретного списка участников Морган рекомендует на 20% увеличить планируемую численность, чтобы компенсировать возможные неявки.

С содержательной точки зрения оптимальная численность участников определяется балансом факторов, действующих в сторону ее повышения и снижения. Большие группы обладают двумя недостатками.

Во-первых, они плохо управляемы и имеют тенденцию раскалываться на подгруппы, ведущие автономные обсуждения.

Во-вторых, дискуссия в них редуцируется к обмену мнениями между наиболее активными участниками, тогда как менее активные превращаются в молчаливую аудиторию.

В малых группах, напротив, существует риск затухания дискуссии (чем меньше группа, тем более велик этот риск). Кроме того, малые группы более чувствительны к индивидуальной специфике отдельных ее членов (в больших группах участники как бы уравнивают влияние друг на друга). При прочих равных условиях большая группа обеспечивает больший охват мнений, что соответствует самой идее группового интервью.

Целесообразная численность участников зависит от характера обсуждаемых вопросов. Сложные темы, требующие пространных выступлений, лучше обсуждать в малой группе. Простые либо редуцируемые к коротким высказываниям вопросы делают возможным увеличение числа участников.

Более гомогенный социальный состав группы при прочих равных условиях позволяет увеличить ее численность.

Подбор участников. Как показали многочисленные эксперименты, чем более социально и интеллектуально гомогенной является группа, тем более продуктивно она работает. В тех случаях, когда члены группы различаются по своему социальному статусу, умственным способностям и уровню образования, интервью подвергается двоякому разрушению.

Во-первых, респонденты, принадлежащие к разным социальным слоям, различаются и по своему социальному опыту, который оказывается малозначащим для других. И хотя для исследователя эти различия могут представлять большой интерес, респонденты из других слоев, для которых описываемый опыт является малозначащим, отключаются от дискуссии, либо, наоборот, проявляют нетерпение.

Во-вторых, респонденты с более низким социальным статусом или образованием чувствуют себя скованно, в частности потому, что им трудно конкурировать с более образованными людьми в способности вербально выражать свои мысли. В некоторых случаях различия в статусах, особенно возрастных, могут провоцировать конфликты.

Из всех социальных параметров наиболее важно обеспечить гомогенность группы по двум – образованию и возрасту. Первый параметр в решающей степени влияет на способность участника вербально выражать свои мысли. Он же частично коррелирует с социальным статусом респондента, а частично нивелирует статусные различия. Из возрастных групп весьма специфичной являются подростки до 18 лет и молодежь от 18 до 25 лет. Эти возрастные контингенты в ходе дискуссии плохо сочетаются со старшими возрастами: между ними постоянно возникают непонимание и напряженность. Чем меньше средний возраст участников обсуждения, тем большее значение приобретает фактор дифференциации возрастов. Для лиц моложе 18 лет допустимый возрастной интервал составляет 1–2 года.

Состав участников фокус-группы определяется задачами исследования в том смысле, что респонденты должны иметь какое-то мнение по обсуждаемому вопросу и это мнение должно быть значимым для исследователя. Так, Р.Мертон и его коллеги в соответствии с поставленной перед ними задачей опрашивали новобранцев, отправляемых на фронт. При этом женщины, пенсионеры и другие не подлежащие призыву социальные группы не входили в состав опрашиваемых. В маркетинговых исследованиях заказчиков обычно интересуют мнения не всех представителей населения, а лишь потенциальных покупателей, например домохозяек. Однако априорные гипотезы относительно контингента покупателей могут быть ошибочными, поэтому для более точного его определения могут применяться специальные методы, например, анкетные опросы. Последние могут использоваться также для выявления других специфичных групп, интересующих исследователя в соответствии со стоящей перед ним проблемой.

В политологических исследованиях, в отличие от предыдущих, релевантной является не какая-то частная социальная совокупность, а все голосующее население. Учиты-

вая гетерогенность избирателей по статусу, образованию и возрасту, в этом случае, в соответствии с методическим принципом обеспечения гомогенности состава участников, необходимо формировать отдельные группы по названным выше признакам.

Требование гомогенности социального состава участников не следует отождествлять с гомогенностью их взглядов и установок. Теоретически с помощью предварительных анкетных опросов несложно сформировать однородные по этим признакам группы, однако организуемые в них дискуссии, как правило, непродуктивны.

Общее правило формирования состава фокус-групп заключается в том, что они должны состоять из незнакомых людей. Участие друзей, родственников и знакомых ухудшает качество обсуждения и может создавать очень сложную групповую динамику, с которой не справится даже опытный интервьюер.

7.3.1. Функции ведущего

Роль ведущего, виды применяемых им стратегий и тактик ведения обсуждения, а также варианты и модификации метода должны быть, конечно, главной темой при описании фокус-групп, однако отсутствие материалов и отрефлексированного опыта не дают возможности осветить эти вопросы в должном объеме. Ограничимся кратким описанием некоторых, наиболее очевидных, функций ведущего.

Степень и характер влияния ведущего на ход обсуждения во многом аналогичны контролю над темой и усилиями по фокусировке в индивидуальном интервью, однако групповой характер дискуссии требует осуществления и ряда дополнительных регулирующих воздействий, к числу которых относятся следующие.

1. Поддержание приблизительной равномерности участия всех членов группы. Среди респондентов всегда находятся более активные люди, говорящие больше других. Наличие таких людей весьма полезно для активизации дискуссии и предотвращения ее затухания. Иногда в состав фокус-группы включают одного из исследователей, который может играть роль «активатора» дискуссии, а также выполнять ряд других функций: способствовать раскрепощению обсуждения и повышению степени его откровенности, высказывать те или иные острые суждения и т.п.

Однако их склонность к доминированию снижает для остальных возможность высказать свое мнение. Несколько наиболее активных членов группы могут замкнуть дискуссию на себя, независимо от того, являются они противниками или единомышленниками. Прочие участники в этом случае отсекаются от обсуждения. В этой ситуации от ведущего требуется сдерживание наиболее активных респондентов (не задевая при этом их самолюбия) и активизация наиболее сдержанных. Последнее требует внимательного наблюдения за их вербальными и невербальными реакциями, выражающими желание что-то сказать. При обнаружении таких реакций следует сразу предоставить им слово. В случае упорного молчания тех или иных членов группы допустима прямая просьба высказать свое мнение. Если некоторые из участников были особенно молчаливы, целесообразно после окончания дискуссии провести с ними индивидуальные интервью, направленные на выяснение причин такого их поведения.

2. Погашение конфликтов. Если содержание дискуссии сильно затрагивает аффективные стороны личности респондентов, возможны нарастания эмоциональной напряженности, возникновение перепалки, враждебности и взаимных обвинений. Эти явления нежелательны с этической точки зрения. Кроме того, при возникновении конфликта обсуждение становится неконтролируемым и в подавляющем большинстве случаев уходит от заданной темы. Для предотвращения таких ситуаций ведущий должен вовремя фикси-

ровать обострение дискуссии и гасить зарождающиеся всплески эмоций, напоминая об этике дискуссии и о праве каждого иметь свое мнение.

3. Возврат дискуссии в русло обсуждаемых проблем. Эта функция сродни той, что возникает при индивидуальном интервьюировании. В обоих случаях этот вид контроля следует осуществлять осторожно, поскольку он нарушает спонтанность обсуждения. Методически регулирование хода обсуждения целесообразно осуществлять не путем прямого прерывания дискуссии, а путем постановки вопроса, как бы детализирующего одно из предшествующих высказываний кого-либо из респондентов.

4. Запуск дискуссии в случае ее затухания. Возобновление обсуждения может осуществляться либо путем постановки новой темы из числа намеченных к обсуждению, либо путем возврата к какой-либо обсуждавшейся ранее путем постановки развивающего ее вопроса.

Как и индивидуальные интервью, фокус-группы могут различаться по степени активности воздействия ведущего на ход обсуждения. Это воздействие может быть, соответственно, слабым и сильным. В обеих группах методик действует, по-видимому, один и тот же принцип, согласно которому чем конкретнее предмет обсуждения и чем лучше методически освоена соответствующая проблемная область, тем большим может быть воздействие ведущего. В частности, по имеющимся сведениям в маркетинговых исследованиях степень такого воздействия весьма высока, однако применяемые при этом конкретные приемы требуют изучения.

Искажения, вносимые ведущим в ход обсуждения, во многом аналогичны искажающим воздействиям интервьюеров в индивидуальных интервью. Причинами наводящих или искажающих стилей ведения группового обсуждения могут быть личная точка зрения ведущего, а также эффект проведения предыдущих фокус-групп, которые могли сформировать у него определенные установки и ожидания. В качестве специфичного искажающего эффекта отметим произвольное стремление ведущих повышать степень согласия в группе.

Технические аспекты организации обсуждения. Р.Мертон и его коллеги, исходя из своего опыта, пришли к выводу, что на спонтанность и характер обсуждений влияет размещение группы в пространстве. Наиболее благоприятной для создания соответствующей атмосферы является, по их мнению, модель круглого стола, где интервьюер располагается как один из участников. Если помещение не позволяет осуществить такое размещение, может быть использован полукруг или длинный П-образный стол. По мнению названных авторов, интервьюируемые ни при каких обстоятельствах не должны располагаться рядами перед интервьюером, так как это слишком напоминает классную комнату и ассоциируется с «правильными» и «неправильными» ответами. Некоторые более поздние авторы высказывали мнение, что модель классной комнаты все же является допустимой и даже обладает некоторыми преимуществами, обеспечивая лучший контроль ведущего над обсуждением, а также облегчая ведение видеозаписи. Точки зрения и аргументы различных авторов по данному вопросу требуют дополнительного изучения.

Наиболее приемлемой формой фиксации материала обсуждения является звукозапись, что требует оснащения столов микрофонами. Передача микрофонов от одного участника к другому нежелательна. При расшифровке текстов важно указывать, кто именно произносит соответствующие фразы. Если фокус-группа не записывается видеокамерой, в помещении должен находиться наблюдатель, который фиксирует фамилии или псевдонимы выступающих. Порядок, при котором каждый выступающий называет себя перед тем, как высказаться, сильно нарушает спонтанность обсуждения.

Применение видеозаписи технически возможно, но сложно, поэтому данный вопрос требует обдуманного решения. Открытое использование видеокамер создает у опрашиваемых ощущение определенной назойливости и дискомфорта. Данный эффект может быть устранен путем использования скрытой камеры, однако оно предъявляет высокие требования к подготовке помещения и увеличивает затраты, особенно если учесть, что в случае использования модели «круглого стола» таких камер требуется несколько. Кроме того, видеозапись требует соответствующего освещения, отсутствия окон и т.п. С другой стороны, применяя видеозапись, исследователь должен быть уверен, что она действительно ему нужна. Из практики проведения фокус-групп известно, что нередко возникали ситуации, когда исследователь в ходе анализа материала работал лишь с протоколами обсуждений, а полученные с большим трудом и затратами видеозаписи оставались неиспользованными.

В западных странах инициаторами использования видеозаписи в маркетинговых и политологических исследованиях часто выступают не исследователи, а заказчики, которые хотят непосредственно наблюдать за реакцией опрашиваемых. При проведении маркетинговых фокус-групп используются также помещения с полупрозрачной стеной, находясь за которой, руководство фирмы-заказчика может присутствовать на обсуждении, оставаясь невидимым. К сожалению, вряд ли можно ожидать, что такая практика в скором будущем распространится и в России. Во-первых, подобная организация работы требует немалых затрат, которые не по силам многим отечественным исследователям, а во-вторых, трудно себе представить, чтобы российские директора или политические деятели были столь озабочены мнением населения, что сочли бы возможным затратить несколько часов на просмотр видеозаписей или непосредственное присутствие на фокус-группе.

8. Социометрия

8.1. Общая характеристика метода социометрии, его возможности и границы применения

Социометрический метод является одним из видов опроса, имеющий целью количественное измерение и анализ структуры межличностных отношений в малых социальных группах и коллективах путем фиксации среди их членов связей предпочтения в ситуации выбора. К методу опросов относят большую группу специальных социально-психологических методов. С помощью этих методов выявляют некоторые особенности, характеризующие поведение личности в различных общественных объединениях и обществе в целом. Среди таких методов в социологии и социальной психологии наибольшее распространение получил социометрический метод. С помощью социометрии можно получить информацию о динамике внутренних взаимоотношений в группе, диагностировать состояние не только внутригрупповых, но и межгрупповых процессов общения, выявить характер и степень развития психологических взаимоотношений, наличие лидерства, группировок, «эмоциональных ядер». Данные социометрии широко используются в воспитательной работе в учебных заведениях, при изучении стилей руководства в группах на производстве, в армии, спортивных организациях.

Социометрия – это одно из теоретических и прикладных направлений в современной зарубежной социальной психологии и микросоциологии. Некоторые авторы считают, что социометрию можно рассматривать как социологически реформированную ветвь психоанализа. Она возникла в первой четверти XX века, когда ученые попытались применить математические методы к изучению социальных явлений. Социометрию связывают с именем американского ученого Морено (родился в 1892 г.) – психиатра и социального психолога, который был учеником З.Фрейда.

По Морено, социометрические методы – это система технических средств и процедур для метрического и качественного анализа социально-эмоциональных связей данного индивида с членами той группы, в которой человек работает и живет.

Социометрические методы используются для изучения межличностных связей людей внутри малой группы. С их помощью проводят диагностику состояния взаимоотношений в малых группах и коллективах и получают информацию о структуре связей между членами группы относительно выделенного критерия. Так же можно дать количественную оценку (измерить) характер эмоциональных отношений между членами группы. Выявить чувства симпатии и неприязни. Метод позволяет установить какое место занимает каждый член в группе, то есть, кто он – лидер, изолированный или отверженный.

Термин «социометрия» состоит из двух латинских слов «socius» – товарищ, компаньон, соучастник и «metrum» – измерение. То есть социометрическое измерение – это метрическое, количественное изучение эмоционально-психологических связей между людьми.

Социометрический метод используется для измерения свойств группы как целостного образования. Особенно это актуально при разрешении конфликтных ситуаций, при неудовлетворенности взаимоотношениями между отдельными членами малых социальных групп и группами в целом, когда требуется оперативное и в то же время незаметное вмешательство, а также хорошо разработанный социальный инструмент. Социометрические методы широко применялись в США в области школьной педагогики, для организации рабочих групп на производстве, в армии. Например, первые социометрические эксперименты в армии проводились в 1944–1945 гг.

В качестве такого инструмента Морено использовал «социометрический тест», с помощью которого проводил испытания на социальную близость среди работников по заказам предпринимателей.

Социометрический метод – это метод опроса, направленный на выявление межличностных отношений путем фиксации взаимных чувств симпатий и антипатий среди членов группы (например, учебного, научного, армейского, спортивного или производственного коллектива).

С помощью социометрического метода можно измерить степень сплоченности или разобщенности в группе; выявить по признакам симпатии и антипатии «лидера» группы и «отвергнутого»; обнаружить внутrigрупповые подсистемы, то есть сплоченные образования, во главе которых могут быть свои формальные лидеры.

8.2. Основные характеристики социометрической методологии и техники

1. Измеряемые переменные являются в значительной степени «социальными переменными», потому что они описывают качество межличностных связей в группах.

2. Для диагностики взаимоотношений в группах социометрические инструменты могут применяться в социологии, социальной психологии, антропологии, психиатрии, педагогике.

3. С помощью данного метода можно изучать, с одной стороны, малую группу в целом как миниатюрную социальную систему, а с другой – индивида и его социальную среду в том смысле, как она понимается субъектом.

4. С помощью данного метода можно выявить, как надо изменить состав группы, чтобы ликвидировать конфликтные ситуации, улучшить психологическую атмосферу общения, повысить эффективность работы и т.д.

5. Количественная сторона социометрической техники выражена в форме социометрических индексов, которые отражают различные эмпирические понятия (социометрический статус отдельного члена, групповая сплоченность и т.д.)

Социометрия рассматривает малую группу как социальную молекулу, простую единицу общества. В качестве объекта исследования в социометрии берется малая группа контактного типа. Социальный атом состоит из индивида и окружающих его людей, с которыми он эмоционально связан.

Основное внимание Морено уделил психологическим взаимоотношениям людей в небольших группах. Поэтому он включил в социометрию экспериментальные методы, некоторые элементы психоанализа и теории ролей.

Система социометрии по Морено состоит из 5-ти положений.

1. Морено исходит из того, что распределение симпатий и антипатий между людьми связано с существованием «теле» – невидимых, нематериальных сгустков эмоциональной энергии. «Теле» он рассматривал в качестве простейших единиц чувства, которые направлены от индивида к индивиду. Одна из основных задач социометрии измерить эти «теле».

2. Морено исходил из того, что ни один человек не может выжить без эмоциональных связей с другими людьми, поэтому «социальным атомом» общества является не отдельный индивид, а сосуществование индивидов. Он выделил два уровня взаимосвязи между индивидами:

а) спонтанный уровень – на этом уровне находятся лица, с которыми данный индивид хотел бы вступить в контакт;

б) реальный уровень – на этом уровне находятся те, кто действительно является эмоциональным партнером.

Каждую личность Морено рассматривал как ядро атома, вокруг которого собираются воедино многочисленные роли, связанные с сосуществованием других участников. Спонтанные группы и роли влияют на поведение индивидов и групп и могут быть источниками острых конфликтов. Социометрический метод выполняет диагностические и терапевтические функции.

3. Морено в своей системе использовал закон социальной гравитации, суть которого заключается в том, что сплоченность группы прямо пропорциональна влечению участников друг к другу и обратно пропорциональна пространственной дистанции между ними. Эффективность групповой деятельности можно повысить, сблизив официальную и неофициальную структуру взаимных симпатий.

4. Морено выдвинул социологический закон, по которому высшие формы коллективной организации должны развиваться из простейших. Он считал, что любые преобразования дают наибольший эффект, когда их проводят на микросоциологическом уровне, то есть на уровне малых групп, а не уровне макроструктур, то есть общества в целом.

5. Еще один – социодинамический закон гласит, что внутри любой группы человеческие привязанности распределяются неравномерно. При этом, большая часть эмоциональных явлений приходится на немногих индивидов – это «звезды», а большинство членов группы оказываются эмоционально обездоленными – это «социометрический пролетариат». Если группа увеличивается, то еще больше увеличивается эта непропорциональность. Неравенство может уничтожить только «социометрическая революция».

С помощью этого метода описывается структура взаимоотношений в группе (коллективе, организации), дается количественная оценка (измерение) характера межличностных отношений между членами группы (формальных и неформальных, эмоциональных и рациональных, деловых, ролевых), устанавливается место в указанной структуре, которое занимает тот или иной член группы. Социометрический метод является одним из специальных методов социальной психологии. Вместе с тем он широко применяется в последние десятилетия в прикладной социологии в качестве основного и вспомогательного, наряду с другими методами социологических исследований.

Область применения социометрического метода ограничена. С его помощью изучают только малые группы, между членами которых имеются непосредственные контакты, достаточно сложившиеся и имеющие временной промежуток не менее полугода. Другое ограничение применения данного метода связано с выделяемыми критериями, которые не могут отразить полную картину внутригрупповых отношений. В то же время надо иметь в виду, что малых групп очень много. Это коллективы бригад, небольших участков, малых предприятий, постоянные и временные учебные коллективы, небольшие воинские подразделения и т. д. Отсюда вытекает и значение этого метода. Особенно важно использовать данный метод при комплектовании коллективов в экстремальных или приближенных к ним условиях, а также в условиях значительного влияния межличностных отношений на результаты совместной деятельности. Выявление положительных, конфликтных, напряженных или индифферентных участков в группе с помощью метода социометрии способствует активному управлению групповой деятельностью людей.

Важным является вопрос о численности малых групп, «нижних» (2–3) и «верхних» (20–40 чел.) границах, а также основаниях для классификации этих групп. Чаще всего в качестве основных признаков малых групп выделяют: пол, возраст, образование, профессию, интересы, национальность и др. В социометрии широко распространено понятие формальных и неформальных групп. Пользуются понятием «группа членства», т.е. груп-

па, включающая в себя всех формально входящих в нее людей. Понятие «референтная группа» означает группу людей «значимого круга общения», нашедших и признавших друг друга. Существенным является также выяснение содержания и значение понятий «статус» и «социальная роль индивида». Межличностные отношения могут изучаться на поведенческом и вербально-прожективном уровнях. В первом случае изучение осуществляется при помощи наблюдения, во втором – опроса.

Организация и этапы проведения социометрического опроса

Организация социометрического опроса начинается с составления его программы. Для нее характерны все основные компоненты программы социологического исследования. В то же время необходимо обратить внимание при ее составлении на следующие моменты: предварительное ознакомление с группой; точное определение социометрических критериев, разработку адекватного инструментария; выбор форм обработки; анализ информации.

Объектом социометрического опроса выступает малая (контактная) группа, т.е. такая группа, члены которой находятся в устойчивом непосредственном взаимодействии друг с другом. Различают неинституциональные (неофициальные) и институциональные (официально признанные) группы (коллективы).

Предметом социометрического исследования может быть, во-первых, сама социометрическая структура группы, во-вторых, социометрический статус отдельных членов группы.

Особое внимание следует обратить на **выбор** (единицу анализа и измерения), под которым понимается установка индивида относительно взаимодействия с членами своей группы в определенной ситуации. В зависимости от направленности выбора выделяют положительные (прямые) и отрицательные (обратные) межличностные отношения. Положительные отношения предполагают выбор члена группы для совместной деятельности. Отрицательные отношения предполагают отклонение члена группы. Выделяют так называемый нулевой выбор, т.е. отсутствие выбора или отклонения. С учетом того, что каждый член группы может выразить отношение к другим членам группы тремя способами (выбор, отклонение, опускание), то для каждой пары индивидов возможно существование шести типов, зависимости (см. схему 8.1).

Схема 8.1

Типы зависимости между А и Б членами малой группы

1. А выбирает Б и Б выбирает А.
2. А выбирает Б, а Б опускает А.
3. А выбирает Б, а Б отклоняет А.
4. А опускает Б и Б опускает А.
5. А опускает Б, а Б отклоняет А.
6. А опускает Б, а Б выбирает А.
7. А отклоняет Б, а Б выбирает А.
8. А отклоняет Б и Б отклоняет А.
9. А отклоняет Б, а Б опускает А.

Опускание означает отсутствие выбора или отклонения, т.е. нулевой выбор.

В программе проведения социометрического опроса важное значение придается определению **социометрического критерия**. Он формулируется в виде вопросов, ответы на которые служат основанием для установления структуры взаимоотношений между членами группы. Социометрические критерии применяются также в виде тестов.

Классификация и виды критериев очень разнообразны.

8.2.1. Правила для выработки социометрических критериев

В социометрическом критерии должны быть отражены взаимоотношения между членами коллектива и должна воспроизводиться ситуация выбора. Критерий не должен ограничивать возможности выбора, должен описывать конкретную ситуацию, однозначно и корректно сформулирован.

Надежность социометрического метода зависит от правильного выбора критериев социометрии. Отбор критериев производится в зависимости от программы исследования и зависит от специфики исследуемой группы. Устойчивость данных можно проверить с помощью повторного опроса, а обоснованность данных проверяют, наблюдая за реальными отношениями в коллективе. Очень важно при опросе соблюдать условия анонимности ответов каждого участника.

По содержанию выделяют производственные (официальные, формальные), непроизводственные (неофициальные, неформальные) критерии. **Производственный критерий** характеризует межличностные отношения в производственной ситуации, выбор лиц для совместного выполнения работы («Кого бы Вы выбрали напарником по работе...?»). **Непроизводственный критерий** характеризует межличностные отношения в значимой непроизводственной ситуации («С кем бы Вы хотели отметить свой день рождения?»).

По форме различают коммуникативные и гностические критерии. С помощью **коммуникативного критерия** выявляют реально существующие в группе типы взаимоотношений («С кем Вы желали (или не желали) работать на данной операции в бригаде?»). С помощью **гностического критерия** выявляют степень осознанности каждым индивидом отношений внутри группы, коллектива («Укажите тех, кто Вас выбрал бы (или не выбрал) в партнеры для выполнения данной операции?»).

Прогностический критерий призван показать структуру ожидаемых отношений членов группы («Кто, по Вашему мнению, из членов Вашего коллектива пригласит Вас на свой день рождения?»).

Социальный критерий призван осуществить выбор для совместной общественной работы («Вместе с кем Вы хотели бы проводить проверку работы студенческой столовой?»).

Положительный (прямой) критерий предполагает выбор лица для совместной деятельности («С кем Вы хотели бы работать вместе на этом участке?»).

Отрицательный (обратный) критерий характеризует выделение лиц, с которыми респондент не хотел бы работать и участвовать в совместной деятельности («С кем бы Вы не хотели работать вместе на этом участке?»).

В зависимости от характера предполагаемых отношений с объектом выбора выделяют **горизонтальные (двойные) и иерархические (одинарные)** критерии. В первом случае имеется в виду взаимное равенство партнеров («С кем бы Вы хотели жить в одной комнате общежития?»). Во втором случае предполагается соподчинение партнеров («Кого бы Вы хотели избрать старостой группы?»).

С учетом точности и конкретности ситуации выбора выделяют **сильные и слабые критерии**. В первом случае ситуация указывается конкретно («С кем бы Вы желали Работать в Центре занятости населения?»), во втором случае она обозначена в общем виде («С кем бы Вы желали вместе работать?»).

Социометрический **критерий ранжирования** создает возможность выбора по степени важности, значимости и т. д. («Укажите по порядку, с кем бы Вы хотели совместно ...? В первую очередь _____, во вторую очередь _____, в третью очередь _____ и т. д.»).

Дихотомические (альтернативные) критерии – служат индикаторами положительных и отрицательных, напряженных взаимоотношений в группе. Они состоят из двух вопросов: один требует положительного выбора – *положительный* критерий, другой требует отрицательного выбора – *отрицательный* критерий.

На занятии следует обратить внимание на правила выбора критериев: а) выбора наиболее адекватных и значимых критериев; б) определение требуемого числа критериев. Содержание этих правил определяется целями и задачами конкретного исследования.

8.2.2. Социометрическая карточка

Для проведения социометрического исследования используется **социометрическая карточка**. Это – методический инструмент в виде опросного листа, анкеты, теста для сбора информации (см. анкету и вопросник). Карточки могут быть оформлены в виде таблиц.

Фамилии членов группы	Критерии выбора		
	1	2	3
Иванов	+		+
Петров		+	
Сидоров	+	+	

Недостаток этой карточки в том, что в нее внесены фамилии всех членов коллектива. Поэтому респондент находится под определенным неосознанным давлением и вынужден отмечать даже тех индивидов, о которых не имеет определенного мнения, а не только тех, кто удерживается у него в активном сознании.

8.3. Организация и проведение социометрического опроса

Процедура социометрического опроса состоит из нескольких этапов.

1. Надо определить проблему, выбрать объект исследования, выяснить, сколько человек в исследуемой группе и уточнить необходимые социально-демографические характеристики данного коллектива.

2. Исследователь должен войти в прямой контакт с членами группы и постараться внушить им доверие к себе. Желательно познакомиться с исследуемой группой заранее. На этой фазе устанавливают содержание социометрических критериев.

3. Проведение собственно опроса: респондентов знакомят с условиями опроса, раздают им социометрические карточки, которые они заполняют и сдают.

4. Полученную информацию обрабатывают и проверяют надежность полученных данных.

5. На завершающей фазе делают выводы и разрабатывают рекомендации.

8.3.1. Анкета

1. Проранжируйте, пожалуйста, членов Вашей группы по степени близости (сперва назовите самого близкого Вам товарища потом менее близкого и т. д.). _____

2. С кем из членов Вашей группы Вы ходили в кино в этом месяце? _____

3. С кем из членов Вашей группы Вы бы согласились жить в одной комнате в первую очередь? _____

Во вторую очередь? _____

В третью очередь? _____

4. А кто, как Вам кажется, согласился бы жить с Вами (укажите не более трех человек)? _____

5. Оцените, пожалуйста, каждого из членов Вашей группы по перечисленному ниже набору качеств, обведя кружком соответствующий балл (если качество выражено в очень высокой степени – 5 баллов, в высокой – 4 балла, в средней – 3, что означает, что данное качество выражено в такой же степени, как и противоположное; 2 ставьте в том случае, если в высокой степени и 1 – если в очень высокой степени выражено противоположное качество).

Трудолюбив	5 4 3 2 1	Ленив
Организован	5 4 3 2 1	Неорганизован
Одарен	5 4 3 2 1	Бездарен

Социометрический вопросник

1. С кем из Ваших сокурсников Вы желали бы вместе проводить летнюю практику? (Назовите их фамилии. Укажите такое количество, какое Вы пожелаете. Разместите их в определенном порядке, начиная с тех, с которыми Вы более всего желали бы работать вместе.)

2. С кем из Ваших сокурсников Вы не желали бы проводить летнюю практику? (Назовите их фамилии. Укажите такое количество, какое Вы пожелаете. Разместите их в определенном порядке, начиная с тех, с которыми Вы более всего не желали бы работать вместе.)

3. Попытайтесь угадать сокурсников, которые захотят выбрать Вас в партнеры для проведения летней практики. (Ответы можно давать в следующей форме: а) назвать фамилии; б) «никто меня не выберет»; в) «не знаю».)

4. Попытайтесь угадать тех сокурсников, которые не захотят выбрать Вас в партнеры для проведения летней практики? (Ответы можно давать в следующей форме: а) назвать фамилии; б) «нет таких»; в) «не знаю».)

Этапы социометрического опроса (подготовительный, оперативный и результирующий) в принципе те же, что и в обычных социологических опросах. Однако здесь необходимо учитывать специфику объекта (малые группы) и предмета исследования (преимущественно эмоциональные отношения).

Здесь воспроизводится только основная часть анкеты. Как и любая, она должна включать в себя обращение (с указанием цели и т.д.), а при необходимости и «паспортичку».

Следует обратить внимание на виды социометрических опросов. Здесь выделяют интервьюирование, когда вопросы задаются устно; раздаточное анкетирование, когда используются социометрические карточки. Применяется также так называемый метод кармашков с использованием процедур в игровой форме. При этом методе фамилии респондентов печатаются на карточках.

Необходимо также иметь в виду различие видов социометрических опросов, связанных с анализом:

а) формальной (официальной) структуры для изучения восприятия членами группы официальных отношений как вертикальных, так и горизонтальных;

б) неформальной (неофициальной) структуры для изучения восприятия членами группы неофициальных отношений;

в) коммуникативных связей, реально существующих контактов в группе.

При проведении социометрических опросов важно учитывать число разрешенных выборов, т. е. установку относительно взаимодействия с членами своей группы. Здесь может быть три варианта. В непараметрическом варианте число выборов не ограничивается. В параметрическом варианте оно ограничивается. При этом существуют определенные нормы ограничений в зависимости от числа членов группы: число группы 5–7 человек – социометрическое ограничение 1 человек, далее соответственно – 8–11 чел. и 2 чел., 12–16 чел. и 3 чел., 17–21 чел. и 4 чел., 22–26 чел. и 5 чел., 27–31 чел. и 6 чел., 32–36 чел. и 7 чел. Сплошной списочный вариант предусматривает такую процедуру, когда респонденту для выражения своего отношения по каждому критерию предлагается список всей группы и ему необходимо выразить свое отношение к каждому лицу в списке. Во всех вариантах необходимо обратить внимание на учет характера предпочтений выборов (расположение выбираемых членов группы в определенном порядке по соответствующим местам – 1, 2, 3).

Для надлежащего проведения социометрического опроса необходима не только подготовка анкетеров (интервьюеров), но и соответствующая подготовка, инструктирование респондентов.

Инструкция участника социометрического опроса включает в себя ряд наиболее важных требований к респондентам, знакомит их с целями и задачами исследования (см. инструкцию).

8.3.2. Инструкция участникам социометрического опроса

(Примерный состав вопросов, которые освещаются в ходе инструктирования респондентов. Состав этих вопросов может варьироваться в зависимости от требований избранной методики.)

- **Кто** проводит социометрический опрос?
- **Цели** исследования.
- Научная и практическая значимость результатов опроса. Что могут дать результаты опроса для всей группы, для каждого участника?
- Чем определяется выбор группы для проведения опроса?
- Полный и точный состав обследуемой группы.
- Особенности процедуры социометрического опроса:
 - возможность его проведения при участии всех или почти всех членов группы;
 - особое значение откровенности и искренности ответов;
 - учет при ответах всех членов группы, в том числе отсутствующих. Указать, что отсутствующие будут опрошены дополнительно;
 - самостоятельность заполнения карточек. Выбор должен быть сугубо личным. Советоваться можно только с организаторами опроса;
 - указание на технику заполнения карточек (фамилия вписывается в порядке предпочтения и т. п.);
 - точность ответа, его соответствие конкретному вопросу, заданию, смыслу критерия выбора;
 - конкретность ответа. Недопустимы ответы «любого», «всех». Можно указать всех, но в порядке предпочтения, можно не указывать никого;
 - ответственность участия в опросе. К чему могут привести неверные ответы;
 - необходимость указания фамилии заполнявшего ответы.
- Как поддерживать связь с организатором?
- Когда и как будут ознакомлены члены группы с обобщенными результатами опроса?

В социометрическом опросе особое внимание обращается на тщательную разработку **инструкции организатора** этого опроса, которая включает в себя не только общие положения инструкции анкетеру (интервьюеру), но и ряд других указаний и рекомендаций, обусловленных спецификой именно данного метода (см. инструкцию).

Инструкция организатору социометрического опроса

Помимо общих положений инструкции анкетеру-интервьюеру инструкция организатору социометрического опроса содержит следующие указания и рекомендации:

- Стремиться к **созданию доверительной обстановки**. Избегать официальности, которая может создать впечатление административной проверки.
- Следует **разъяснить причины выбора группы** для опроса, особенно в тех случаях, когда выбор группы не обусловлен решением изучить взаимоотношения именно в данной группе.
- В ходе опроса респондентов надо расположить так, чтобы они имели **возможность отвечать на вопросы самостоятельно**, не советуясь друг с другом.
- Испытуемые **могут обобщаться** во время опроса. Им надо удостовериться в правильности своего выбора, зрительно проверить: не упущен ли кто из товарищей? Вместе с тем, **респонденты не должны переговариваться друг с другом**.
- Желательно на доске или на бумаге крупно **выписать состав всей группы**, особенно **выделить отсутствующих**. Обратить внимание на то, **что отсутствующих тоже надо учитывать при выборе**. Указать, что отсутствующие будут опрошены позже.
- Напоминать о том, **сколько выборов может сделать респондент**, о необходимости **записи выбранных в порядке предпочтения** (или отвержения). Респондент может и не указывать никого при ответе на отдельные (или не все) вопросы.
- У респондента должно быть **достаточно времени на обдумывание** ответов. При зачитывании вопросов каждый раз надо убедиться, что все ответили на предыдущий вопрос.
- При опросе **недопустимо присутствие официального лица**, кроме членов опрашиваемой группы.
- Проконтролировать, чтобы на бланках ответа была **указана фамилия ответившего**. Разъяснить, что без этого полученные данные невозможно обработать. Возможно использование предварительной кодировки (скрытой нумерации) бланков опроса. В этом случае респонденты могут не указывать фамилию.
- При получении заполненных бланков внимательно проверить **правильность их заполнения** по каждому вопросу.
- Необходимо принять строгие **меры сохранения тайны ответов** респондентов, бережного отношения к заполненным документам.

Следует обратить внимание на то, что социометрический опрос проводится только посторонним для данной группы (коллектива) лицом. Это связано с необходимостью соблюдения анонимности как обязательного условия эффективности социометрического опроса.

Обработка и анализ результатов

Условия надежности и обоснованности социометрических данных.

Обработка и анализ результатов в социометрии определяется отличием социометрического вопроса (критерия) от обычного вопроса. Оно состоит в том, что ответом на со-

циометрический вопрос является не значение признака, как в обычном вопросе, а фактически фамилия (заменяющий фамилию номер) того или иного индивида группы. Ответы на обычный вопрос позволяют получить распределение респондентов по изучаемому признаку. Ответы же на социометрический вопрос дают структуру отношений группы респондентов. Такое отличие сказывается прежде всего на методах обработки и анализа данных социометрического опроса, обуславливает специфические способы представления получаемой информации.

8.4. Обработка и анализ данных социометрического опроса

Для обработки информации используются социоматрицы и социограммы. **Социоматрица** представляет собой таблицу, с помощью которой анализируются результаты социометрического опроса (см. социоматрицу).

Самовыбор не предполагается, поэтому по диагонали ставим знак «х».

Социограмма является графическим изображением связей внутри группы, которые устанавливаются на основе результатов социометрического опроса. Виды социограмм и их подструктуры могут быть различными.

Социоматрица итогов непараметрического социометрического опроса шести членов группы по дихотомическому критерию: «+» означает предпочтение (положительный выбор), «-» – отвержение (отрицательный выбор), «0» фиксирует отсутствие выбора.

Схема 8.2

Социоматрица

(графическое изображение структуры межличностных отношений в группе)

Кто выбирает	Кого выбирают			Итого отдано выборов		
	А	В	С	Сумма +	Сумма -	Сумма +
А	0	+	0	1	0	1
В	+	0	-	1	1	2
С	+	0	0	1	0	1
Сумма голосов +	2	1	1	3		
Сумма голосов -	0	0	1		1	
Сумма голосов +	2	1	1			4

Знаки, обозначающие типы отношений между членами группы:

А-----В – взаимный позитивный выбор.

А-----В – односторонний позитивный выбор.

А- - - - - В – взаимный негативный выбор.

А_____В – односторонний негативный выбор.

А-- --- В – несовместимый выбор (В отвергает А, а А выбирает В).

А В – взаимное безразличие.

Знаки, обозначающие пол членов группы, их присутствие или отсутствие при проведении теста (чаще всего в социограммах используется одним знаком «0» для обозначения вообще члена группы независимо от пола).

Социоматрица дает возможность анализировать существующие связи путем преобразования матриц. Она строится следующим образом: а) в горизонтальных строчках те,

кто выбирает (число строк равно числу членов коллектива); б) в вертикальных строчках те, кого выбирают. Социоматрица фиксирует отношения членов коллектива друг к другу.

Графический метод дает большие возможности для анализа внутриколлективной и межколлективной структуры. Графическое изображение связей внутри коллектива, устанавливаемых на основании выбора, называется социограммой.

Социограмма строится по результатам опроса, занесенным в социоматрицу, и является ее наглядным графическим отображением.

Основные формы изображения. Круги:



Связи между двумя элементами одного объекта, их действия и поступки изображаются с помощью черты между элементами.

A _____ B – положительный выбор

A-----B – отрицательный выбор

A _____ B – взаимовыбор положительный

A=====B – взаимовыбор отрицательный

Графические структуры социогамм

1. Изолированный элемент. Это индивид (или коллектив для больших социальных систем), не связанный с другими элементами. Его никто не выбрал.

2. Диада – это связь между двумя элементами. Такая структура очень часто наблюдается в небольших коллективах (это форма совместной деятельности или дружеские, доверительные отношения между двумя людьми).

3. Триада, тетрада и другие виды связи, состоящие из большого числа элементов. Триада, тетрада и другие положительные взаимосвязанные комбинации составляют «ядра» коллектива и встречаются во всех формах социальных общностей. В «ядрах» все элементы симметрично связаны между собой. Это «группы в группах» со своими взглядами и обязательствами друг перед другом.

4. Звезда. Она применяется как структурная форма жесткой связи в маленькой группе, связей симпатий и антипатий.

5. Пирада, или «структура дерева». Применяется тогда, когда все ее элементы связаны с центром не непосредственно, а через другие, равнозначные элементы. Нужна для характеристики руководства на предприятии.

8.4.1. Виды социогамм

По способу построения различают **произвольные, круговые, концентрические социогаммы**. В **круговых** социогаммах все члены коллектива располагаются по окружности, внутри которой указываются выборы и отклонения. В **концентрических** – по концентрическим кольцам, при этом индивиды с высоким социометрическим статусом («звезды») располагаются во внутреннем круге. В следующем кольце находятся лица, получившие среднее число выборов, затем кольцо с «изолированными», т.е. почти не имеющими положительных выборов. Далее – кольцо с отклоненными членами коллектива, то есть получившими только отрицательные выборы.

Локограммы – это социогаммы, при построении которых расположение символов соответствует их реальному пространственному расположению. Например, размещению на рабочих местах.

8.4.2. Социометрические индексы

Результаты социометрического опроса в количественной форме можно также выразить путем вычисления социометрического индекса. **Социометрический индекс** – это **число выборов какого-либо определенного вида, разделенное на общее количество возможных выборов**. Различают два типа социометрических индексов – **персональные** и **групповые**, в зависимости от того, какие отношения мы исследуем. Социологу приходится определять статус респондента. Статусы бывают положительными и отрицательными.

Положительный статус вычисляется по формуле:

$$ПВ = \frac{\text{число индивидов, выбравших } i}{N - 1},$$

где: N – число индивидов в исследуемом коллективе.

Групповые индексы нужны для выявления количественных особенностей динамики и структуры общения в изучаемой группе. С их помощью определяют степень психологической взаимности, групповой интегративности, референтности, когерентности и пр.

Самым простым является индекс **социометрической когерентности**. Он указывает на степень связности элементов структуры взаимодействия в группе по числу межличностных связей, отраженных в социограмме. Этот индекс может быть высчитан, как среднеарифметическое социометрического статуса C по группе. В связи с этим его можно назвать индексом группового социометрического статуса.

$$Cog = C + /N,$$

где: Cog – социометрическая когерентность группы;
 $C+$ – число положительных выборов в группе; N – число членов в группе.
 C – социометрическая когерентность группы;
 N – число величин C , суммированных в числителе (то есть число членов).

Индекс интегративности группы. Под интеграцией в социометрии понимают способность группы сохранять сложившуюся структуру взаимоотношений и ролевых функций членов при данных условиях деятельности.

I (интегративность группы) = $1 /$ число членов, не получивших никаких выборов.

$$I = 1 / C0,$$

где: I – индекс когерентности группы,
 $C0$ – число нулевых выборов.

Лицами, не получившими никаких выборов могут быть члены с нулевым социометрическим статусом.

9. Обработка, анализ и интерпретация результатов исследования; разработка практических рекомендаций

После того, как собрана объективная, достоверная первичная социологическая информация, начинается этап ее обработки и анализа. Обработка и анализ первичной социологической рекомендации является важным этапом исследования. Для обработки и анализа данных используются методы общей теории статистики, математической статистики и другие математические методы. Факты, полученные в процессе наблюдения или опроса, необходимо интерпретировать в рамках теории среднего уровня. Завершается этот этап написанием отчета

Для обработки полученных данных на компьютере создаются базы данных, которые позволяют экономить время, связанное с обработкой данных, сопоставлять новые исследования с проведенными ранее, получать информацию, разносторонне характеризующую изучаемые явления, структуры и процессы. Все это позволяет многократно использовать социальную информацию, анализировать ее в динамике, выходить на прогнозные разработки. Благодаря таким базам данных удастся хранить, автоматически обрабатывать и выдавать, когда потребуется, объективные сведения, собранные из различных источников и представляющие для руководства интерес, сравнивать положение дел, статистические и другие материалы, проследить происходящие в коллективе, регионе, отрасли события и процессы в динамике, составлять прогнозы и корректировать в соответствии с ними планы работы.

Результаты обработки и анализа социологической информации оформляются в виде отчета, который включает описание решенных задач и приложения (таблицы, графики, коэффициенты и др.). В пояснительной записке излагаются основные идеи исследования, описывается выборка, а также сообщаются основные результаты, производится их сравнение с выдвинутыми в исследовательской программе гипотезами. Особое место в итоговой записке уделяется теоретическим выводам и практическим рекомендациям. Отчет должен быть написан так, чтобы читатель или заказчик мог увидеть слабые и сильные стороны исследования и полученных выводов. Нецелесообразно затуманивать невыгодные места, нерешенные задачи. Например, если исследователь в отчете не описал тип выборки и ее объем, читатель (заказчик) может неправомерно распространить выводы на ту совокупность, которая не была объектом исследования, а это значит, что будут сделаны неверные выводы и ошибочные рекомендации, которые могут привести к непредсказуемым последствиям. Так что, если исследование было проведено в центральных областях России, это совсем не значит, что мы обследовали население Сибири или Дальнего Востока и, следовательно, мы не вправе распространять выводы на социальные процессы, происходящие в других регионах страны. Поэтому в отчете обязательно указывается, какова выборочная совокупность.

Обязательным компонентом отчета о прикладном исследовании выступают практические рекомендации. Они могут быть рекомендациями для научной и организационно-практической деятельности. В первом случае речь идет о советах по дальнейшему изучению данной темы, во втором – о практическом решении изучаемой социальной проблемы. Практические рекомендации второго вида предпочтительно затем оформить в виде решения – приказа, постановления и т. п. Непременным условием является ознакомление коллектива, населения с результатами исследования и рекомендациями.

Обработка и анализ первичной социологической рекомендации, наряду с разработкой исследовательской программы, является ответственным этапом, связанным с углубленной теоретической работой. Необходимо обладать известной квалификацией, чтобы за

эмпирическими фактами увидеть причинно-следственные связи или закономерности. Поэтому выполнять эту работу должны наиболее квалифицированные социологи, имеющие соответствующую подготовку.

Прикладные социологические исследования позволяют выявлять проблемы и решать их. Из этого проистекает необходимость в возможно короткие сроки применять результаты на практике. Любое промедление с практическим применением надежных выводов тормозит в конечном счете общественное развитие.

Исходя из вышесказанного, мы делаем вывод, что весь процесс внедрения в практику как *самостоятельный этап* процесса исследования необходимо *планировать* и *организовывать* целенаправленно и в *самом тесном сотрудничестве с представителями общественной практики* – особенно с лицами, принимающими участие в руководстве фирмой или государственным и общественным руководством.

Опыт подтверждает, что оптимальная практическая эффективность научных результатов и выводов не достигается именно потому, что недостаточно обращается внимание, в частности, на особенности процесса их внедрения в практику и на вытекающие из этого последствия. Прежде всего, недостаточно учитывается необходимость организации процесса внедрения в практику как *самостоятельного этапа* исследовательского процесса.

Необходимо интенсивнее изучать и обобщать опыт отдельных общественных наук при создании оптимальных отношений между теорией и практикой. Существенно здесь прежде всего определение *форм и методов перехода от теории к практике, конкретных соединительных звеньев*. При этом следовало бы избирать также принципиально новые пути, полностью используя преимущества рыночных отношений.

Основные принципы этих мероприятий, состоят в том, чтобы в оптимальной форме обеспечить и конкретно организовать совместную работу ученых и практиков при выполнении задач, которые стоят перед фирмой или регионом.

9.1. Общие требования к практической подготовке и описанию результатов социального исследования

Формы внедрения в практику научных результатов многообразны. Прежде чем мы остановимся на наиболее важных формах, необходимо назвать некоторые требования, которым, согласно нашему опыту, должны удовлетворять эти формы, чтобы достичь максимальной эффективности.

Социологии свойственно видеть реальность такой, какова она на самом деле. Требование трезвой и строго объективной оценки состояния дел в фирме или регионе, равно как и в обществе, сохраняет значение как в большом, так и в малом. Несоблюдение этого требования в области социальных наук может привести к ошибочным оценкам достигнутого уровня развития и тем самым к экономическим или организационным ошибкам. Этот факт ясно указывает на большую *ответственность ученого* на всех этапах процесса исследования, в особенности на этапе применения результатов в практике. Это обязывает научного работника снова и снова подвергать проверке *истинность своих высказываний*, давать реалистическую картину достигнутого уровня развития, которая не оставляет места ни иллюзиям, ни недооценкам. Припиальная позиция научного деятеля обязывает его упорно защищать истину, даже, и в особенности, если она еще не получила всеобщего признания, энергично бороться с предрассудками, стоящими на пути распространения новых результатов познания.

Требование «осуществимости» результатов исследования может быть реализовано только на основе глубокой теоретической обработки этих результатов. Используемое час-

то утверждение, что нет ничего практичнее хорошей теории, в полной мере справедливо для социального исследования. Результаты исследования, выводы и рекомендации в том случае окажутся на практике надежной и эффективной базой для руководства социальными процессами и их планирования, если они будут учитывать всю комплексность и сложность этих процессов и способствовать овладению их объективными закономерностями.

Нет необходимости останавливаться здесь на связи эмпирии и теории и на значении теории.

9.1.1. Разработка выводов и рекомендаций для практики

В многочисленных публикациях о формах и методах соединения теории и практики перед общественными науками справедливо ставится задача разрабатывать *выводы и рекомендации* для руководящей деятельности на основе результатов исследований. Выдвигая такие рекомендации для руководящих решений, разрабатывая варианты с учетом ожидаемых следствий, социологи могут оказывать значительное влияние на общественную практику. Это необходимо учитывать в отчетах об исследованиях, в экспертизах и т.д. В рекомендациях следует также указывать возможные *варианты*.

В связи с разработкой практических рекомендаций, особенно в социологической литературе, справедливо указывается, однако, на неправильное порой отношение со стороны руководителей, менеджеров и руководящих органов к полезному эффекту социологических исследований. В качестве результата исследований от ученого часто ждут готовых мер и норм, которые можно непосредственно использовать на практике. Но нельзя стирать границы между рекомендациями исследователя и мероприятиями менеджера. Решение о том, примет ли, в каком виде и когда, рекомендация форму конкретной руководящей меры, зависит целиком и полностью от соответствующего руководства. Оно лучше всего может оценить значение данных рекомендаций (основываясь также на последующей информации, например на знании стратегических целеустановок, других оценок и анализов), произвести или предложить возможную и необходимую корректуру.

Это неизбежное различие между рекомендациями для руководства и руководящими мероприятиями не означает, что ответственность ученого прекращается с выработкой рекомендаций и с передачей их заказчику или же соответственно определенному руководству. Эта ответственность по отношению к обществу включает в себя, безусловно, также и последующий процесс практического использования новых теоретических выводов. Иначе говоря, ученый должен лично и вместе со своим коллективом участвовать во внедрении нового в практику. Его не должны останавливать при этом возможное противодействие, предвзвешенность и непонимание нового, инертность отдельных руководителей и т.д.

Практическая эффективность результатов исследования в значительной степени зависит от понятного для практика описания.

Опыт показывает, что в плане языкового оформления научных результатов и рекомендаций, которые должны быть претворены в практику, ученый должен учитывать специфические особенности заказчика или адресата. Это не означает отказа от научного способа изложения. Следует, однако, тщательно проверить, могут ли сделанные высказывания служить основой для взаимопонимания, и не будет ли оно затруднено или не окажется ли оно невозможным в результате употребления некоторых специальных терминов. Вместе с тем нельзя искажать или неточно описывать содержание, применяя разговорные формы. В отношении справедливого требования понятного изложения существует еще целый ряд нерешенных проблем. Дискуссию по этому вопросу и его выяснение не следует считать второстепенной задачей.

Рассмотрим подробнее некоторые апробированные внедрения результатов исследований в практику. Мы ограничимся при этом двумя формами:

- изложение результатов в научных документах;
- программное мероприятие как экспериментальная форма изменения практики.

Мы не будем здесь рассматривать такие формы, как оценка и использование результатов исследований на конференциях, заседаниях, коллоквиумах, в экспертизах и т. д.

9.2. Исследовательский отчет

Исследовательским отчетом мы, как правило, будем называть такой письменный научный документ, в котором в систематической и наглядной форме излагаются результаты теоретической разработки исследований. Исследовательский отчет преследует две взаимосвязанные цели: *во-первых, он является основой для дальнейшей теоретической работы* и в своем значении выходит далеко за рамки данного исследования. В нем находит отражение достигнутый к моменту исследования уровень научного познания. В этом смысле между прикладными и фундаментальными исследованиями существует постоянное взаимодействие, из которого проистекает большое значение фундаментальных исследований для общественной практики. Исследовательский отчет является, *во-вторых, важной формой непосредственного внедрения* теоретических выводов в практику. Он должен дать возможность заказчику и руководящим органам без существенной дополнительной (статистической теоретической или языковой) обработки его содержания ознакомиться с результатами исследования и принять необходимые меры для изменения констатируемой ситуации в соответствии с содержащимися в отчете научными рекомендациями. Обе названные функции исследовательского отчета образуют неразрывное единство.

Он может выполнить свои функции в отношении практики, только если он разработан на высоком теоретическом уровне и позволяет руководителю использовать в своей деятельности «последнее слово» научного познания.

Кардинальная проблема при разработке исследовательских отчетов состоит в том, чтобы по сравнению с разработанным предварительным отчетом достигнуть *более высокого теоретического уровня обработки*. В то время как для предварительного отчета характерна детальная оценка отдельных индикаторов или батарей индикаторов в соответствии с заданным алгоритмом обработки, в исследовательском отчете на первом плане стоит систематическое и стройное изложение определенных взаимосвязанных групп проблем в соответствии с предметом исследования. Это требует значительного *обобщения, уплотнения* результатов, сосредоточения на существенном.

В интересах высокой практической эффективности рекомендуется формулирование *выводов и рекомендаций* для практики воспитания и руководства. Исследовательские отчеты в пределах отдельных комплексов (глав), как правило, следует разделять на две части: одна – *результаты и проблемы* и другая – *выводы*. Такой подход побуждает исследователя не ограничиваться описанием существующего состояния (включая существенные детерминанты), но также глубоко продумывать необходимые последствия для общественной практики. Вместе с тем он дает возможность заказчику научно обоснованно определить дальнейшие шаги при постоянном совершенствовании его руководящей деятельности.

В целях практической эффективности исследовательского отчета не следует перегружать упомянутую часть отчета (результаты) *слишком большим количеством статистических данных (таблицами и т. д.)*. Исследователь должен продумать, какие числовые значения безусловно необходимы для понимания и убедительности изложения в тексте в

форме таблицы или графического изображения и какие числовые значения могут быть помещены в приложение.

Полезна также разработка *краткого изложения исследовательского отчета*. В нем сконцентрированы решающие результаты и выводы. Такое резюме требует высокой степени обобщения и отказа от описания отдельных результатов и проблем. Краткое наглядное приложение в виде таблицы должно включать наиболее важные данные, являясь точным документом результатов и выводов.

Краткое резюме предоставляется в распоряжение прежде всего руководящих органов, топ-менеджеров, позволяя без большой потери времени ознакомиться с результатами исследований и вытекающими из них выводами.

Разработка исследовательского отчета требует времени. Однако, чтобы в случае необходимости быстро информировать заказчика о некоторых особенно важных результатах исследования, рекомендуется составление так называемых *оперативных отчетов*. Они состоят, как правило, из обзора в виде таблицы наиболее важных данных, дополненного краткой и предварительной их оценкой.

Значительным шагом по пути претворения результатов в общественную практику является их *защита* перед соответствующими руководящими инстанциями (центральное руководство, руководящие органы обследуемых предприятий, директора заводов, мастера, менеджеры и представители общественных организаций (профсоюзов) и т. д.), а также перед представителями обследуемых групп (например, бригады, коллективы, семинарские группы и т. д.). Дискуссии, связанные с защитой, нередко приводят к конкретизации и уточнению результатов и выводов. Наряду с этим появляется возможность убедить самих членов трудовых коллективов в необходимости предложенных мероприятий и мобилизовать их на выполнение этих мероприятий. В социальных исследованиях часто используются такие формы информации трудящихся о результатах исследований.

Существенным для практической эффективности исследовательского отчета является его *объем*. Ни один руководитель не в состоянии сегодня изучать манускрипты, состоящие из нескольких сотен страниц. Максимальный по объему отчет не должен превышать 100–150 страниц (без приложений). Краткое изложение отчета может насчитывать приблизительно 20–40 страниц.

Помимо исследовательского отчета, в качестве завершающего документа научного исследования можно назвать целый ряд других письменных документов, которые как бы перекидывают мост от теоретических выводов к их практическому применению. В их числе заслуживают упоминания исследовательские отчеты, посвященные анализу отдельных объектов из той совокупности их, которая была исследована.

В качестве примера следует назвать также отчеты по отдельным предприятиям. В рамках крупного исследования (которое, например, охватывает целые области народного хозяйства) большей частью не имеется возможности остановиться на специфических результатах и проблемах отдельных предприятий, включенных в исследование. Но для каждого из них в первую очередь представляют интерес не общие результаты, а информация о ситуации на *своем предприятии*. Общие результаты являются для руководителя масштабом, с помощью которого он лучше может судить об уровне развития, достигнутом на собственном предприятии.

Для участия в разработке отчетов по отдельным предприятиям следует постоянно привлекать компетентных представителей данного предприятия (менеджеров, представителей профсоюзных, хозяйственных органов, молодежных организаций). Это очень важно для квалифицированной, соответствующей конкретным условиям обработки и оценки и для усовершенствования руководящей деятельности. Обсуждение результатов каждого

социологического исследования в кругу обследуемых должно стать правилом и обязанностью ученого.

В некоторых случаях обработка и оценка исследований по отдельным предприятиям образуют основу для экспериментальной проверки выводов и рекомендаций для руководства в рамках так называемых программных мероприятий. Аналогично производственно-специфическим исследовательским отчетам по отдельным предприятиям производится также специфическая обработка и оценка исследований для высшей школы и т.п., что оправдывает себя при использовании результатов в руководящей практике в высшей школе.

Еще одним видом специфических исследовательских отчетов являются так называемые *типовые анализы*. Их особенность состоит в том, что все или большое количество охваченных в исследовании данных группируются по одному или нескольким типичным признакам. Последующая теоретическая обработка углубляет и уточняет результаты, полученные в главном исследовании. Показательными и важными для руководящей деятельности оказались, например, типовые анализы, которые производились на основе репрезентативных исследований уровня сознания у некоторых групп населения в связи с избирательными кампаниями.

Определялись те особенности личности и объективные условия, которые связаны с каким-либо признаком, характеризующим исследуемый тип, и на которые нужно обращать особое внимание в процессе прогнозирования итогов выборов.

При использовании результатов социального исследования в практике значительно большей широты воздействия по сравнению с исследовательскими отчетами можно достигнуть с помощью актуальных и теоретически выдержанных публикаций в книгах, журналах и ежедневной прессе. Пропаганда новейших результатов социальных исследований справедливо признается важной задачей специалистов в области общественных наук.

При публикации результатов социологических исследований следует обращать внимание на иные критерии и особенности, чем, например, при исследовательских отчетах. Кратко упомянем некоторые из них.

Задачей публикаций, преследующих практические цели, не является в первую очередь описание полученных эмпирических данных. В центре внимания должны быть, скорее, *выводы, следствия и мероприятия* для руководящей деятельности. При этом, конечно, невозможно полностью отказаться от использования статистических показателей, таблиц и графических изображений. Они необходимы, чтобы сделать наглядными сложные взаимосвязи или тенденции развития, но, прежде всего в целях убедительного доказательства достигнутых успехов и нерешенных проблем.

Для публикации результатов социологического исследования сохраняет значение, упомянутое выше требование к языку. Социолог должен в своих публикациях учитывать тот круг читателей, к которому он обращается. Большое значение имеет в этой связи владение даром популяризации. Ученым, публикующим научные выводы по социальным проблемам, не следует забывать, что полемика является необходимым элементом научного исследования.

В социальном исследовании не менее, чем в области техники, необходимы *кратчайшие* сроки внедрения в практику научных выводов. Об этом мы уже говорили выше. Таким образом, ясно, что затраты времени на подготовку рукописи к печати, на возможные переработки, а также на само печатание должны быть по возможности невелики. Некоторые авторы справедливо отмечают, что существующие в настоящее время условия

издания научной литературы не соответствуют требованиям практики. В последние годы издание *сборников* в области общественных наук именно потому получило широкое распространение, что с их помощью (по сравнению с монографиями и т. д.) может быть достигнута значительно большая актуальность.

Наконец, мы хотели бы подчеркнуть, что внедрение выводов и рекомендаций социального исследования в общественную практику путем их публикации не следует рассматривать исключительно с точки зрения их использования в процессе руководства.

Программное мероприятие как одна из форм внедрения результатов социальных исследований в практику представляет собой особый тип экспериментальных исследований. Целью проведенных ранее программных мероприятий было, например, испытание действенности руководящих мер для разностороннего и содержательного управления рынком товаров и услуг, поведением потребителей на этом рынке. Имеющийся опыт свидетельствует, что речь идет об эффективной и перспективной форме воздействия на практику.

Выше мы указали на необходимость выработки выводов и рекомендаций для руководящей деятельности на основе результатов исследований. На этом этапе исследовательский процесс, как правило, заканчивается.

Решение же о практическом применении рекомендаций целиком и полностью входит в компетенцию соответствующего руководства, владельца фирм или топ-менеджеров. Целенаправленной научной проверки практической эффективности этих рекомендаций при активном участии научного деятеля, социолога не происходит.

Научная проверка практической действенности рекомендаций может быть достигнута с помощью совместно намечаемых программных мероприятий по руководству исследуемыми процессами. Подобные программные мероприятия обладают двойной функцией. С точки зрения *руководства*, их задача состоит в том, чтобы с помощью выводов и рекомендаций, сделанных на основе результатов исследований, добиться повышения эффективности руководящей деятельности и таким образом успешно осуществить цели, преследуемые руководством. С точки зрения *исследователя*, речь идет о том, чтобы основательно проверить и в случае необходимости откорректировать действенность выводов и рекомендаций средствами *социального эксперимента* непосредственно на практике в тесном взаимодействии с руководством в целях повышения их эффективности.

Исследовательский процесс здесь в известном смысле *продолжается на практике*, временами осуществляясь непосредственно в процессе руководящей деятельности, причем оба процесса не сливаются друг с другом и не теряют своих специфических целеустановок. Это особенно существенно, так как смешение обоих процессов недопустимо.

Рассмотрим подробнее некоторые особенности программных мероприятий.

– Программные мероприятия всегда охватывают *комплекс мероприятий*, с помощью которых руководство стремится добиться изменения ситуации и действенность которых должна быть проверена экспериментально. При этом имеют значение не беспорядочное множество, не отдельное мероприятие, как таковое, а продуманная, согласованная во всех своих звеньях система мероприятий. Особенно важно, чтобы мероприятия были конкретными и контролируемыми.

– Содержание и целенаправленность программного мероприятия определяются исходя из:

а) целей общества и специфических для каждой конкретной области, для каждой фирмы целеустановок, а также

б) результатов обследования (например, результатов обработки данных обследования крупного предприятия).

9.3. Использование результатов прикладных социологических исследований в планировании и проектировании социальных процессов

Одной из важных форм внедрения итогов прикладных социологических исследований в практику фирм, отраслей, регионов выступает социальное планирование как метод социального *управления*. Получив распространение сначала (с сер. 60-х гг. XX в.) на промышленных предприятиях страны в связи с усилением влияния социальных факторов, метод социального планирования затем стал применяться в коллективах других типов (научных, административных, сельскохозяйственных), а также в отраслях промышленности и территориальных общностях – *городах, регионах*. В типовых методиках составления планов социального развития социальное развитие *коллектива* рассматривалось в комплексе с технико-экономическим, а цели и система показателей планов социального развития фиксировались в следующей его структуре: изменение социальной структуры коллектива; улучшение условий труда и охрана здоровья, организация досуга трудящихся; совершенствование оплаты и стимулирования труда; улучшение жилищных и культурно-бытовых условий жизни; профессиональная подготовка и переподготовка персонала, развитие социальной активности и участие трудящихся в управлении.

Планирование социального развития сопровождалось созданием *социологических служб*, проведением большого количества социологических исследований, что стимулировало развитие *промышленной социологии* в стране. Однако в связи с нарастанием кризисных явлений в экономике и других сферах жизни общества планирование социального развития не оправдало ожиданий, социальная эффективность их оказалась невысокой. Происходящие ныне в стране экономическая и другие реформы, становление рыночных отношений усиливают связи экономики и сферы социальных отношений и тем самым дают новый импульс развитию планов социального развития на предприятиях.

Опыт предприятий на Западе показывает, что успешное решение социальных проблем на предприятии, фирме (достойная оплата труда, страхование, охрана здоровья и пр.) позволяет добиваться высокой производительности труда и выпуска конкурентно способной продукции.

Планы социального развития отрасли также являются частью комплексных планов. Они призваны учесть социальные *последствия* технико-экономического развития, определить перспективу изменений в отрасли, выявить *резервы* производства, способствовать достижению социальных целей. Эти задачи конкретизируются в структуре и системе *показателей*, которые близки к аналогичной системе планов социального развития предприятий и могут меняться в зависимости от специфики отрасли и решаемых ею задач.

Объектом планов социального развития территории являются город, регион и др. единицы расселения. Целесообразность планов социального развития здесь диктуется необходимостью решения специфических, тесно связанных с пространственными параметрами социальных и экономических проблем.

Результаты прикладных социологических исследований реализуются также в процессе *социального проектирования*, которое обозначает научно обоснованное конструирование системы параметров будущего объекта или качественно нового состояния существующего объекта, и является одной из форм социального *управления*. Объект социального проектирования может быть собственно социальным (больница) или производственным (предприятие), архитектурным (поселение) и др., но в любом случае речь идет о решении именно социальных задач при его проектировании, о том, что в проекты различных объектов должны закладываться не только научно-технические, экономические, дизайнерские и т.п. решения, но и прогрессивная система социальных параметров. Социальное

проектирование следует отличать от социального *прогнозирования* и сочинения социальных *утопий*. Это выражается прежде всего при формировании главной *цели* разрабатываемого социального проекта.

Применительно к проектируемому объекту это означает комплексное обеспечение условий для осуществления таких взаимосвязанных подцелей социального проектирования: социально-экономическая эффективность; экологическая оптимальность; социальная интегрированность; социально-организационная управляемость; общественная активность. Далее выявляется круг актуальных социальных *проблем*, решение которых необходимо для достижения каждой подцели, и на этой основе определяются конкретные задачи разработки социального проекта.

Основное содержание социального проектирования состоит в конструировании совокупности средств, позволяющих решить выявленные задачи и проблемы, достичь поставленных целей. Эти средства фиксируются в двух формах: как система социальных параметров проектируемого объекта и их количественных показателей; как совокупность конкретных мероприятий, обеспечивающих реализацию проектируемых показателей и качественных характеристик будущего объекта. Социальное проектирование наиболее эффективно, если **оно** осуществляется как органическая часть комплексного проектирования новых объектов в каждой отрасли народного хозяйства и выполняется социологами в деловом сотрудничестве с инженерами-конструкторами, экономистами, дизайнерами, менеджерами и др. специалистами.

Итак, теоретические и практические результаты прикладных социологических исследований играют важную роль в социальных преобразованиях, которые происходят в России, в повышении эффективности деятельности фирм. Эта роль может повышаться при условии повышения теоретического уровня исследований и качества практических рекомендаций, которые разрабатывают социологи на базе первичной социологической информации в результате ее обработки и анализа с привлечением математических и иных научных методов.

10. Список учебной литературы

Обязательная

1. Давыдов А.А., Давыдова Е.В. Измерение искренности респондента. – М., 1992.
2. Давыдов А.А. Респондент как источник информации. – М., 1993.
3. Заславская Т.И., Рывкина Р.Ф. Социология экономической жизни. – Н., 1991.
4. Здравомыслов А.Г. Методология и процедура социологических исследований. – М., 1969.
5. 7.»История социологии в Западной Европе и США» / Учебник для вузов (Отв. Ред. Академик РАН Г.В.Осипов). – М., 1999.
6. Кареев Н.И. Основы русской социологии. – СПб, 1996.
7. Как провести социологическое исследование. (Под ред. М.К. Горшкова) – М., 1990.
8. Лекции по методике конкретных социальных исследований. – М.: МГУ, 1972.
9. Логика социологического исследования. – М., 1987.
10. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Ч. 1–2. – М., 1990.
11. Методика использования анализа документов в социологическом исследовании. – М., 1989.
12. Методика и техника статистической обработки первичной социологической информации. – М., 1968.
13. Михайлов Н.И., Кравченко Ю.А. Основы социологических знаний. – М., 1991.
14. Морено Дж. Социология, экспериментальный метод и наука об обществе. – М., 1958.
15. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. – М., 1978.
16. Овсянников В.Г. Методология и методика в прикладном социологическом исследовании. – Л., 1989.
17. Осипов Г.В. Социология и социализм. – М., 1990.
18. Практикум по прикладной социологии. – М., 1987.
19. Проблема контент-анализа в социологии. – Н., 1970.
20. Процесс социального исследования. – М., 1975.
21. Пэнто Р., Гравитц М. Методы социальных наук. – М., 1972.
22. Рабочая книга социолога. – М., 1983.
23. Социология. – СПб., 1993.
24. Социология. – М., 1993.
25. Социология. / Под ред. ак. РАН Г.В. Осипова). – М., 1990.
26. Социология. Учебное пособие для вузов. – СПб., 1993.
27. Социология / Под ред. П.Д. Павленка. – М., 2002.
28. Статистический анализ информации в социологических исследованиях. – М., 1979.
29. Татарова Г.Г. Методология анализа данных в социологии. – М., 1999.
30. Толстова Ю.Н. Измерение в социологии. – М., 1998.
31. Циба В.Т. Математический анализ социологических исследований проблем молодежи. – М., 1977.
32. Циба В.Т. Математико-статистические основы социологических исследований. – М.: Финансы и статистика, 1981.
33. Циба В.Т. Основы социальной квалитметрии. – М., 1982.
34. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – М., 1987.
35. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М., 1999.

Дополнительная

36. Американская социологическая мысль: Тексты. – М., 1994. – (Р.Мертон, Т. Парсонс и др.).
37. Арон Р. Этапы развития социологической мысли. – М., 1992.
38. Бердяев Н.А. Смысл творчества. – М., 1989.
39. Бердяев Н.А. Истоки и смысл русского коммунизма. – М., 1990.
40. Бердяев Н.А. Судьба России. – М., 1990.
41. Бердяев Н.А. Философия неравенства. – М., 1990.
42. Бакунин М.А. Философия. Социология. Политика. – М., 1989.
43. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория в ее преемственности и изменениях. – М., 1962.
44. Биография русских советских социологов. В 2-х тт. – М., 1987.
45. Гофман А.Б. 7 лекций по истории социологии. – М., 1997.
46. Введение в социологию. – СПб., 1992.
47. Веблен Г. Теория праздного класса. – М., 1984.
48. Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990.
49. Вебер М. Избранное. Образ человечества. – М., 1994.
50. Громов И.А., Урсул И.С. Предмет социологии. Теория, методология и методы социологического исследования. – СПб., 1993.
51. Голосенко И.А., Козловский Г.В. История русской социологии XIX-XX вв. – М., 1995.
52. Грушин Б.А. Мнение о мире и мир мнений. – М., 1967.
53. Западно-европейская социология XIX века. Тексты. Вып. 1 и 2. (Под ред. В.И. Добренко). – Изд. МГУ, 1996.
54. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. – М., 1990.
55. Социология в России XIX – начала XX веков. Вып. 1 и 2. (Под ред В.И. Добренко) – Изд. МГУ, 1997.
56. Дюркгейм Э.О. О разделении общественного труда. Метод социологии. – М., 1991.
57. Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М., 1994.
58. Ионин Л.Г. Георг Зиммель – социолог. – М., 1981.
59. История социологии в Западной Европе и США. – М., 1993.
60. Кабыша А.В., Тульчинский М.Р. Структура социологического знания, ее изменение в 1984–1990 гг. – М., 1993.
61. Краткий словарь по социологии. – М., 1988.
62. Кукушкина Е.И. Русская социология XIX–XX вв. – М., 1993.
63. Маккиавели Н. Государь. – М., 1869.
64. Методологические основы социологии: социология как наука. В 2-х частях. Ч. 1–2. – Минск, 1992.
65. Осипов Г.В. Теория и практика социологических исследований в СССР. – М., 1979.
66. Осипова Л.В. Социология Э. Дюркгейма. – М., 1977.
67. Основы социологии. – М., 1990.
68. Поппер К. Открытое общество и его враги. Т. 1–2. – М., 1992.
69. Розанов В.В. Сборник: в 2-х тт. – М., 1990.
70. Смелзер Н. Социология. – М., 1994.

71. Сорокин П.А. Система социологии. – М., 1993.
72. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992.
73. Сорокин П.А. Социологические теории современности. – М., 1992.
74. Словарь по прикладной социологии. – М., 1990.
75. Социология. – М., 1990.
76. Социологи России XIX – XX вв. (Словарь-справочник). – М., 1999
77. Современная западная социология. Словарь-справочник. – М., 1990.
78. Социология. Словарь-справочник. В 4-х тт. – М., 1990–1991.
79. Социо-логос. Социология. Антропология. Метафизика. – М., 1991.
80. Социология сегодня. – М., 1964.
81. Социология в СССР. Т. 1–2. – М., 1965.
82. Столыпин П.А. Нам нужна великая Россия. – М., 1991.
83. Сумерки богов (Ф.Ницше и др.). – М., 1989.
84. Социологические исследования. Журнал.
85. Тернер Дж. Структура социологической теории. – М., 1991.
86. Фрейд З. По ту сторону принципа удовольствия. – М., 1992.
87. Фрейд З. «Я» и «оно». – М., 1991.
88. Фромм Э. Душа человека. – М., 1992.
89. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. – М., 1994.
90. Фрейд Анна. Психология «Я» и защитные механизмы. – М., 1993.
91. Фромм Э. Психоанализ и этика. – М., 1993.
92. Шопенгауэр А. Афоризмы житейской мудрости. – М., 1990.
93. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. В 3-х ч. – М., 1992.
94. Штайнер Р. Основные черты социального вопроса в жизненных необходимостих настоящего и будущего. – Ереван, 1992.
95. Чагин Б.А. Очерк истории социологической мысли в СССР. – Л., 1971.

Практикум по дисциплине

Тема 1. Понятие и сущность социологии

Содержание:

Концепции социологии: теологическая, метафизическая, позитивная, неопозитивистская, неокантианская, марксистская.

Основоположником позитивистской социологии является О. Конт, который: а) первым ввел в научный оборот категорию «Социология» (sociō – общество; logia – наука) для обозначения науки об обществе; б) обосновал позитивизм.

Позитивизм – положительное, экспериментальное знание. Позитивистская социология, по замыслу О. Конта, должна быть подобна физике, химии и другим точным наукам. Позитивистский подход противопоставлялся им теологическому и метафизическому подходам, как чисто мыслительным, умозрительным.

Объект и предмет социологии. Социология – наука о закономерностях возникновения, развития и функционирования социальных явлений и процессов, социальных отношений и структур, социальных институтов и организаций, социальных общностей. Социология, как и другая наука имеет несколько уровней. Например, физика бывает фундаментальная и прикладная, теоретическая и эмпирическая. Можно выделить три основных уровня социологического знания: а) общетеоретическая социология или общесоциологическая теория; б) теории среднего уровня (специальные и отраслевые социологии); в) уровень прикладных, эмпирических исследований.

Социологические законы, их особенности, их отличие от законов других общественных законов.

Методы социологии. Социологические факты, их установление, обработка и анализ. Виды фактов – реальные события и вербальные факты, их особенности.

Связь социологии с другими общественными науками – социальной философией, экономическими, правовыми, политическими науками, статистикой, математической, демографической и др.; взаимовлияние наук.

Функции социологии: описательная, прогностическая, оптимизационная, воспитательная, обучающая, организационная, функция социального планирования и проектирования; диагностическая функция, информационная функция, инновационная функция; разработки социальных технологий.

Цели изучения темы:

1. Формирование исходных представлений о науке социологии, ее закономерностях, содержании и функциях.
2. Сопоставление различных точек зрения на сущность, содержание, методы социологии.
3. Анализ исторических определений социологии, данных представителями различных школ в социологии.

Задачи изучения темы:

1. Ознакомление с различными взглядами на содержание категории «Социологии».
2. Раскрытие объекта и предмета социологии в историческом контексте.
3. Раскрытие социологии как науки о закономерностях общественного развития.
4. Законы статики и законы социальной динамики.
5. Формирование представлений о методах социологии, о взаимосвязях общенаучных и особенных методах социального познания.

6. Раскрытие различных уровней социологического знания.
7. Уяснение функций социологии, ее роль в системе научного знания и в жизни общества.

Успешно изучив тему, студент:

Знает:

1. Определение, сущность и содержание категории «Социология».
2. Объект и предмет социологии.
3. Основные закономерности социологии.
4. Методы социального познания.
5. Уровни социологического знания.
6. Функции социологии, ее роль в обществе.
7. Исторический процесс становления социологии.
8. Взаимосвязь социологии с другими науками.

Умеет:

1. Оперировать основными категориями социологии (общество, общественные законы, методология, методы и техника социологических исследований, функции науки и др.).
2. Сопоставлять определения социологии, которые даны разными социологами.
3. Различать разные социологические школы.
4. Анализировать взгляды разных социологов, их роль в развитии социологии.

Приобретает навыки:

1. Чтения трудов социологов.
2. Анализа различных подходов к социологии.
3. Изучения состояния и развития социологии в трудах социологов.
4. Сопоставления различных понятий категории «социология».
5. Рассмотрение специфики взаимосвязей различных наук об обществе.
6. Использование различных научных методов для анализа общественных явлений.

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- социология;
- общество;
- социальная группа;
- индивид;
- законы социологии;
- предмет социологии;
- объект социологии;
- социальное;
- теоретическая социология;
- прикладная социология;
- уровни социологического знания;
- теории среднего уровня;
- специальные социологические теории;
- отраслевые социологии;
- общесоциологическая теория;
- функции социологии.

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяются 2 лекционных часа, 2 практических занятия, 4 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена следующая лекция и практическое занятие в форме семинара:

1. Предмет и сущность социологии, содержание курса.

Предусмотрена самостоятельная работа студентов в формах:

1. Подготовка к лекции.
2. Подготовка к семинару.
3. Подготовка докладов и рефератов.
4. Изучение дополнительной литературы.
5. Решение задач на компьютере.

Методические указания:

Вопросы лекции и практические задания:

1. Предмет, понятия и сущность социологии; объект социологии. О. Конт – основоположник позитивистской социологии. Социологические законы.
2. Уровни социологического знания: общетеоретическая социология; теории среднего уровня, специальные социологические теории, отраслевые социологии; их виды; прикладные социологические исследования, методика и техника эмпирических исследований.
3. Функции социологии; связь социологии с другими общественными науками.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции: Познакомьтесь с темой лекции. Прочитайте тему 1.1. УПП «Прикладная социология». Сделайте попытку разобраться в содержании терминов «Социология» и «Общественные науки». Какое содержание вкладывается в эти понятия?

Существуют различные подходы к пониманию предмета социологии (О. Конт, Э. Дюркгейм, русские социологи, Г. Зиммель, В. Дильтей и др.). Попробуйте разобраться, что общего и что особенного в этих подходах. Что такое позитивистская социология? Какие другие школы есть в социологии (марксизм, неокантианство, экзистенциализм и др.)? Назовите имена социологов – западных и русских. Почему возникла позитивистская социология?

При подготовке к семинарскому занятию: Из материалов лекции и учебника Вы знаете, что авторы по разному подходят к определению «социология». Рассмотрите последовательно содержание понятия, которое вкладывали в него О Конт, Г. Спенсер, Э. Дюркгейм, В. Дильтей, Г. Зиммель и др. Найдите сходство и различия между различными понятиями социологии.

Рассмотрите содержание понятия «общество». Как это отражается на определении «социология»?

Разберитесь с понятием «социологические законы». Назовите основные законы общества. В чем различия объективных законов общества и законов, принимаемых Государственной Думой?

При подготовке ко второму вопросу:

Готовясь к лекции: необходимо прочесть 1 главу УПП «Прикладная социология».

Объясните, что такое «уровни социологического знания». Что такое теоретические и эмпирические, фундаментальные и прикладные исследования?

В чем особенности общетеоретической социологии (общесоциологической теории)? Какими категориями оперируют социологи на уровне общесоциологической теории?

В чем особенности теоретического уровня? Почему они называются «среднего уровня»? К какому уровню социологии относятся «специальные социологические», «отраслевые социологии»? Разъясните эти термины, раскройте их содержание. В чем особенности прикладных социологических исследований?

При подготовке к семинарскому занятию: раскройте содержание общетеоретической социологии, социологии среднего уровня и прикладных социологических исследований.

Приведите примеры общесоциологических категорий (например, государство, общество и т.п.). Раскройте их содержание. Почему они являются «общими»? Назовите теории среднего уровня (например, социология образования, социология труда и т.п.). Раскройте содержание различных теорий среднего уровня.

В чем особенность прикладных исследований на стыке различных наук – социально-экономических, социально-политических, социально-демографических, социально-правовых и иных исследований?

Охарактеризуйте особенности третьего (эмпирического) уровня социологического знания. Что такое методы и методика социологических исследований?

При подготовке к третьему вопросу:

Готовясь к лекции: прочтите материалы УПП «Прикладная социология».

Вам нужно разобраться, какую роль призвана играть социология в жизни общества. На основе знаний, которые Вы получили в школе в процессе изучения обществоведения и истории, а также в процессе изучения философии в вузе, представьте себе роль знаний в области социологии в Вашей жизни, в Вашей карьере.

Уясните взаимосвязь и взаимодействие социологии и других наук об обществе.

При подготовке к семинарскому занятию: изучите содержание 1-й главы УПП «Прикладная социология», чтобы быть готовым принять участие в обсуждении темы семинара.

1. Что такое «функции» в целом общественных наук, в частности, социологии?
2. Назовите основные функции социологии (например, описательную, объяснительную, управленческую, прогностическую и др.). Раскройте содержание функций социологии.
3. Раскройте взаимосвязь социологии и социальной философии, социологии и экономических наук, социологии и статистики, социологии и демографии, социологии и политологии, социологии и правовых наук, социологии и лингвистики и т. д.
4. Какие методы других наук использует социология? Какие методы социологии используются другими науками?
5. Какие факты, установленные другими общественными науками, использовались в социологии; какие факты, установленные в социологии, используются другими общественными науками?

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. «Социология – наука об обществе» – это есть определение социологии.
2. Общество – предмет социологии.
3. Объектом научных исследований в социологии является общество.
4. Социология изучает общество, как целостный единый организм.
5. Социология изучает социальное.
6. Социология является «наукой наук».
7. Социология является рядовой наукой об обществе.
8. Предмет социологии – закономерности общественного развития.

9. Социология – наука об общих и специфических социальных законах и закономерностях развития и функционирования исторически определенных социальных систем.

10. Социальное – это совокупность тех или иных свойств и особенностей общественных отношений.

11. На уровне общетеоретической социологии исследователи оперируют наиболее общими социологическими категориями.

12. Фундаментальное в науке соотносится с эмпирическим.

13. Теории среднего уровня оперируют наиболее общими категориями.

14. Социология города – теория среднего уровня.

15. Социология труда – отраслевая социология.

16. Общетеоретическая социология – это социальная философия.

17. Позитивное знание – положительное, экспериментальное знание.

18. Метафизическое знание, по мнению О. Конта, это абстрактное, умозрительное знание.

Тесты:

1. Социология – это:

- а) наука об обществе;
- б) наука о людях;
- в) наука о закономерностях возникновения, функционирования и развития социальных отношений, социальных институтов и общностей.

2. Социология труда – это:

- а) теория среднего уровня;
- б) отраслевая социология;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

3. Предмет социологии – это:

- а) общество в целом;
- б) социальное;
- в) любые общественные отношения.

4. Объект социологии – это:

- а) индивиды;
- б) общество;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

5. Категорию «социология» ввел в научный оборот:

- а) К. Маркс;
- б) О. Конт;
- в) Г. Спенсер.

6. Социальные институты – это:

- а) Высшие учебные заведения;
- б) Устойчивые общественные образования, развивающиеся по своим внутренним законам;
- в) Большие группы людей, различающиеся по их отношению к собственности.

7. Социальные отношения – это:

- а) любые отношения людей;
- б) экономические отношения;
- в) эмоциональные отношения.

8. Социальные явления – это:

- а) политические события;
- б) любые события в обществе;
- в) общественно полезные явления.

9. Социальные процессы – это:

- а) явления, развивающиеся во времени;
- б) общественно значимые процессы;
- в) управляемые явления.

10. Связь социологии с другими науками заключается в том, что:

- а) социология обогащает другие науки методами и фактами;
- б) другие науки обогащают социологию методами и фактами;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

11. Биографический метод – это:

- а) метод социологии;
- б) метод исторической науки;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

12. Вычеркните лишнее: «Методами социологии являются»:

- а) сравнительно-исторический;
- б) генетический;
- в) типологический;
- г) дактилоскопический;
- д) баллистический.

13. Теории среднего уровня – это:

- а) уровень специальных социологических теорий;
- б) отраслевые социологии;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

14. Методология в социологии – это:

- а) система определенных процедур и операций, используемых в исследованиях;
- б) техника сбора первичной информации;
- в) математические методы.

15. Изучение базисных, фундаментальных проблем общества – это:

- а) теория среднего уровня;
- б) общесоциологическая теория;
- в) техника исследования.

16. Вычеркните лишнее: «Социология тесно связана с такими науками как»:

- а) социальная философия;
- б) статистика;
- в) экономические науки;
- г) теоретическая физика;
- д) механика.

При изучении темы 1 необходимо читать:

Основная литература:

1. Ковалевская Е.В. Прикладная социология. УПП ИДО МЭСИ. – М., 2000 (раздел 1).
2. Социология. Основы общей теории / Под ред. академика РАН Г.В. Осипова. – М., 1996 (главы 1–5).
3. Социология. – М.: Мысль. 1990 (глава 1).
4. Бабосов Е.М. Прикладная социология. – Минск. 2000 (раздел 1).
5. Павленок П.Д. Социология. – М., 2002 (глава 1).

Дополнительная литература:

1. Краткий словарь по социологии. – М., 1989.
2. Павленок П.Д. Социология. – М., 2002 (глава 1).
3. Сорокин П.А. Система социологии. – М., 1993.
4. Социология: словарь-справочник. – М., 1990–1991. – Т. 1–4.
5. Фролов С.С. Социология. – М., 2000 (глава 1).
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М. 2000.
7. Волков Ю.Г., Ночипуренко В.Н. и др. Социология. Курс лекций. – М. – Ростов-на-Дону, 1999 (главы 1–6).
8. Социология в вопросах и ответах. – М. – Ростов-на-Дону, 2000 (разделы 1, 4).

Тема 2. Программа социологического исследования

Содержание темы:

Роль программы социологического исследования; тема исследования; роль заказчика и исполнителя исследования в определении темы.

Цели исследования и причины его актуальности. Цели исследования: получение нового знания; решение трудных управленческих ситуаций; апробирование социологических методик.

Части программы социологического исследования: методическая и процедурная.

Понятие проблемы исследования; предметная и гносеологическая стороны проблемы.

Предмет исследования. Объект исследования. Единицы наблюдения, единицы сбора информации. Теоретическая интерпретация понятий. Эмпирическая интерпретация понятий, операционализация понятий.

Логический анализ проблемы. Этап формулирования гипотез. Понятие гипотезы. Виды гипотез. Роль гипотезы в социологическом исследовании. Выдвижение гипотез, обоснования гипотез, проверка гипотез.

Организация социологического исследования. Процедурная часть программы исследования. Этапы реализации логического плана исследования. Организационно-процедурные этапы.

Подготовка наблюдателей.

Типичные ошибки и трудности при разработке программы.

Цели изучения темы:

1. Формирование исходных представлений о прикладном социологическом исследовании и о программе исследования.
2. Программа исследования – способ реализации целей исследования.
3. Изучение структуры, составных частей программы, раскрытие их содержания, роли и места в исследовании.
4. Получение навыков разработки программы исследования.
5. Обретение навыков и умений формирования гипотез социологического исследования и разработка на этой основе исследовательских документов – анкет, протоколов наблюдения, протоколов анализа документов и др.

Задачи изучения темы:

1. Ознакомление с теоретическими концепциями программы социологического исследования.
2. Усвоение теоретических положений: что такое программа, из каких частей состоит программа.
3. Уяснение основных частей программы: цели исследования, тема и проблема исследования, предмет и объект исследования, единицы наблюдения и единицы анализа, гипотезы исследования.
4. Усвоение знаний о методологической и процедурной частях программы, организационном плане исследования.
5. Выявление процедур теоретической и эмпирической интерпретации понятий и операционализации понятий.

Успешно изучив тему, студент:

Знает:

1. Что такое программа социологического исследования, какова ее структура, какую роль она играет в подготовке и проведении исследования.
2. Как определяется тема, как вычленяется проблема исследования.
3. Что такое проблема, объект и предмет исследования, гипотезы?
4. Как осуществляется теоретическая и эмпирическая интерпретация понятий, а также операционализация понятий?
5. Что такое методологическая и процедурная части программы исследования?

Умеет:

1. Определить тему и проблему исследования.
2. Выделить предмет и объект исследования.
3. Определить единицу наблюдения, единицу сбора информации и единицу анализа.
4. Сформулировать основную и вспомогательные гипотезы.
5. Осуществить теоретическую интерпретацию понятий.
6. Осуществить эмпирическую интерпретацию и операционализацию понятий.
7. Разработать процедурную часть программы.
8. Разработать организационный план исследования.

Приобретает навыки:

1. Разработки программ прикладного исследования.
2. Разработки организационного исследования.
3. Определения необходимых ресурсов для проведения исследования.
4. Определение необходимого числа работников для проведения исследования.
5. Определения сроков проведения исследования.

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- Программа прикладного исследования;
- Тема исследования;
- Проблема исследования;
- Предмет исследования;
- Объект исследования;
- Методологическая часть программы;
- Процедурная часть программы;
- Гипотеза;
- Единица наблюдения;
- Единица анализа;
- Теоретическая интерпретация понятий;
- Эмпирическая интерпретация понятий;
- Операционализация понятий;
- Организационный план исследования.

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяется 2 лекционных часа, 2 часа практических занятий, 4 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена одна лекция и одно практическое занятие.

Тема лекции: «Программа социологического исследования».

На практическом занятии студенты разрабатывают программу социологического исследования.

Предусмотрена самостоятельная работа студентов в формах:

1. Подготовка к лекции.
2. Подготовка к практическому занятию.
3. Участие в тьюториалах.
4. Изучение дополнительной литературы.

Методологические указания:

Вопросы лекции и практического занятия:

1. Содержание и основные части программы социологического исследования.
2. Формулирование гипотез; виды гипотез.
3. Процедурная часть программы.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции: познакомьтесь с темой лекции. Прочитайте тему «Программа социологического исследования» в УПП «Прикладная социология». Сделайте попытку разобраться в содержании программы прикладного исследования. Уясните основные части программы; содержание методологической и процедурной программ. Прочтите, что такое тема, проблема, объект, предмет исследования, единица наблюдения и анализа, гипотеза исследования.

При подготовке к практическому занятию: выберите актуальную тему; выделите проблему исследования; определите объект и предмет исследования; дайте теоретическую интерпретацию основных понятий; дайте эмпирическую интерпретацию понятий; осуществите операционализацию понятий.

Тьюториал. В группах по 3–5 человек выберите актуальную тему исследования и разработайте программу исследования. Результаты работы вынесите на дискуссию на практическом занятии.

При подготовке ко второму вопросу:

Готовясь к лекции: необходимо прочесть соответствующий раздел УПП «Прикладная социология» («Программа социологического исследования»).

Объясните, что такое гипотеза? Какие виды гипотез можно выделить? Какова их роль в исследовании? По каким видам можно классифицировать гипотезы?

При подготовке к практическому занятию, выбрав тему, сформулируйте гипотезы исследования. Целесообразно сформулировать 2–3 основные гипотезы и 3–4 вспомогательные гипотезы. Продумайте, как вы будете эти гипотезы подтверждать или опровергать, т.е. проверять их.

Тьюториал. На практическом занятии в аудитории необходимо сформулировать группы по 3–5 человек, которые должны обсудить гипотезы, которые сформулированы каждым студентом по своей теме дома, готовясь к практическому занятию. Эти программы также могут выбрать одну общую тему и сформулировать 2–3 основные и 3–4 вспомогательные гипотезы.

Чат. В течение 15 минут разные группы могут взаимно обсудить гипотезы, подвергнуть их взаимной критике, отметить их достоинства и недостатки; обсудить, как их подвергнуть проверке.

При подготовке к третьему вопросу:

Готовясь к лекции, прочтите раздел УПП «Прикладная социология», который был рекомендован при подготовке к изучению первого и второго вопросов.

Вам необходимо разобраться: что такое процедурная часть программы; чем она отличается от методологической части программы; из каких разделов она состоит; что такое организационный план прикладного исследования; какие процедуры выборки существуют?

При подготовке к практическому занятию разработайте процедурную часть программы прикладного исследования по избранной вами теме. Прежде всего, определите процедуры выборки; рассчитайте объем выборки; обоснуйте избранную вами технику отбора объектов и лиц для обследования (случайная выборка, механический отбор, серийная и типологическая выборки).

Составьте организационный план прикладного исследования по вашей теме.

Тьюториал. В группах по 3–5 человек следует обсудить процедурные части программ, которые студенты разработали при подготовке к практическому занятию, либо разработать процедурную часть программы по общей для группы теме.

Чат. Образуйте процедурные части программ, которые разработали группы во время тьюториала; подвергните их взаимной критике и отметьте их достоинства.

Тесты.

1. Тема исследования определяется:

- а) заказчиком;
- б) исполнителем-социологом;
- в) совместно заказчиком и исполнителем;
- г) все ответы верны;
- д) все ответы не верны.

2. Проблема – это:
- а) противоречие между нашей потребностью что-либо узнать или преобразовать и отсутствием знаний или ресурсов;
 - б) предмет исследования;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.
3. Объект исследования – это:
- а) любая область социальной действительности;
 - б) тема исследования;
 - в) проблема исследования.
4. Предмет исследования – это:
- а) главная сторона объекта исследования;
 - б) главная сторона проблемы;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.
5. Гипотеза – это:
- а) предположение;
 - б) версия;
 - в) утверждение о фактах, не имеющее эмпирического или логического обоснования.
6. Теоретическая интерпретация понятий – это:
- а) раскрытие содержания понятия;
 - б) объяснения понятия;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.
7. Эмпирическая интерпретация понятий – это:
- а) выбор эмпирически проверенных понятий;
 - б) сопоставление анализируемого понятия с совокупностью фактов, отражением которой оно является;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.
8. Организационный план входит в:
- а) методологическую часть программы исследования;
 - б) процедурную часть программы;
 - в) оба ответа не верны;
 - г) оба ответа верны.
9. Объем выборки определяется:
- а) здравым смыслом;
 - б) на основе статистико-математических формул;
 - в) объемом финансирования.
10. Серийная (гнездовая) выборка – это:
- а) жеребьевка;
 - б) интервальный отбор, например, из алфавитного списка;
 - в) отбор типизированных коллективов и опрос в них всех членов.

11. Гипотеза в социологическом исследовании – это:

- а) предположение;
- б) версия;
- в) утверждение о фактах, не имеющее эмпирического или логического обоснования.

12. Теории среднего уровня оперируют:

- а) наиболее общими категориями;
- б) категориями среднего уровня обобщения;
- в) конкретными фактами.

13. Вычеркните лишнее: «Цели исследования бывают»:

- а) общие;
- б) конкретные;
- в) стратегические;
- г) тактические;
- д) административные;
- е) бескорыстные.

14. Исследовательские документы (анкеты, бланки наблюдений и др.):

- а) прилагаются к программе исследования;
- б) не прилагаются;
- в) все зависит от целей исследования.

15. Вычеркните лишнее: «Этапы разработки программы исследования включают»:

- а) подготовительный этап;
- б) оперативный этап;
- в) результативный этап;
- г) административный;
- д) проективный.

16. Выдвижение гипотез и следствий из них осуществляется на этапе:

- а) подготовительном;
- б) результативном;
- г) оперативном.

При изучении темы 2 необходимо читать:

Основная литература:

1. Ковалевская Е.В. Прикладная социология. УПП ИДО МЭСИ. – М., 2000 (Раздел 2).
2. Социология. Основы общей теории / Под ред. Г.В. Осипова. – М., 1996 (Глава XI).
3. Павленок П.Д. Социология. Учебник. – М., 2002 (Главы 41, 42, 43, 44).
4. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, программа, методы. – М., 1997 (Главы I, II, III).
5. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М., 1999 (Главы 1, 2).

Дополнительная литература:

1. Бабосов Е.М. Прикладная социология. – Минск, 2000 (Глава 18).
2. Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М., 1993 (Глава 1).
3. Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии. – М., 1978 (Введение).
4. Процесс социального исследования. – М., 1975 (Введение, глава 1).
5. Социология в вопросах и ответах. – Ростов-на-Дону, 2000 (Раздел 1).

Тема 3. Наблюдение в социологических исследованиях

Содержание темы:

Понятие наблюдения. Критерий классификации наблюдений.

Достоинства и недостатки наблюдения. Роль и место наблюдения в прикладном социологическом исследовании.

Основные характеристики различных видов наблюдения.

Этапы наблюдения. Разработка программы и протокола наблюдения.

Требования к наблюдателю. Подготовка наблюдателей.

Влияние объекта наблюдения на процедуры наблюдения.

Цели изучения темы:

1. Уяснение сущности наблюдения как метода прикладного социологического исследования.
2. Формирование у студентов умений проводить наблюдения.

Задачи изучения темы:

1. Получение знаний о видах наблюдений, их особенностях, условиях применения.
2. Определение методики наблюдения в зависимости от объекта исследования.
3. Формирование умений разрабатывать протокол наблюдения.

Успешно изучив тему, студент:

Знает:

1. Содержание понятия наблюдения.
2. Виды наблюдения и их характеристики.
3. Место наблюдения в прикладных исследованиях.
4. Достоинства и недостатки метода наблюдения.
5. Процедуру разработки протокола наблюдения.
6. Ошибки наблюдения.

Умеет:

1. Сопоставлять особенности методов различных видов наблюдений и выбирать ту методику, которая может дать наиболее достоверную первичную информацию.
2. Разрабатывать протокол наблюдения.
3. Интерпретировать полученные результаты наблюдения.
4. Использовать технические средства при наблюдении.

Приобретает навыки:

1. Проведение наблюдения.
2. Обработки данных наблюдения.
3. Интерпретации результатов исследования.

Изучив тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- наблюдение;
- включенное (внутреннее) наблюдение;
- не включенное (внешнее) наблюдение;
- осознанное наблюдение;
- неосознанное наблюдение;

- случайное наблюдение;
- систематическое наблюдение;
- структурированное наблюдение;
- неструктурированное наблюдение;
- протокол наблюдения;
- ошибки наблюдения;
- широта поля наблюдения.

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяется 2 лекционных часа, 2 часа практических занятий в виде практикума, 2 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена самостоятельная работа в форме:

1. Подготовка к лекции.
2. Подготовка к практическому занятию.
3. Участие в чатах.
4. Участие в тьюториалах.
5. Изучение дополнительной литературы.
6. Проведения наблюдения.
7. Подготовка докладов и рефератов.
8. Решение тестовых заданий.

Методологические указания:

На обсуждение на лекции и семинарских занятиях выносятся следующие вопросы:

1. Понятие наблюдения как метода прикладного исследования. Достоинства, недостатки.
2. Виды наблюдения; их особенности, достоинства и недостатки.
3. Протокол наблюдения. Этапы наблюдения.
4. Требования к наблюдателю. Подготовка наблюдателей.
5. Ошибки наблюдения.
6. Организация наблюдения.
7. Обработка результатов наблюдения.
8. Измерение наблюдаемых признаков.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции, необходимо прочесть УПП «Прикладная социология» (раздел «Наблюдение»). При этом следует уяснить, что такое наблюдение как метод прикладного социологического исследования. Какое место наблюдение занимает в ряду других социологических методов? В чем достоинство наблюдения? В чем его недостатки? Почему метод наблюдения целесообразно использовать в совокупности с другими методами?

Готовясь к практическому занятию, необходимо усвоить не только теорию вопроса, но и, избрав тему, обосновать, почему необходимо использовать именно метод наблюдения; какие факты, в сравнении с другими методами, позволят получить метод наблюдения.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–4 человека, провести обсуждение, почему необходимо для разработки избранной темы использовать метод наблюдения.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками достоинства и недостатки метода наблюдения.

При изучении второго вопроса:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Наблюдения» в УПП «Прикладная социология». Уясните виды наблюдения, их особенности. Что такое включенное и не включенное наблюдение; осознанное и неосознанное наблюдение; случайное и систематическое, структурированное и неструктурированное наблюдения?

При подготовке к практическому занятию опирайтесь на материалы лекции и УПП «Прикладная социология». Обоснуйте, подберите аргументы, почему вы выбрали именно этот метод наблюдения – включенное или внешнее, осознаваемое или неосознаваемое – для проведения прикладного социологического исследования по вашей теме. Обратите особое внимание на достоинства и недостатки данного вида (избранного вами) наблюдения – неосознанного включенного или осознанного внешнего и т.д.

Чат. В течение 15 минут совместно со студентами вашей группы подберите аргументы в пользу данного вида наблюдения.

Тьюриал. В группах по 3–4 человека рассмотрите особенности каждого вида наблюдения.

При изучении третьего и последующих вопросов:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Наблюдения» УПП «Прикладная социология». Уясните, что такое протокол наблюдения, какова его роль в сборе первичной социологической информации, в установлении точных и бесспорных фактов. Каковы структура и содержание протокола наблюдения?

При подготовке к практикуму. Опираясь на УПП «Прикладная социология», разработайте протокол наблюдения в рамках темы Вашего исследования. Для этого необходимо иметь программу исследования (это было сделано на предыдущем занятии), в которой обоснованы проблема, предмет и объект исследования, и, главное, сформулированы гипотезы. В протоколе наблюдения должны быть вопросы, подтверждающие или опровергающие гипотезы.

В протоколе выделяются наблюдаемые свойства объекта (в соответствии с предметом) и шкалы для их измерения. От выбора свойств и умения их измерять зависит качество полученной информации.

Тьюриал. Разбившись на группы по 3–5 человек разработайте протокол общей групповой темы исследования. Определите этапы наблюдения.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками, как измерить изучаемые свойства.

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. Осознаваемое наблюдение – это такое наблюдение, при котором наблюдатель не осознает цели исследования.

2. Включенное наблюдение – это такое наблюдение, когда наблюдатель становится руководителем наблюдаемого коллектива.

3. Осознаваемое наблюдение может быть внешним.

4. Внешние наблюдения может быть осознанным.

5. Внешние наблюдения может быть неосознанным.

6. Систематическое наблюдение предполагает наличие всех исследовательских документов.

7. Наблюдение не требует разработки программы социологического исследования.

8. Широта поля наблюдения – достоинство метода.

9. Наблюдение позволяет получить более объективную информацию в сравнении с опросом.

10. Наблюдателя необходимо серьезно готовить.

11. Результаты наблюдения зависят от настроения наблюдателя.

12. Включенное неосознанное наблюдение требует использования технических средств.

13. Наблюдателю свойственны субъективные ошибки.

14. Ширина поля наблюдения – недостаток метода.

15. Наблюдение не требует разработки протокола наблюдения.

Тесты:

1. Структуризованное наблюдение – это:

- а) наблюдение без четкого плана;
- б) невключенное наблюдение;
- в) наблюдение с разработанной системой документов и показателей.

2. Контролируемое наблюдение – это:

- а) основной метод сбора информации;
- б) наблюдатели работают под контролем социолога;
- в) контролер проводит контрольное повторное наблюдение.

3. Включенное наблюдение:

- а) наблюдатель находится вне коллектива;
- б) наблюдатель активно влияет на дела коллектива;
- в) наблюдатель становится членом коллектива, взаимодействует с работниками;
- г) наблюдатель становится руководителем коллектива.

4. Лабораторное наблюдение;

- а) случайное наблюдение;
- б) наблюдение за ходом лабораторных экспериментов;
- в) наблюдение за работой лаборантов.

5. Структуризуемое наблюдение – это:

- а) наблюдение в соответствии с интуицией наблюдателя;
- б) наблюдение в соответствии с разработанным планом;
- в) включенное наблюдение.

6. «Наблюдатель находится вне объекта и сводит к минимуму вмешательство в ход событий» – это:

- а) полевое исследование;
- б) невключенное наблюдение;
- в) лабораторное наблюдение.

7. Систематическое наблюдение – это:

- а) периодически проводимые в соответствии с программой исследования;
- б) неосознанное наблюдение;
- в) лабораторное наблюдение.

8. «Наблюдаемые не знают, что за ними наблюдают» – это:
- а) неосознанное наблюдение;
 - б) лабораторное исследование;
 - в) неструктурируемое наблюдение.
9. Параллельное наблюдение – это:
- а) разные научные коллективы наблюдают один объект;
 - б) параллельно разрабатывается несколько программ исследования;
 - в) организация нескольких одновременных наблюдений с последующим согласованием и анализом результатов.
10. «Наблюдатель включается инкогнито в коллектив» – это:
- а) внешнее наблюдение;
 - б) случайное наблюдение;
 - в) включенное наблюдение.
11. «Зависимость данных от установок наблюдателя» – это:
- а) достоинство метода;
 - б) недостаток метода;
 - в) особенность метода наблюдения.
12. Осознанное наблюдение – это:
- а) исследователи осознают цели исследования;
 - б) наблюдаемые знают, что за ними наблюдают;
 - в) наблюдение в соответствии с программой наблюдения.
13. Принцип дополнительности означает:
- а) необходимость дополнять наблюдение другими методами;
 - б) программа исследования дополняется другими документами;
 - в) объект наблюдения под влиянием наблюдателя корректирует свое поведение.
14. Использование технических средств возможно при:
- а) включенном наблюдении;
 - б) внешнем (невключенном) наблюдении;
 - в) случайном наблюдении.
15. Неосознанное наблюдение – это:
- а) исследователи не осознали показатели наблюдаемых свойств;
 - б) исследователи не осознают цели наблюдения;
 - в) наблюдаемые не знают, что являются объектом наблюдения.
16. «Наблюдатель полностью включается в действия группы» – это:
- а) полевое естественное наблюдение;
 - б) лабораторное наблюдение;
 - в) неструктурируемое наблюдение.

При изучении темы 3 необходимо читать:

Основная литература:

1. Ковалевская Е.В. Прикладная социология. УПП ИДО МЭСИ (Раздел 3).
2. Социология. Основы общей теории / Под ред. Г.В. Осипова. – (Глава XII).
3. Павленок П.Д. Социология. Учебник. – (Глава 45).
4. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. (Глава IV).

Дополнительная литература:

1. Бабосов Е.М. Прикладная социология. (Глава 20).
2. Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. (Глава 6).
3. Ноэль Э. Массовые опросы. (Стр. 95, 213).
4. Процесс социологического исследования. (Глава 1.4.6).
5. Социология в вопросах и ответах. (Стр. 46-49).

Тема 4. Опросы в социологическом исследовании

Содержание темы:

Опросы являются весьма распространенным методом получения первичной социологической информации. Достоинствами метода являются: сравнительная экономичность; возможность получения информации о субъективных оценках; мотивах и пр. респондентов; формализованный опросник (анкета) и др.

Недостатками метода являются: субъективизм ответов на вопросы анкеты; вероятность неверных ответов; некомпетентность респондентов и др.

Основными видами опросов являются: анкетный опрос, интервью, опросы экспертов и др. Анкетные опросы бывают: раздаточный опрос (саморегистрация), почтовые, массовые опросы и др. Интервью делятся на стандартизованное, свободное, фокусированное, клиническое и др. Каждое из них имеет свои достоинства и недостатки.

Прежде чем проводить опросы, необходимо разработать программу социологического исследования. Основным инструментом опросов является вопросник. В связи с этим необходимо раскрыть структуру вопросника.

Вопрос – основной инструмент этого метода. Типы вопросов: прямые и косвенные, открытые и закрытые, личные и безличные, диалоги, прожективные, контрольные и др.

Особенности интервью. Психологические особенности интервью. Интервью как психологическое взаимодействие интервьюера и респондента. Требования к интервью. Подготовка интервьюера. Ошибки интервьюера.

Цели изучения темы:

1. Уяснение сущности опросов, видов опросов, их возможностей, достоинств и недостатков. Отличие анкетных опросов от интервью.
2. Студенты должны разобраться в различных видах вопросов, уяснить, в каких ситуациях они используются.
3. Усвоить требования к интервьюеру.

Задачи изучения темы:

1. Получение студентами теоретических знаний.
2. Получение практических навыков разработки вопросников.
3. Формирование умений проводить опросы.

Успешно изучив данную тему, студент:

Знает:

1. Что такое опросы. Каких видов они бывают.
2. Достоинства и недостатки опросов.
3. Особенности интервью.
4. Требования к интервьюеру.
5. Как готовить интервьюеров.
6. Какие ошибки могут совершать интервьюеры.

Умеет:

1. Анализировать возможности, достоинства и недостатки различных видов опросов.
2. Разрабатывать опросники.
3. Проводить анкетные опросы и интервью.
4. Готовить интервьюеров.
5. Контролировать работу анкетеров и интервьюеров.

Приобретает навыки:

1. Формировать вопросы.
2. Шкалировать закрытые вопросы.
3. Формировать выборку и отбирать лиц для опроса.
4. Обработать итоги опросов; писать отчеты.

Изучив тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- Опрос, анкетный опрос;
- Интервью;
- Раздаточный опрос, саморегистрация;
- Почтовый опрос;
- Массовый опрос;
- Свободное интервью;
- Стандартизованное интервью;
- Фокусированное интервью;
- Клиническое интервью;
- Опрос экспертов;
- Направление интервью;
- Респондент;
- Интервьюер, анкетер;
- Вопрос, виды вопросов;
- Шкалирование, виды шкал;
- Измерение социальных переменных;
- Вопрос-диалог;
- Прожективный вопрос;
- Закрытые и открытые вопросы;
- Прямые и косвенные вопросы;
- Личные и безличные вопросы;
- Функциональные вопросы;
- Вопросы «паспортички»;
- Ошибки интервьюера;
- Организация опроса;

- Отбор респондентов;
- Требования к интервьюерам;
- Подготовка интервьюеров.

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяется 2 лекционных часа, 2 часа практических занятий, 2 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена следующая лекция и практическое занятие в форме практикума:

1. Понятие, содержание и особенности методики опроса; его виды, достоинства и недостатки.

Предусмотрена самостоятельная работа студентов в формах:

1. Подготовка к лекции.
2. Подготовка к практикуму.
3. Разработка анкет и вопросников для интервью.
4. Подготовка докладов и рефератов.
5. Решение тестовых заданий.
6. Проведение опросов населения.
7. Участие в чатах.
8. Участие в тьюториалах.

Методические указания:

Вопросы темы:

1. Понятие опросов как метода прикладного исследования.
2. Виды опросов; их особенности, достоинства и недостатки.
3. Анкета, вопросник для интервью.
4. Шкалирование ответов. Измерение свойств респондентов.
5. Виды вопросов.
6. Этапы опроса.
7. Ошибки интервьюера.
8. Требования к анкетерам и интервьюерам. Их подготовка.
9. Организация опросов.
10. Способы отбора респондентов.
11. Обработка результатов опросов.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции, необходимо прочесть УПП «Прикладная социология» (раздел «Опросы»). При этом следует уяснить, что такое опросы как метод прикладного социологического исследования? Какое место опросы занимают в ряду других социологических методов? Почему опросы целесообразно использовать в совокупности с другими методами?

Готовясь к практическому занятию, необходимо усвоить не только теорию вопроса, но и, избрав тему, обосновать, почему необходимо использовать именно метод опроса – анкетирование или интервью; какие факты, в сравнении с другими методами, позволяют получить анкетный опрос или интервью.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–4 человека, провести обсуждение, почему необходимо для разработки избранной темы использовать методы опроса.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками цели использования метода опроса.

При изучении второго вопроса:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Опросы» в УПП «Прикладная социология». Усвойте виды опросов, их особенности, достоинства и недостатки. Что такое очный и заочный опрос, что такое массовый и почтовый опрос, опрос в сотрудничестве; что такое свободное и стандартизованное интервью, клиническое и фокусированное интервью?

При подготовке к практическому занятию: Опирайтесь на материалы лекции и УПП «Прикладная социология». Обоснуйте, подберите аргументы, почему вы выбрали тот или иной вид опроса, например, «фокусированное интервью» или «анкетный опрос в сотрудничестве» и т.д., для проведения опроса по вашей теме. Обратите особое внимание на достоинства и недостатки именно этого метода, который вы избрали.

Чат. В течение 15 минут совместно со студентами вашей группы подберите аргументы в пользу конкретного вида опроса.

Тьюториал. В группах по 3–4 человека рассмотрите особенности каждого вида опроса.

При изучении третьего и последующих вопросов:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Опросы» УПП «Прикладная социология». Уясните, что такое анкета и вопросник для проведения интервью, в чем их сходство и различие; какие виды вопросов бывают и какова последовательность вопросов в анкете; как шкалируются ответы на вопросы. Уясните также этапы организации опроса; требования к анкетерам и интервьюерам; ошибки, которые могут допускать интервьюеры; способы отбора респондентов; методы анализа ответов и подготовки отчета.

При подготовке к практикуму: Опираясь на УПП «Прикладная социология», разработайте анкету и вопросник для интервью в рамках темы вашего исследования. Для этого необходимо иметь программу исследования (это было сделано на втором занятии), которой обоснованы проблема, предмет и объект исследования, единицы наблюдения, гипотезы. В анкете (вопроснике) каждый вопрос служит подтверждением или опровержением гипотезы. Ответы во всех вопросах должны быть шкалированы, поэтому надо усвоить методы шкалирования и измерения.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–5 человек, разработайте анкету (вопросник для интервью) для исследования вашей общей темы и проблемы. Определите этапы наблюдения и составьте план опроса.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками как построить выборку, как отбирать респондентов для опроса; как измерять и шкалировать ответы.

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. Анкетный опрос и интервью – это одно и то же.
2. «Опрос в сотрудничестве» – это такой метод, когда анкетер заполняет анкету со слов респондента.
3. «Стандартизованное интервью» – такой метод, когда тщательно разрабатывается вопросник и интервьюер строго следует этому вопроснику.
4. «Почтовый опрос» – это такой метод, когда анкета публикуется в газете (журнале).
5. «Вопрос-диалог» – это личный вопрос.
6. Опрос позволяет получить информацию о субъективных оценках, мотивах, переживаниях респондентов.
7. «Ошибка проекции» – это ошибка респондента.
8. «Ошибка ореола» – это ошибка интервьюера.

9. Опрос можно проводить без предварительной разработки программы исследования.
10. Количество и характер вопросов зависят от гипотез, заложенных в программу исследования.
11. «Прожективный вопрос» – это безличный вопрос.
12. «Фокусированное интервью» и метод «фокус группы» – это одно и то же.
13. «Свободное интервью» – это опрос пациентов в клинике.
14. Производительность труда измеряется при помощи интервальной шкалы.
15. В ходе интервью можно использовать диктофон.

Тесты:

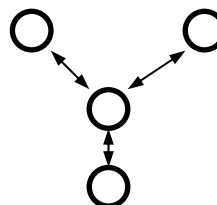
1. Анкета – это:
а) сумма ответов респондентов;
б) оценка анкетером ситуации;
в) структурно-организованный набор вопросов.
2. Респондент – это:
а) объект исследования;
б) тот, кто проводит опрос;
в) лицо, участвующее в опросе в качестве источника информации.
3. К какому виду относится вопрос: «Ваш пол? 1. Мужской; 2. Женский.»
а) промежуточный;
б) закрытый;
в) открытый.
4. Какая шкала здесь использована? «Каков доход в среднем одного члена Вашей семьи ? _____ тыс. руб.»
а) шкала наименований;
б) отношений;
в) интервальная шкала.
5. Полностью стандартизированное интервью – это:
а) свободная беседа на заданную тему;
б) интервью с помощью вопросника с закрытыми вопросами;
в) использование диктофона, видеокамеры.
6. К какому виду относится вопрос: «Если бы Вы уехали на 2-3 года за рубеж, после возвращения в Россию Вы вернулись бы на прежнее место работы? 1. Да; 2. Нет; 3. Не знаю.»
а) дихотомический;
б) прожективный;
в) открытый.
7. Индекс интегрированности – это:
а) индивидуальный индекс;
б) групповой;
в) и то и другое.

8. Выбор бывает:

- а) положительный;
- б) отрицательный;
- в) и то и другое.

9. На рисунке изображена социограмма. Какой вид отношений в группе она отражает?

- а) авторитарный;
- б) демократический;
- в) другое.



10. Социометрическая карточка – это:

- а) карточка с фамилией интервьюера;
- б) методический инструмент для сбора информации;
- в) список социометрических индексов.

11. Анкетный опрос в сотрудничестве – это:

- а) почтовый опрос;
- б) заполнение анкеты исследователем со слов респондента;
- в) заочный опрос.

12. Опрос, направленный на изучение взаимоотношений в малой группе – это:

- а) заочный опрос;
- б) социометрический опрос;
- в) стандартизированный опрос.

13. Почтовый анкетный опрос – это:

- а) очный опрос;
- б) рассылка анкет по почте;
- в) экспресс-опрос.

14. Интервью с открытыми вопросами применяют при:

- а) стандартизированном интервью;
- б) формализованном интервью;
- в) опросах экспертов.

15. Фокусированное интервью – это:

- а) направленное интервью;
- б) клиническое интервью;
- в) беседа с фокусником.

16. Искусство формулирования вопросов и построения шкал это:

- а) методология социального познания;
- б) техника социологического исследования;
- в) часть структурно-функционального метода.

При изучении темы 4 необходимо читать:

Основная литература:

1. Ковалевская Е.В. Прикладная социология. УПП ИДО МЭСИ. (Раздел 4).
2. Социология. Основы общей теории / Под ред. Г.В. Осипова. (Глава 12).
3. Беляновский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М., 1993. (Главы 3, 4, 5).
4. Павленок П.Д. Социология. (Глава 46).
5. Ядов В.А. Социологическое исследование. (Глава 4).

Дополнительная литература:

1. Бабосов Е.М. Прикладная социология. (Глава 23).
2. Ноэль Э. Массовые опросы. (Стр. 64, 102, 177, 191, 276, 286, 304–306, 338–341, 361).
3. Процесс социального исследования. (Глава 1.4).
4. Социология в вопросах и ответах. (Стр. 46–50).

Тема 5. Анализ документов в социологических исследованиях

Содержание темы:

Анализ документов – один из важных и надежных методов получения достоверной первичной социологической информации. Достоинства метода заключается в сравнительной объективности и документа и факторов, изложенных в них.

Недостаток метода в том, что документ создается не для социологов, поэтому в нем отсутствует информация, которая может интересовать социолога.

Классификация документов ведется по нескольким критериям. По способу фиксации информации документы делятся на письменные, фонетические, иконографические, на магнитных носителях и др. По форме изложения различают статистические, вербальные, идеографические и др. По общей значимости документы делятся на официальные и неофициальные. По области значимости выделяются документы общественные и личные.

Виды анализа документов – внутренний и внешний анализ. Внутренний анализ бывает традиционным и контент-анализ.

Контент-анализ – количественный анализ массовых вербальных текстов. В последнее время большинство социологов отдают ему предпочтение, когда анализируют массу газет, теле- и радиотекстов.

Контент-анализ позволяет изучать изменения в системах ценностей, установках, мотивах поведения людей, и на этом основании прогнозировать социальные изменения.

Цели изучения темы:

1. Уяснение сущности документов, видов документов; особенностей, достоинств и недостатков метода.
2. Студенты должны разобраться в различных процедурах анализа документов – внешнем и внутреннем, традиционном и контент-анализе; в каких случаях они используются.
3. Особое внимание следует обратить на технику контент-анализа.

Задачи изучения темы:

1. Получение студентами теоретических знаний.
2. Получение практических навыков традиционного и формализованного анализа документов.
3. Формирование умений работать с документами, осуществлять контент-анализ.

Успешно изучив данную тему, студент:

Знает:

1. Что такое документ. Виды документов.
2. Особенности, достоинства и недостатки метода анализа документов.
3. Особенности внешнего и внутреннего анализа документов.
4. Особенности традиционного анализа документов.
5. Возможности, достоинства и недостатки контент-анализа.
6. Что такое категории и единицы анализа, единицы счета в контент-анализе.

Умеет:

1. Анализировать возможности, особенности, достоинства и недостатки различных процедур анализа документов.
2. Классифицировать документы.
3. Вести внешний анализ документа.
4. Осуществлять внутренний анализ документа.
5. Выделять категории, единицы анализа и единицы счета для контент-анализа массовых вербальных текстов.
6. Готовить операторов для контент-анализа.
7. Осуществлять отбор документов.

Приобретает навыки:

1. Ставить цели анализа документов.
2. Разрабатывать программу анализа документов.
3. Делать выводы на основании анализа документов.
4. Осуществлять контент-анализ вербальных текстов.
5. Обрабатывать итоги анализа, писать отчет.

Изучив тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- документ;
- документы на магнитных носителях;
- письменный документ;
- иконографические документы;
- фонетические документы;
- статистические документы;
- вербальные документы;
- идеографические документы;
- первичные и вторичные документы;
- официальные и неофициальные документы;
- личные и общественные документы;
- коммуникатор;
- внешний анализ документов;
- внутренний анализ документов;
- традиционный анализ документа;
- контент-анализ;
- массовые тексты;
- категория анализа;
- операционализация понятий;
- единица анализа;

- объективность и систематичность единиц анализа;
- источник коммуникации;
- классификация единиц анализа;
- единица счета;
- коэффициент надежности.

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяется 2 лекционных часа, 2 часа практических занятий, 2 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена следующая лекция и практическое занятие в форме практикума: понятие, содержание и особенности методики анализа документов; виды документов, их особенности, достоинства и недостатки.

Предусмотрена самостоятельная работа студента в формах:

1. Подготовка к лекции.
2. Подготовка к практическому занятию.
3. Разработка бланков для контент-анализа, газет и других массовых вербальных текстов.
4. Подготовка докладов и рефератов.
5. Решение тестовых заданий.
6. Анализ реальных массовых вербальных текстов.
7. Участие в чатах.
8. Участие в тьюториалах.

Методические указания:

Вопросы темы:

1. Понятие метода анализа документов как метода прикладного исследования.
2. Виды документов, их особенности, достоинства и недостатки.
3. Внешний и внутренний анализ документов.
4. Традиционный анализ документов и контент-анализ документов.
5. Методика контент-анализа документов.
6. Выделение категорий анализа, единиц анализа; операционализация понятий, объективность и систематичность единиц анализа.
7. Источник коммуникации; коэффициент надежности.
8. Подготовка операторов для контент-анализа массовых вербальных текстов.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции, необходимо прочесть УПП «Прикладная социология» (раздел «Анализ документов»). При этом следует уяснить, что такое анализ документов как метод прикладного социологического исследования? Какое место анализ документов занимает в ряду других социологических методов? Почему анализ документов следует использовать в совокупности другими методами прикладного социологического исследования?

Готовясь к практическому занятию, необходимо усвоить не только теорию вопроса, но и, избрав тему, обосновать, почему необходимо использовать именно метод анализа документов (внешний, традиционный или контент-анализ); какие факты в сравнении с другими методами позволят получить метод анализа документов, в частности контент-анализ.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–4 человека, провести обсуждения, почему необходимо для разработки избранной темы использовать метод анализа документов или более точно, почему необходимо использовать контент-анализ.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками цели использования метода анализа документов, достоинства и недостатки.

При изучении второго вопроса:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Анализ документов» в УПП «Прикладная социология». Усвойте виды документов, достоинства и недостатки. Что такое внешний и внутренний анализ документов, что такое традиционный и контент-анализ, какова техника проведения внешнего и внутреннего анализа; каковы особенности контент-анализа.

При подготовке к практическому занятию: Опирайтесь на материалы лекции и УПП «Прикладная социология». Обоснуйте, подберите аргументы, почему вы выбрали традиционный вид анализа документа или контент-анализа, для проведения прикладного исследования по вашей теме. Обратите особое внимание на достоинства и недостатки традиционного анализа и контент-анализа в зависимости от того, что вы избрали.

Чат. В течение 15 минут совместно со студентами вашей группы подберите аргументы в пользу традиционного анализа документов или контент-анализа.

Тьюториал. В группах по 3–4 человека рассмотреть особенности традиционного анализа документов и контент-анализа.

При изучения третьего и последующих вопросов:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Анализ документов» в УПП «Прикладная социология». Уясните, что такое документ, и что такое бланк протокола анализа документов внешнего и внутреннего, в особенности контент-анализа; в чем сходства и различия документа и протокола, в котором будет отражаться содержание документа; произведите классификацию документов, объясните что такое документы на магнитных носителях; письменные документы, иконографические документы; фонетические документы; статистические документы; вербальные документы; идеографические документы; первичные и вторичные документы; официальные и неофициальные документы; личные и общественные документы; что такое коммуникатор. Опишите достоинства и недостатки, а также особенности каждого из этих видов документов, и объясните, какие виды анализа требуются для анализа того или иного вида документов, например, идеографические или иконографические документы требуют другого подхода, нежели документы статистические, точно также вербальные документы надо анализировать иначе, чем статистические цифровые документы.

При подготовке к практическому занятию: Опирайтесь на материалы лекции и УПП «Прикладная социология». Обоснуйте, подберите аргументы, почему вы выбрали тот или иной вид документов, например, иконографические документы или статистические документы и т.д., для получения информации по вашей теме. Обратите особое внимание на особенности, достоинства и недостатки именно этого вида документов, которые вы избрали. Если необходимо для раскрытия вашей темы исследования выбрать несколько видов документов, например, иконографические, статистические, вербальные, личные и др. документы, обоснуйте, почему вы считаете необходимым использовать комплекс этих документов.

Чат. В течение 15 минут совместно со студентами вашей группы подберите аргументы в пользу выбора конкретного вида документов.

Тьюториал. В группах по 3–4 человека рассмотрите особенности каждого вида документов, их достоинства и недостатки; какую информацию дает каждый вид документов.

При изучении третьего и последующих вопросов:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Анализ документов» УПП «Прикладная социология». Уясните, что такое внешний и внутренний анализ документа, в чем их сходства и различия; раскройте содержание внешнего анализа (анализ фактов приводимых в документе, достоверность документа, сведения об авторе и т.д.), какую информацию мы можем получить, используя внешний анализ документов, в чем необходимость внешнего анализа документов; что нам дает внутренний анализ документа; какую информацию мы черпаем в результате внутреннего анализа документов. Раскройте особенности традиционного анализа документов, какую информацию мы получаем в результате традиционного анализа, в каком случае используется традиционный анализ документов, можно ли применять количественные методы при традиционном анализе документов. Рассмотрите контент-анализ массовых вербальных текстов; в каком случае применяется контент-анализ, что дает контент-анализ, какие задачи решаются в ходе контент-анализа (диагноз, прогноз, оптимизация процессов). Требования к операторам, которые будут проводить контент-анализ. Что такое протокол контент-анализа, что такое категория анализа, что такое единица анализа, что такое единица счета; виды единиц счета. Классификация единиц анализа, объективность и систематичность единиц анализа; источник коммуникации; коэффициент надежности.

При подготовке к практикуму: Опираясь на УПП «Прикладная социология», разработайте бланк контент-анализа и протокол внешнего и традиционного внутреннего анализа, каких-либо документов (можно взять газету, контракт, приказ по институту, инструкцию, рекламный проспект и др.). Для этого необходимо иметь программу исследования, которую студенты разработали на втором занятии, и в которой обоснована проблема, объект, предмет исследования, единица наблюдения, гипотеза. В протоколе внешнего и внутреннего анализа документов, а также в бланке контент-анализа формулируются вопросы, категории, единицы анализа, которые служат подтверждением или опровержением сформулированных вами гипотез.

Ответы во всех вопросах и пунктах протокола внешнего и внутреннего традиционного анализа документа и в бланке контент-анализа должны быть шкалированы, т. е. запускать количественное выражение тех свойств, которые мы изучаем; поэтому надо усвоить методы шкалирования и измерения, а также условия применения этих шкал и видов измерения.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3-5 человек разработайте протокол внешнего и внутреннего традиционного анализа, какого-либо документа, а также бланк контент-анализа для исследования массовых вербальных текстов (например, газеты) при этом речь идет о разработке протокола и бланка контент-анализа в рамках избранной студентами темы. Определите этапы анализа документов и составьте план внешнего внутреннего традиционного анализа документов и контент-анализа.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками как построить выборку массовых вербальных текстов, для того чтобы провести контент-анализ, как отбирать, например, газеты или др. экземпляры массовых текстов для анализа; обсудите проблемы измерения и шкалирования информации, которую вы будете фиксировать в протоколе или бланке контент-анализа.

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. В социологии в качестве документа можно использовать любой материальный объект (автомашину, одежду, косметику и т.д.)?
2. Документ на магнитных носителях есть вербальный документ.

3. Вербальный документ – это письменный документ.
4. Иконографические документы – это чертежи, схемы и графики, статистические таблицы.
5. Статистические документы – это вербальные документы.
6. Первичные документы могут быть первичными и вербальными.
7. Иконографические документы могут быть первичными и вторичными.
8. Статья в газете – это официальный документ.
9. Личное письмо может быть официальным документом.
10. Коммуникатор – это человек, который читает газету.
11. Внешний анализ – это контент-анализ.
12. Коммуникатор – это создатель документа.
13. Единица счета и категория анализа – это одно и то же.
14. Единица анализа и единица счета – это одно и то же.
15. Контент-анализ можно применять к единичному вербальному документу, например, письму.

Тесты:

1. Приведите в соответствие виды документов:
иконографические – письма, автобиография;
статистические – решения органов управления;
вербальные – цифровые данные;
официальные – тексты;
личные – картины, рисунки.
2. Статья в газете – это:
а) личный документ;
б) официальный документ;
в) общественный документ.
3. Приведите в соответствие:
Автор документа – признаки, свойства документа, которые отражают изучаемое явление;
Предмет анализа документов – лицо, создавшее документ;
Единицы контент – анализа – смысловые единицы, обозначающие эмпирические признаки текстовой информации;
Категории анализа – простые и сложные высказывания, в которых заключены идеи, интересующие социолога;
4. Единица анализа – это:
а) слова, высказывание, тема, концепция;
б) текст;
в) автор документов, статей;
г) газета, журнал.
5. Единица счета – это:
а) количество печатных знаков, абзацев, площадь документа, время радио- и телепередач;
б) эмоциональная насыщенность высказывания;
в) смысловые единицы.

6. Вычеркните лишнее: «Бланк (протокол) анализа документов» – это:
- а) программа анализа документов;
 - б) сумма гипотез;
 - в) позиция социолога;
 - г) методический документ, фиксирующий результаты сбора документальной информации в содержательной или закодированной форме.
7. «Методологический документ, используемый для регистрации отдельных единиц и категорий анализа» – это:
- а) регистрационная карточка;
 - б) программа исследования;
 - в) классификация контент-анализа.
8. «Традиционный анализ документа» – это:
- а) нестандартизованный анализ на основе общего восприятия и интуитивного поиска информации;
 - б) формализованный анализ со специальными процедурами.
9. «Документ» – это:
- а) любой материальный предмет;
 - б) материальный предмет, специально созданный для хранения и передачи информации;
 - в) любое высказывание в устной или письменной форме.
10. «Установление подлинности документа» – это:
- а) элемент внешнего анализа;
 - б) элемент внутреннего анализа;
 - в) элемент контент-анализа.
11. Контент-анализ является частью:
- а) внешнего анализа документа;
 - б) внутреннего анализа документа;
 - в) статистического анализа.
12. Вычеркните лишнее: «По общей значимости документы бывают»:
- а) официальные;
 - б) неофициальные;
 - в) идеографические.
13. Социология массовой коммуникации – это:
- а) часть социологии;
 - б) теория среднего уровня;
 - в) самостоятельная наука.
14. К документам в социологии относят:
- а) предмет, созданный специально для хранения и передачи информации;
 - б) любой предмет, позволяющий делать социальные выводы;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.

15. Вычеркните лишнее: «По форме изложения документы бывают»:

- а) фонетические;
- б) статистические;
- в) вербальные.

16. Единица частоты – это:

- а) количественная мера в контент-анализе;
- б) единица счета;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое неверно.

При изучении темы 5 необходимо читать:

Основная литература:

1. Прикладная социология. УПП ИДО МЭСИ (Раздел 5).
2. Социология: основы общей теории. / Под ред. Г.В. Осипова. (Главы 12, 13).
3. Бабосов Е.М. Прикладная социология. (Глава 19).
4. Павленок П.Д. Социология (глава 47).
5. Процесс социального исследования (раздел 1.4.7. Анализ документов).
6. Ядов В.А. Социологические исследования. Методология, программа, методы (глава, § 2 документальные источники).

Дополнительная литература:

1. Белоновский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. (Глава 6).
2. Социология. Курс лекций. (Стр. 21, 22)
3. Краткий словарь по социологии (стр. 66–122).

Тема 6. Эксперимент в социологическом исследовании

Содержание темы:

Эксперимент – это общий научный метод получения в контролируемых и управляемых условиях новых знаний, прежде всего о причинно-следственных отношениях между явлениями и процессами, применяемый в социологии с учетом специфики ее объектов и методов, – в этом случае можно говорить о социологическом эксперименте. Эксперимент применяется также в социальном управлении при поиске новых практических средств достижения поставленных целей, что позволяет говорить о социально-управленческом или социальном эксперименте. Как научный метод эксперимент имеет свою логику, которая была разработана в 19 веке Джоном Стюартом Миллем и предписывает двойное правило различия согласия: если в эксперименте за группой событий А, Б и В следует событие а, но за Б, В не следует а, то А есть причина а. Первые из двух групп событий рассматриваются как экспериментальные, вторая – как контрольная; единственно отличающее их событие называется независимой переменной, которая в ходе эксперимента может подвергаться различным изменениям. Этот классический план проведения эксперимента в последствии был дополнен факторным планом эксперимента, предполагающим несколько независимых переменных; соответственно, двойное правило Милля было оснащено процедурами статистического анализа (дисперсионного, факторного и др.). Если в ходе эксперимента решается вопрос о единственности одной из двух и более гипотез, то говорят о решающем эксперименте. Различают натурный (полевой, лабораторный) и

мысленный (модельный) эксперимент. Использование натуральных экспериментов в социологии ограничено природой социальных объектов исследования, состоящих из людей и требующих от исследователей неукоснительного соблюдения моральной нормы «не повреди» объекту. Поэтому большинство натуральных социологических экспериментов проводится на малых группах и обычно имеют много общего с социально-психологическими экспериментами. Мысленные социологические эксперименты распространены гораздо шире, по существу они присутствуют в каждом крупном социологическом исследовании, где используются методы статистического анализа, и являются основными при моделировании социальных процессов на компьютерах. Наиболее эффективным при этом является человека – машина системы моделирования, в котором одна часть параметров объектов формализована, а другая остается не формализованной и представлена в виде концепций, сценариев, ценностных ориентаций человека, взаимодействующего с формальной частью в диалоговом режиме. Модельные эксперименты позволяют более точно определить стратегию натурального социального эксперимента, но не могут заменить его. Наличие отмеченной выше моральной нормы не означает запрета на социальный эксперимент, напротив, усложнение социальной сферы и потребность ускорения ее развития обуславливают расширение области эксперимента, возрастания их числа и роли в научном управлении обществом. Большое распространение получают локальные социальные эксперименты – в масштабах трудовых коллективов и территориальных общностей. Поскольку для выявления эффективности каждого такого эксперимента требуется не один год, то наиболее целесообразна стратегия одновременного проведения ряда социальных экспериментов, в ходе которых проверяются все основные варианты решения одной и той же социальной проблемы, – стратегия синхронного многовариантного социального эксперимента. Но и в этом случае социальный эксперимент может не получить решающего характера, поскольку будет искажаться воздействиями со стороны более широкой системы. Безусловно, решающим является лишь социентальный (в масштабах всего общества) эксперимент. Классифицировать эксперименты можно по различным основаниям: 1) по объекту эксперимента (экономический, правовой, хозяйственный и др. эксперименты: научный, практический); 2) по масштабам (в масштабах страны, региональный, бригадный и др.); 3) по длительности (длительный, циклический, краткий); 4) по месту проведения (полевые, лабораторные, естественные); 5) по методам проведения (параллельные и последовательные).

Цели изучения темы:

1. Уяснения сущности эксперимента как метода прикладного исследования, усвоения видов экспериментов, их возможностей, достоинств и недостатков. Отличие метода экспериментов от других методов прикладного социологического исследования.
2. Студенты должны разобраться в различных видах экспериментов, уяснить, в каких ситуациях лучше использовать, например, параллельные и последовательные эксперименты.
3. Усвоить требования к эксперименту и экспериментаторам.

Задачи изучения темы:

1. Получение студентами теоретических знаний.
2. Получение практических навыков организации эксперимента.
3. Получение практических навыков разработки протокола экспериментов.
4. Формирование умений проводить, организовывать эксперименты, обобщать результаты и излагать отчеты.

Успешно изучив данную тему, студент:

Знает:

1. Что такое эксперимент как метод социологического исследования.
2. Какие виды экспериментов бывают.
3. Достоинства и недостатки в целом методов экспериментов и каждого в отдельности вида эксперимента.
4. Требования к организации и проведению эксперимента.
5. Требования к организаторам эксперимента, к экспериментаторам.
6. Как готовить эксперимент и экспериментаторов.
7. Как готовить трудовой коллектив к эксперименту.
8. Какие ошибки возможны при эксперименте.

Умеет:

1. Анализировать возможности, достоинства и недостатки различных видов экспериментов.
2. Организовывать эксперимент, ставить задачи, выделять наблюдаемые экспериментальные признаки и др.
3. Фиксировать результаты эксперимента, до эксперимента и после эксперимента в контрольной и экспериментальной группе.
4. Готовить экспериментаторов, т.е. людей которые будут руководить экспериментом.
5. Контролировать ход эксперимента и вносить правки.
6. Уметь предотвращать возможные ошибки в ходе эксперимента.

Приобретают навыки:

1. Подбирать именно тот вид эксперимента, который наиболее подходит для решения конкретной задачи.
2. Разрабатывать план, протокол наблюдения за ходом эксперимента и его результатов.
3. Выбирать объект эксперимента и отбирать лиц для эксперимента.
4. Обрабатывать итоги эксперимента и писать отчеты.

Изучив тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- эксперимент как метод социологического исследования;
- особенности программы социологического эксперимента;
- зависимые переменные;
- независимые переменные;
- факторы;
- результативные признаки;
- взаимосвязь многих факторов;
- последовательный эксперимент;
- параллельный эксперимент;
- объект эксперимента
- правовой эксперимент;
- хозяйственный эксперимент;
- экономический эксперимент;
- научный эксперимент;
- практический эксперимент;
- масштаб эксперимента;

- эксперимент в масштабах страны;
- эксперимент региональный;
- эксперимент цеховой;
- эксперимент бригадный;
- эксперимент параллельный;
- эксперимент последовательный;
- длительность эксперимента;
- длительный эксперимент;
- циклический эксперимент;
- краткий эксперимент;
- полевые эксперименты;
- лабораторные эксперименты;
- естественные эксперименты;
- экспериментальная группа;
- контрольная группа;
- экспериментальный признак;
- особенности эксперимента;
- достоинства эксперимента;
- недостатки эксперимента;
- виды переменных;
- логические зависимости между факторами социального объекта в эксперименте;
- логические схемы эксперимента;
- метод различия;
- метод сходства;
- метод сопутствовавших изменений;
- метод остатков;
- соединенный метод;
- типичные ошибки и трудности проведения эксперимента.

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяются два лекционных часа, 2 часа практических занятий, 2 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена следующая лекция и практическое занятие в форме практикума:

1. понятие, содержание и особенности метода эксперимента;
2. виды экспериментов, достоинства и недостатки метода.

Предусмотрена самостоятельная работа студентов в формах:

1. подготовка к лекции;
2. подготовка к практикуму;
3. разработка планов и протоколов для проведения экспериментов;
4. подготовка докладов и рефератов;
5. решение тестовых заданий;
6. проведение экспериментов в группе;
7. участие в чатах;
8. участие в тьюториалах.

Методические указания:

Вопросы темы:

1. Понятие эксперимента как метода прикладного исследования.
2. Виды экспериментов, их особенности. Достоинства и недостатки.
3. Виды экспериментов и планирование эксперимента (полевого, лабораторного, параллельного, последовательного).
4. Разработка протокола. Наблюдения за ходом и результатами эксперимента.
5. Шкалирование свойств экспериментальных и конечных результатов. Виды измерения, поведение респондентов или изменение их ценностных ориентаций.
6. Виды экспериментальных свойств.
7. Этапы эксперимента.
8. Ошибки эксперимента.
9. Требования к организаторам эксперимента и наблюдателям за ходом и результатами эксперимента.
10. Организация эксперимента.
11. Способы формирования экспериментальных и контрольных трудовых коллективов.
12. Обработка результатов эксперимента.
13. Применение методов логики для обработки и анализа результатов эксперимента.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции, необходимо прочитать УПП «Прикладная социология» (раздел «Эксперимент»). При этом следует уяснить, что такое эксперимент как метод прикладного социологического исследования, какое место эксперименты занимают в ряду других социологических методов, почему эксперименты целесообразно использовать в совокупности с другими методами (наблюдение, изучение документов и др.).

Готовясь к практическому занятию, необходимо усвоить не только теорию вопроса, но и, избрав тему, обосновать, почему необходимо использовать именно этот метод эксперимента (параллельный, последовательный, лабораторный или естественный, полевой и др.); какие факты в сравнении с другими методами, позволит получить тот или иной вид эксперимента.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3-4 человека, провести обсуждение, почему необходимо для разработки избранной темы использовать метод эксперимента, почему необходимо избрать именно этот конкретный вид эксперимента.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками цели использования метода эксперимента.

При изучении второго вопроса:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Эксперимент» в УПП «Прикладная социология». Усвоить виды экспериментов, их особенности, достоинства и недостатки. Что такое параллельные и последовательные эксперименты, что такое лабораторные и полевой эксперименты, что такое естественный эксперимент, в чем их достоинства и недостатки. Каковы особенности экономических экспериментов, эксперименты в области политики и права, в чем особенности хозяйственных экспериментов и др., в чем особенности научных и практических экспериментов, региональных и местных, длительных, циклических и кратких.

При подготовке к практическому занятию: Опирайтесь на материалы лекции и УПП «Прикладная социология». Обоснуйте, подберите аргументы. Почему вы выбрали тот или иной вид эксперимента (лабораторный, параллельный эксперимент и т.д.) для проведения эксперимента по вашей теме. Обратите особое внимание на достоинства и недостатки именно этого метода, который вы избрали.

Чат. В течение 15 минут совместно со студентами вашей группы подберите аргументы в пользу конкретного вида эксперимента, охарактеризуйте его особенности, достоинства и недостатки, какую информацию вы получите в ходе именно этого эксперимента.

Тьюториал. В группах по 3–4 человека рассмотрите особенности каждого вида эксперимента.

При изучении третьего и последующих вопросов:

При подготовке к лекции: Прочтите раздел «Эксперимент» в УПП «Прикладная социология». Уясните, что такое план эксперимента и протокол для проведения эксперимента, в чем их сходства и различия; какие виды признаков трудового коллектива можно выносить как экспериментальные признаки и какие условия можно рассматривать как экспериментальные условия; какие признаки мы выделяем и как их измерять и шкалировать; какие признаки вводятся в план эксперимента, какие признаки вводятся в протокол наблюдения за ходом и результатами эксперимента. Усвойте также этапы проведения эксперимента; требования к организаторам и наблюдателям за ходом и результатами эксперимента; укажите ошибки, которые могут допускать организаторы и наблюдатели за ходом и результатом эксперимента; способы отбора трудовых коллективов и работников, которые будут включены в эксперимент; методы анализа протоколов наблюдения за ходом и результатом экспериментов, обработка данных и подготовка отчета.

При подготовке к практикуму: Опираясь на УПП «Прикладная социология» разработайте план проведения эксперимента и протоколов для проведения эксперимента, для наблюдения за ходом и результатами эксперимента в рамках темы вашего исследования. Для этого необходимо иметь программу исследования, в которой обоснованы проблема, предмет и объект исследования, единица наблюдения и гипотезы. В плане эксперимента и в протоколе за наблюдением эксперимента каждый вопрос, каждая позиция служат подтверждением или опровержением гипотезы. Экспериментальные признаки и факторы, условия, которые влияют на экспериментальные признаки должны быть шкалированы и измерены, поэтому надо усвоить методы шкалирования и измерения.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–5 человек разработайте план эксперимента и протокол для наблюдения за ходом и результатами эксперимента для исследования вашей общей темы и проблемы. Определите этапы эксперимента и составьте план его проведения.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками как определить объект эксперимента, как отобрать людей для эксперимента, как измерять и шкалировать экспериментальные признаки и условия, факторы, которые влияют на эти экспериментальные признаки.

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. По масштабам эксперименты делятся на экономические и правовые.
2. По объекту эксперименту эксперименты делятся на длительные, циклические и краткие.
3. По длительности экспериментов эксперименты бывают параллельные и последовательные.

4. В последовательном эксперименте надо выбирать экспериментальную и контрольную группу.
5. Естественный эксперимент это тот эксперимент, который ...
6. Полевой эксперимент – это эксперимент, который проводится в поле над фермерами.
7. Параллельный эксперимент требует наличия контрольной и экспериментальной группы.
8. Экспериментальный фактор нарушает естественные связи внутри объекта и со средой, выводит его из нормального состояния.
9. Информация, полученная в ходе эксперимента, зависит не только от экспериментального, но и от других факторов.
10. Производимость эксперимента это его недостаток.
11. В естественном эксперименте экспериментальные условия и факторы определяют социологи.
12. Если в ходе эксперимента возникли конфликты среди участников по поводу участия в эксперименте, то это и есть результат эксперимента.
13. Сформулированные гипотезы не отражают проблемных ситуаций, существенных зависимостей в изучаемом объекте – это и есть ошибка эксперимента.
14. Является ли нижеприведенный метод методом сходства:
 - 1) А, В, С вызывает D;
 - 2) М, В вызывает D;
 - 3) М,В,С вызывает D;
 - 4) Видимо, В является причиной D.
15. Зависимые и независимые переменные должны быть измерены и контролируемы.

Тесты

1. Группа, на которую воздействуют экспериментальным фактором – это:
 - а) контрольная группа;
 - б) экспериментальная группа;
 - в) объект эксперимента.
2. Переменная, находящаяся под влиянием экспериментального фактора – это:
 - а) экспериментальная переменная;
 - б) фактор, влияющий на результат эксперимента;
 - в) фактор, изменяемый экспериментатором.
3. Сравнение состояния изучаемой группы до и после введения независимой переменной – это:
 - а) параллельный эксперимент;
 - б) последовательный эксперимент;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.
4. В уравнении $y = a + bx$ независимой переменной является:
 - а) а;
 - б) b;
 - в) у;
 - г) х.

5. Какой метод здесь приведен:
- 1). ABCDEM вызывает а;
 - 2). ABC₁ вызывает а;
 - 3). ABC₁ вызывает а; MB вызывает а; MBC вызывает а; следовательно, В является причиной а.
- а) сходства;
б) различия;
в) остатков.
6. Выделение видов эксперимента: «длительный», «циклический» и «краткий» осуществляется на основе критерия:
- а) масштаб;
 - б) объект эксперимента;
 - в) длительность эксперимента.
7. Группа, в которой проводится эксперимент, является:
- а) экспериментальной;
 - б) контрольной;
 - в) параллельной.
8. Какой метод использован для вывода?
- 1) ABCDEM вызывает а;
 - 2) ABCDE не вызывает а;
- Видимо М – причина а.
Здесь использован метод:
- а) метод сходства;
 - б) метод различия;
 - в) метод остатков.
9. Вычеркните лишнее: «Социальные эксперименты бывают»:
- а) параллельные;
 - б) последовательные;
 - в) лабораторные.
10. «Отсутствие А. вызывает отсутствие Б, но А существует и тогда, когда отсутствует Б» – это есть:
- а) А – необходимое и достаточное условие существования Б;
 - б) А – необходимое, но не достаточное условие существования Б;
 - в) А – достаточное, но не необходимое условие существования Б.
11. Независимые переменные:
- а) изменяются исследователем;
 - б) изменяются под воздействием зависимых переменных;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.
12. Какой метод использован для вывода?
- 1) ABC₁ вызывает d₁;

2) ABC_2 вызывает d_2 ;

3) ABC_3 вызывает d_3 ;

Видимо, С – причина d.

Здесь использован метод:

а) метод различия;

б) метод сопутствующих изменений;

в) метод сходства.

13. Контрольная группа необходима в:

а) параллельном эксперименте;

б) последовательном эксперименте;

в) то и другое верно;

г) то и другое не верно.

14. Полевой эксперимент – это:

а) эксперимент в поле с фермерами;

б) эксперимент вне лаборатории;

в) естественный эксперимент.

15. При помощи метода эксперимента изучаются:

а) явные события;

б) латентные события;

в) то и другое верно;

г) то и другое не верно.

При изучении темы 6 необходимо читать:

Основная литература:

1. Прикладная социология. УПП ИДО МЭСИ. (Раздел 6).

2. Социология: основы общей теории. / Под ред. Г.В. Осипова (Стр. 415).

3. Бабосов Е.М. Прикладная социология (Глава 22).

4. Павленок П.Д. Социология. Учебник. (Глава 48).

5. Процесс социального исследования. (Стр. 433–500).

6. Социология. Курс лекций. (стр. 21).

Тема 7. Метод фокус-групп

Содержание темы:

Методом фокус-групп называют не формализованное интервью, проводимое не с индивидуальным респондентом, а с группой. Элементы интервью, т. е. трансакции «интервьюер – респондент», считаются в этом методе с элементами групповой дискуссии, т. е. трансакциями «респондент – респондент». Целью фокус-групп, в отличие от других видов групповых дискуссий, является получение информации о мнениях и реакциях их участников. Достижение иных целей, таких как поиск наилучшего решения, погашения конфликтов, обучения, или достижения психотерапевтического эффекта при проведении фокус-групп не преследуется. Термин фокус – группы является сокращением от термина фокусированное групповое интервью, предложенного Робертом Мертоном. Методика фо-

кус-групп при своем возникновении и развитии опиралась на две исследовательские традиции, одной из которых было индивидуальное интервьюирование, другой – исследование групповой динамики и некоторые психологические методы, основанные на организации групповой дискуссии. Групповое неформализованное интервью как метод социологического опроса применялось западными социологами на протяжении всех послевоенных десятилетий начиная с 50-ых годов, однако в 80-е годы (XX столетия) интерес к фокус-группам заметно возрос, что связано с общим ростом интереса к качественным методам, а отчасти с успешным применением групповых интервью в сфере прикладных исследований, в первую очередь в маркетинговых и политологических. Преимущество фокус-групп:

1) фокус – группы считаются более дешевым методом по сравнению с проведением эквивалентного числа индивидуальных интервью. Кроме того, их использование сокращает затраты времени, что очень важно для прикладных исследований. Совокупный объем текстовых расшифровок (стенограмм) фокус – групп обычно существенно меньше, чем индивидуальных интервью;

2) отличительной особенностью фокус-групп является наличие в них не только транзакций «интервьюер – респондент», но и транзакций «респондент – респондент». Это создает много методических и организационных проблем, но в тоже время является источником информации, который в индивидуальном интервью часто не может быть получен. Ценность для исследователя транзакций «респондент – респондент» связано со следующими факторами. Во-первых, высказывания респондентов могут служить эффективными стимулами для других. Эти стимулы часто бывают неожиданными для исследователя, поэтому их невозможно составить заранее и включить в план индивидуальных интервью. Во-вторых, групповая дискуссия способствует активизации ассоциативных связей с сознанием ее участников. В-третьих, в групповых дискуссиях часто удается добиться высокой степени раскрепощения и спонтанности ответов (однако возможна и прямо противоположная ситуация, поэтому названный эффект не является гарантированным). В четвертых, высокий темп обсуждения создает, конечно, трудности вербализации мыслей у респондентов, вызывая потери значимой информации, но в тоже время он способствует мобилизации их языковых средств, делает итоговые материалы более концентрированными. В-пятых, групповая дискуссия часто создает предпосылки для повышения рефлексии респондентов.

Недостатки фокус-групп:

1. Очень высокие квалификационные требования к ведущему и недостаточная проработанность теоретических и методических проблем связанных с проведением фокус-групп. Высокие квалификационные требования к ведущему не являются, конечно, принципиальным ограничением в тех случаях, когда методика фокус-групп хорошо отработана и приспособлена к какой-то частной проблеме.

2. Метод фокус-групп не позволяет раскрывать темы с той глубиной, которая обеспечивает индивидуальное интервью, такова неизбежная плата за сравнительную дешевизну и экономию времени, этот недостаток можно трактовать как ограничение, которое не позволяет использовать данный метод для изучения тех проблем, которые требуют высокой детализации и углубления. Фокус-группы являются весьма эффективным инструментом для изучения реакций, установок, мотивов, мнений, могущие быть выражены в компактной форме, но не сложных тем, требующих для своего раскрытия продолжительных и развернутых высказываний.

Цели изучения темы:

1. Уяснения сущности метода фокус-групп, особенностей, возможностей, достоинств и недостатков этого метода, отличия фокус-групп от фокусированного или простого интервью.
2. Студенты должны разобраться в различных видах вопросов, которые ставятся на обсуждение в фокус-группе, и уяснить, в каких ситуациях можно использовать метод фокус-групп.
3. Условия требования к подбору респондентов, требования к ведущему.
4. Научится проектировать и проводить фокус-группы.

Задачи изучения темы:

1. Получение студентами теоретических знаний о сущности и особенностях метода фокус-групп.
2. Получение практических навыков подготовки и проведения фокус-групп.
3. Получение практических навыков разработки исследовательских документов (вопросников и др.) для проведения фокус-групп.
4. Формирование умений проводить фокус-группы.

Успешно изучив данную тему, студент:

Знает:

1. Что такое метод фокус-групп, в каких случаях этот метод применяется?
2. Достоинства и недостатки, возможности метода фокус-групп.
3. Особенности фокусированного интервью и отличия фокусированного интервью от метода фокус-групп.
4. Требования к подбору респондентов.
5. Требования к ведущему фокус-группы.
6. Требования к организаторам и наблюдателям за членами фокус-группы.
7. Какие ошибки могут быть решены при проведении фокус-групп.

Умеет:

1. Анализировать возможности, достоинства и недостатки метода фокус-групп.
2. Разрабатывать вопросники для проведения фокус-групп.
3. Разрабатывать протокол наблюдения за поведением респондентов во время фокус-группы.
4. Организовывать фокус-группу.
5. Готовить организаторов и наблюдателей.
6. Контролировать работу респондентов, ведущего, организатора и наблюдателей за поведением респондентов во время проведения фокус-группы.

Приобретает навыки:

1. Анализировать возможности применения фокус-групп для изучения данной темы.
2. Формулировать вопросы для обсуждения данной темы на фокус-группе.
3. Шкалировать вопросы и ответы.
4. Уметь использовать технику (кинокамеры, видеокамеры, диктофоны и др. для записи высказываний респондентов во время фокус-группы).
5. Формировать выборку и подбирать лиц для участия в фокус-группе.
6. Обрабатывать итоги фокус-группы; писать отчеты.

Изучив тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- фокус-группа;
- индивидуальное интервьюирование;
- Фокусированное интервью;
- исследование групповой динамики;
- психологические методы, основанные на организации групповых дискуссий;
- преимущества фокус-групп;
- недостатки фокус-групп;
- транзакция «респондент – респондент»;
- транзакция «респондент – ведущий»;
- транзакция «интервьюер – респондент»;
- спонтанность ответов;
- вербализация мыслей у респондентов;
- рефлексия респондентов;
- модератор или ведущий;
- реакции;
- установки;
- мотивы;
- мнения респондентов;
- протокол обсуждения;
- вопросник;
- групповое взаимодействие;
- групповая динамика;
- динамические процессы;
- групповая нормализация;
- групповая полерезация;
- групповое решение;
- методика Дельфи;
- когнитивный характер мнений;
- нормативный характер мнений;
- когнитивная динамика мнений;
- нормативная динамика мнений;
- маркетинговые исследования;
- нейтрализация жесткой формы нормативного давления;
- аффективные стороны личности участника дискуссии;
- искажения в мнениях респондентов;
- блокирующее обсуждение конфликтов;
- недостающие типы суждений;
- стохастический генератор, типа логических случаев;
- определение числа групп;
- учетная единица;
- организационная единица;
- аналитическая единица;
- законченное суждение;
- продолжительность дискуссии;

- количественные критерии продолжительности дискуссии;
- стандартная и физиологическая длительность групповой дискуссии;
- определение числа дискуссии;
- уравнивание числа участников;
- подбор участников дискуссии;
- гомогенность группы;
- статус участников дискуссии;
- другие характеристики;
- функции ведущего или модератора;
- погашение конфликтов;
- поддержание равномерности участия всех членов группы;
- возврат дискуссии в русло обсуждаемых проблем;
- запуск дискуссии в случае ее затухания;
- вопросник для дискуссии;
- план дискуссии;
- протокол дискуссии;
- использование техники в процессе дискуссии;

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяется 2 лекционных часа, 2 часа практических занятий и 2 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена следующая лекция и практическое занятие в форме практикума:

1. Понятие, содержание, возможности, особенности метода фокус-группы; виды фокус-групп, достоинства и недостатки.

Предусмотрена самостоятельная работа студентов в формах:

1. подготовка к лекции;
2. подготовка к практикуму;
3. разработка плана проведения фокус-группы, вопросников для организации дискуссии и протокола дискуссии;
4. подготовка докладов и рефератов;
5. решение тестовых заданий;
6. проведение практических фокус-групп;
7. участие в чатах;
8. участие в тьюториалах.

Методические указания:

Вопросы темы:

1. Понятие фокус-группы как метода прикладного исследования.
2. Особенности, достоинства и недостатки, возможности метода фокус-группы.
3. Область применения групповых дискуссий по методу фокус – групп.
4. План организации фокус-группы.
5. Вопросник для участников дискуссии.
6. Протокол дискуссии.
7. Шкалирование ответов, измерение высказываний.
8. Виды вопросов.
9. Этапы дискуссии.

10. Ошибки модератора.
11. Требования к участникам дискуссии.
12. Этапы, организация, начало и завершение дискуссии.
13. Требования к участникам дискуссии. Способы отбора участников дискуссии.
14. Обработка результатов опроса.
15. Виды техники, которую можно использовать при фокус-группах.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции, необходимо прочесть книги Белановского С.А. «Методика фокус-групп» и «Методика и техника фокусированного интервью» (глава 6). При этом следует уяснить, что такое фокус-группа как метод прикладного социологического исследования. Какое место фокус-группы занимают в ряду других социологических методов, в каком случае используется метод фокус-групп, почему метод фокус-групп целесообразно использовать в совокупности с другими методами.

Готовясь к практическому занятию, необходимо усвоить не только теорию вопроса, но и, избрав тему, обосновать, почему необходимо использовать метод фокус-группы; какие факты в сравнении с другими методами позволят получить использование метода фокус-группы.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–4 человека, провести обсуждение почему необходимо для разработки избранной темы использовать метод фокус-группы.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками цели использования метода фокус-групп.

При изучении второго вопроса:

При подготовке к лекции: Прочтите соответствующие разделы в книгах Белановского С.А. Усвойте особенности метода фокус-групп и область применения этого метода. Усвойте, что такое модератор, как подбираются участники дискуссии, в зависимости от того какие проблемы обсуждаются, сходства и различия фокусированного интервью и метода фокус-групп.

При подготовке к практическому занятию: Опирайтесь на рекомендованные книги Белановского С.А.. Обоснуйте, подберите аргументы, почему вы именно выбрали метод фокус-групп, а не, например, фокусированное интервью, не простое интервью для проведения исследования по вашей теме. Обратите особое внимание на достоинства и недостатки метода, который вы выбрали.

Тьюториал. В течение 15 минут совместно с однокурсниками вашей группы подберите аргументы в пользу метода фокус-группы, и особенности его применения.

Чат. В группах по 3–4 человека рассмотрите особенности, достоинства и недостатки метода фокус-групп применительно к конкретным темам исследования.

При изучении третьего и последующих вопросов:

При подготовке к лекции: Прочтите соответствующие разделы книг С.А. Белановского. Уясните, что такое метод фокус-группы, что такое вопросник для беседы с респондентами, с участниками фокус-группы, и протокол наблюдения, сценарий проведения фокус-группы, в чем сходства этих документов, в чем различия; какие виды вопросов бывают и какие виды вопросов надо ставить в вопроснике проведения фокус-группы; какова последовательность вопросов в вопроснике, как шкалируются ответы респондентов на вопросы. Усвойте также этапы организации фокус-группы, подбор людей, способы от-

бора респондентов; требования к модератору и интервьюерам, ошибки, которые могут допускать модераторы и др. участники фокус-группы; методы анализа ответов, их обработки и подготовки отчета.

При подготовке к практикуму: Опираясь на учебное пособие, написанное С.А. Белановским, разработайте вопросник для проведения фокус-группы в рамках темы вашего исследования; а также сценарий и протокол наблюдения за поведением респондентов, участников фокус-группы. Для этого необходимо предварительно разработать программу исследования (это было сделано на втором занятии), в которой обоснованы проблема, предмет и объект исследования, единица наблюдения, гипотезы. В вопроснике для проведения фокус-группы каждый вопрос служит подтверждением или опровержением гипотезы. Ответы во всех вопросах должны быть шкалированы, поэтому надо усвоить методы шкалирования и измерения.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–5 человек, разработайте вопросник для проведения фокус – группы, а также протокол наблюдения за поведением участников фокус-группы и сценарий проведения фокус – группы для исследования вашей общей темы и проблемы. Определите этапы проведения фокус – группы и составьте план проведения фокус-группы.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками как построить выборку, как отобрать респондентов для участия в фокус-группе; как измерять и шкалировать ответы.

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. Метод фокус-групп и фокусированное интервью – это одно и то же.
2. Методом фокус-групп называют неформализованное интервью, проводимое не с индивидуальным респондентом, а с группой.
3. Достижение психотерапевтического эффекта при проведении фокус-групп не преследуется.
4. Термин «фокус-группа» является сокращением от термина «фокусированное групповое интервью», предложенного Р. Мертоном, М. Фиски и П. Кендалл в их трудах.
5. Фокус-группы считаются более дешевым методом по сравнению с проведением эквивалентного числа индивидуальных интервью.
6. Высказывания респондентов участвующих в фокус-группе могут служить эффективными стимулами для высказываний других участников.
7. Очень высокие квалификационные требования к модератору есть недостаток фокус-группы как метода исследования.
8. Метод фокус-групп не позволяет раскрывать темы с той глубиной, которую обеспечивает индивидуальное интервью.
9. Правильно ли следующее высказывание: «Взаимный обрыв высказываний влечет за собой распад дискуссий: каждый участник стремится сказать свою мысль и групповое взаимодействие не складывается».
10. Фокус-группы не являются единственным методом, в котором осуществляются дискуссии.
11. Группы «динамические процессы» в различных типах исследований могут выступать в роли вредного эффекта, препятствующего достижению поставленных целей.
12. Процесс изменения мнений участников в ходе групповой дискуссии может иметь когнитивный и нормативный характер. При проведении фокус-групп учетный, организационный и аналитический единицей является индивид.
13. Количество участников фокус-группы должно быть не меньше 20 человек.

14. Социально и интеллектуально гомогенные группы более продуктивны в фокус-группе.

15. Гомогенность социального состава участников, то же самое, что гомогенность их взглядов и установок.

16. Фокус-группы должны состоять из знакомых людей.

Тесты:

1. Ведущий обсуждение в фокус-группе – это:

- а) куратор;
- б) модератор;
- в) медиатор.

2. Основателем метода фокус-группы является:

- а) Р.Мертон;
- б) Дж. Морено;
- в) П.Лазарсфельд.

3. Оптимальное количество участников фокус-группы:

- а) 4–6 человек;
- б) 8–12 человек;
- в) 20–40 человек.

4. Фокус-группа должна быть:

- а) гетерогенной;
- б) герметичной;
- в) гомогенной.

5. Фокус-группа считается в сравнении с индивидуальным интервьюированием:

- а) более дорогим методом;
- б) более дешевым методом;
- в) они равноценны.

6. Продолжительность обсуждения в фокус-группе может быть:

- а) До 2 часов;
- б) 4–8 часов;
- в) 10–12 часов.

7. Число проводимых циклов обсуждений в течение дня может быть:

- а) один цикл;
- б) два цикла;
- в) три и более.

8. Из всех социальных параметров наиболее важно обеспечить гомогенность группы по двум факторам:

- а) образование и возраст;
- б) пол и этническая принадлежность;
- в) материальное положение и число детей в семье.

9. Фокус-группы должны состоять из:

- а) незнакомых людей;
- б) друзей;
- в) сотрудников одной фирмы.

10. Родственники могут включаться в состав фокус-группы:

- а) всегда;
- б) иногда;
- в) никогда.

11. Поддержание приблизительной равноправности участия всех членов группы:

- а) обязательно;
- б) желательно;
- в) этого надо избегать.

12. Конфликты во время обсуждения:

- а) могут быть полезны;
- б) их необходимо предотвращать;
- в) оба ответа верны;
- г) оба ответа не верны.

13. В случае затухания дискуссии следует:

- а) завершить ее;
- б) запустить, подновив тему;
- в) положиться на естественный ход событий.

14. В комнате, где идет обсуждение, должны быть:

- а) круглый стол;
- б) столы, как в классной комнате;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

15. Запись беседы лучше всего должна фиксироваться при помощи:

- а) стенографистки;
- б) диктофона;
- в) видеокамеры.

16. Методика фокус-группы разработана:

- а) окончательно и в деталях;
- б) отчасти;
- в) вообще не разработана.

При изучении темы 7 необходимо читать:

Основная литература:

1. Белановский С.А. Методика и техника фокус-групп. – М., 2000.
2. Белановский С.А. Методика и техника фокусированного интервью. – М., 1993.
3. Американская социология. Перспективы, проблемы, методы / Перевод с англ. – М., 1972.

4. Белановский С.А. Сравнительный анализ свободного и формализованного интервью в социально-экономических исследованиях. См. сборник «Сравнительный анализ и методики социологических исследований». – М., Институт социологии академии наук СССР, 1989.

5. Журавлева И.В. Об использовании основных типов интервью в практике социологических исследований. См. в сборнике «Вопросы методики и техники социологических исследований». – М., 1975.

6. Мертон Р.К. Референтная группа и социальная структура. – М., 1991.

7. Мертон Р., Фиски М., Кендалл П. Фокусированное интервью. – М., 1991.

8. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопия. – М., 1978.

Тема 8. Социометрия

Содержание темы:

Социометрия – это метод исследования малых групп, коллективов и организаций с помощью описания межличных отношений между их членами. Техника заключается в том, что проводится опрос по поводу наличия интенсивности и желательности различного рода контактов и совместной деятельности. Техника такого исследования позволяет фиксировать, как объективные отношения воспринимаются и оцениваются людьми, занимающими различное положение в данной общности. На основании полученных данных могут быть построены социограммы, в которых отражены «субъективные измерения» отношения в группе, коллективе, организации. Социометрия как метод исследования была предложена американским социальным психологом Джейкобом Морено и первоначально строилась на выяснении эмоциональных «притяжений» и «отталкиваний» между людьми, использовалась для формирования групп, групповой терапии, исследования малых групп, их сплоченности. Недостатком этой версии социометрического метода является ориентация исключительно на эмоциональные отношения как якобы лежащие в основе всех социальных отношений. Разработка и использование социометрических методов направлены на исследование межличностных отношений различного содержания – формальных и неформальных, не только эмоциональных, но и рациональных, деловых, ролевых – через восприятие и оценку этих отношений участниками. Социограмма как отражение этого восприятия позволяет количественно описать структуру и динамику отношений социальной общности, выделить в ней основные элементы, например реальные рабочие группы, определить положение этих групп и индивидов в структуре. Социометрический метод является одним из видов опросов, имеющий целью количественное измерение и анализ структуры межличностных отношений в малых социальных группах и коллективах путем фиксации среди их членов связей предпочтения ситуации выбора. Социометрический метод является одним из специальных методов социальной психологии. Вместе с тем он широко применяется в последнее десятилетие в прикладной социологии в качестве основного и вспомогательного наряду с другими методами социологических исследований. Область применения социометрического метода ограничено. С его помощью изучают только малые группы, между членами которых имеется непосредственный контакт, достаточно сложившиеся и имеющие временной промежуток не менее полугода. Другое ограничение применения данного метода связано с выделяемыми критериями, которые не мо-

гут отразить полную картину внутри групповых отношений. Численность малых групп колеблется у разных авторов от 2–3 до 20–40 человек, однако, основной критерий – непосредственные контакты. Иногда используется понятие «группы членства», т.е. группы, включающие в себя всех формально входящих в нее людей. Межличностные отношения могут изучаться на поведенческом и вербально – прожективном уровне. В первом случае изучение осуществляется при помощи наблюдения, во втором – опросов. При применении социометрии существуют этические ограничения – недопустимость использования ее результатов, касающегося отдельного индивида, т.е. его «социометрического статуса», без добровольного его согласия. Основные инструменты социометрики: социометрические тесты, социометрические матрицы, социометрические индексы и социометрические графы. В рамках этой темы будут раскрыты требования к исследователю, который проводит социометрические опросы, проблемы выбора малых групп, проблемы обработки результатов социометрического опроса и др.

Цели изучения темы:

1. Уяснения сущности социометрического метода как метода социологического исследования. Уяснения возможностей, достоинств и недостатков этого метода. Отличие анкетных опросов и интервью (массовых, почтовых, фокусированных и др.) от социометрики.
2. Студенты должны получить теоретические знания, т.е. изучить метод социометрического опроса в сравнении с другими методами социологического исследования, уяснить, какие проблемы лучше всего решать с применением социометрики.
3. Уметь организовать социометрические опросы, обработку результатов опроса, интерпретацию полученных данных, этические требования к организаторам исследования.

Задачи изучения темы:

1. Получение студентами теоретических знаний.
2. Получение практических навыков проведения социометрических опросов.
3. Формирование умений проводить социометрические опросы, обрабатывать данные и интерпретировать результаты исследования.

Успешно изучив данную тему, студент:

Знает:

1. Что такое социометрика.
2. Достоинства и недостатки социометрических опросов.
3. Особенности социометрического теста.
4. Требования к интервьюеру, который проводит социометрический опрос.
5. Как готовить интервьюеров и организаторов социометрических опросов.
6. Какие ошибки могут совершить интервьюеры и организаторы социометрического опроса.
7. Как обрабатывать данные социометрических опросов.
8. Как интерпретировать результаты социометрических опросов.

Умеет:

1. Анализировать возможности, достоинства и недостатки социометрических опросов в сравнении с другими методами социологического исследования.
2. Разрабатывать социометрические тесты.
3. Проводить социометрическое тестирование членов малых групп.

4. Готовить интервьюеров, способных проводить социометрические опросы.
5. Контролировать работу интервьюеров, который проводит социометрический опрос.
6. Подсчитывает социометрические индексы.
7. Строить социометрические матрицы.
8. Анализировать и интерпретировать результаты исследования.

Приобретает навыки:

1. Строить социометрические тесты, соблюдая последовательность и корректность вопросов.
2. Формулировать социометрические вопросы.
3. Шкалировать вопросы социометрического теста.
4. Уметь отбирать малые группы для социометрического опроса.
5. Владеть пакетом прикладных программ для обработки итогов опроса; писать отчеты.

Изучив тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- объект социометрического опроса;
- малая контактная группа;
- предмет социометрического исследования;
- выбор;
- положительный выбор;
- отрицательный выбор;
- притяжение;
- отталкивание;
- социометрический критерий;
- классификация и виды критериев;
- производственный критерий;
- непроизводственный критерий;
- коммуникативный критерий;
- гностический критерий;
- прогностический критерий;
- социальный критерий;
- положительный критерий;
- отрицательный критерий (обратный);
- горизонтальный критерий;
- иерархический критерий;
- сильный критерий;
- слабый критерий;
- критерий ранжирования;
- социометрическая карточка;
- социометрический тест;
- социометрический вопросник;
- инструкция участника социометрического опроса;
- полный точный состав исследуемой группы;
- техника заполнения социометрических карточек;
- социограмма;
- техника построения социограммы;

- социоматрица;
- техника построения социоматрицы;
- условные обозначения для отражения структуры межличностных отношений;
- виды социограмм;
- типичная структура социограмм;
- локограмма;
- триада;
- тетрода;
- цепь;
- звезда;
- персональные социометрические индексы;
- социометрический статус;
- индекс эмоциональной экспансивности;
- индекс объема взаимодействия;
- групповые социометрические индексы;
- индекс социометрической когерентности;
- индекс взаимности;
- индекс референтности;
- положительный статус;
- отрицательный статус;
- статусы членов
- лидеры в малых группах;
- индекс адекватности самооценки;
- индекс социометрической комфортности;
- индекс интегративности;
- индекс внутригруппового предпочтения;
- объем взаимодействия в группе;
- как обосновывается надежность данных социометрических измерений;

Порядок изучения тем:

Для изучения темы выделяется два лекционных часа, 2 часа практических занятий, 2 час самостоятельной работы.

Предусмотрена следующая лекция и практическое занятие в форме практикума:

1. Понятие, содержание и особенности методики социометрического опроса; достоинства и недостатки этого метода, условия применения, результаты метода социометрического опроса.

Предусмотрена самостоятельная работа студентов в формах:

1. Подготовка к лекции.
2. Подготовка к практикуму.
3. Разработка социометрических тестов для обследования малой группы.
4. Подготовка докладов и рефератов.
5. Решений тестовых заданий.
6. Проведение социометрического опроса малой группы.
7. Участие в чатах.
8. Участие в тьюториалах.

Методические указания:

Вопросы темы:

1. Понятия социометрики как метода прикладного исследования.
2. Особенности социометрических опросов, их достоинства и недостатки; условия применения.
3. Исследовательские документы для социометрического опроса: социометрическая анкета (социометрический тест, социометрический вопросник); социоматрица, социографы.
4. Структура вопросника или социометрического теста.
5. Виды вопросов.
6. Этапы проведения социометрического опроса.
7. Ошибки, допускаемые при социометрическом опросе.
8. Требования к интервьюерам и организаторам социометрического опроса, их подготовка.
9. Организация социометрического опроса.
10. Способы отбора малых групп.
11. Критерий выделения малых групп.
12. Обработка результатов опроса.
13. Интерпретация полученных результатов.
14. Написание практических рекомендаций.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции, необходимо прочесть учебник «Социология» под редакцией П.Д. Павленка (М., 2002), глава 49 «Социометрия». При этом следует уяснить, что такое социометрика как метод прикладного социологического исследования? Какое место социометрические опросы занимают в ряду других социологических методов? Почему социометрические опросы целесообразно использовать в совокупности с другими методами, каковы особенности малых групп, для изучения которых следует применять социометрические опросы.

Готовясь к практическому занятию, необходимо усвоить не только теорию вопроса, но и, избрав тему, обосновать, почему необходимо использовать именно метод социометрического опроса; какие факты в сравнении с другими методами, позволит получить социометрический опрос.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–4 человека провести обсуждение, почему необходимо для разработки избранной темы использовать именно метод социометрического опроса.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками цели использования социометрического метода.

При изучении второго вопроса:

При подготовке к лекции, прочтите главу 49 «Социометрия» в учебнике «Социология» под редакцией П.Д. Павленка. Усвойте особенности, достоинства и недостатки социометрического метода, специфику этого метода. Что такое малая группа, какие взаимоотношения в малой группе встречаются, что такое лидеры, что такое структура малой группы, что такое положительный и отрицательный выбор, притяжение и отталкивание.

При подготовке к практическому занятию: Опирайтесь на материалы главы 49 «Социометрия» в учебнике «Социология» под редакцией П.Д. Павленка. Обоснуйте, под-

берите аргументы, почему вы выбрали именно метод социометрического опроса для изучения вашей темы. Обратите особое внимание на достоинства и недостатки, особенности этого метода; какую информацию вы получите в результате проведения социометрического опроса.

Чат. В течение 15 минут совместно со студентами вашей группы подберите аргументы в пользу социометрического опроса и назовите, какую информацию вы получите в результате социометрики.

Тьюториал. В группах по 3–4 человека рассмотрите особенности социометрического опроса и особенности опросника для проведения социометрического опроса.

При изучении третьего и последующих вопросов:

При подготовке к лекции, прочтите главу 49 «Социометрия» в учебнике «Социология» под редакцией П.Д. Павленка. Уясните, что такое социометрический тест (социометрический вопросник) для проведения социометрического опроса, в чем сходства и различия социометрического теста с вопросниками для обычного опроса или интервью. Какие виды вопросов включаются в социометрический тест (социометрический вопросник), какова последовательность постановки вопросов в социометрическом тесте, как шкалируются ответы на вопросы. Усвойте организацию социометрического опроса и основные этапы; требования к организаторам и интервьюерам участвующим в социометрическом опросе; какие ошибки могут быть допущены при проведении социометрического опроса; каковы способы выбора малых групп для проведения социометрического опроса; что такое социометрические индексы и социографы; каковы методы анализа результатов и подготовка отчета.

При подготовке к практикуму: Опираясь на главу 49 учебника «Социология» под редакцией П.Д. Павленка, разработайте вопросник для проведения социометрического опроса в рамках темы вашего исследования. Для этого необходимо иметь программу исследования, в которой обоснована проблема, предмет, объект исследования и гипотеза. В социометрическом вопроснике все вопросы служат либо подтверждением или опровержением гипотезы. Выясните, какие вопросы могут быть шкалированы, а какие вопросы могут быть открытыми. Постройте пустые матрицы для того, чтобы в последствии занести в них ответы опрашиваемых членов группы, матриц должно быть столько, сколько вопросов, т.к. матрица заполняется на каждый вопрос в отдельности. Напишите индексы, какие вы будете применять для обработки результатов опроса, составьте план отчета.

Тьюториал. Разделившись на группы по 3–5 человек, разработайте вопросник для проведения социометрического опроса, определите этапы социометрического опроса, разработайте социоматрицы и напишите социометрические индексы, какие вы будете применять для анализа и обработки результатов опроса.

Чат. В течение 15 минут обсудите с однокурсниками, что такое малые группы, как их надо отбирать для опроса, как построить социоматрицы, как подсчитать индексы и как построить социограммы.

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. Социометрический метод количественно измеряет взаимоотношения в малых социальных группах.
2. Социометрический метод измеряет только формальные взаимоотношения в трудовом коллективе.
3. Социометрический метод позволяет изучать межличностные взаимоотношения в больших социальных группах.

4. Объектом социометрического опроса выступает малая, контактная группа.
5. Предметом социометрического исследования может быть социометрический статус отдельных членов группы.
6. Отрицательный выбор есть отталкивание между людьми.
7. Социограмма есть схематическое изображение реакций испытуемых друг на друга при ответе по критерию.
8. Социоматрица есть таблица, в которой в горизонтальных строках указывается, кто выбирает, а в вертикальных столбцах, кого выбирают.
9. Социометрические индексы бывают групповые и персональные.
10. Социометрический статус может быть как положительным, так и отрицательным.
11. Эмоциональная экспансивность характеризует каждого выбирать других.
12. Измерить объем коммуникации члена группы, это, значит, установить с кем и как часто он общается, обменивается информацией.
13. Индекс концентрации взаимодействия показывает способности личности как члена группы сосредоточивать потоки психологической информации в группе на себе, т.е. выступать некоторым передатчиком, аккумулятором и одновременно генератором социально-психологических импульсов общения.
14. Индекс величины самооценки равен числу сделанных членом выборов деленных на $n-1$, где n – число членов в группе.
15. Индекс социометрической когерентности указывает на степень связанности элементов структуры взаимодействия в группе по числу межличностных связей отраженных в социограмме.
16. Индекс эмоциональной экспансивности группы равен сумме сделанных группой выборов независимо от знака деленных на n , где n – число членов группы.
17. Индекс конфликтности указывает на наличие и степень взаимно отрицающих пар.
18. Индекс референтности группы есть отношение числа взаимных положительных выборов в группе деленных на число положительных выборов в группе.
19. Индекс интегративности в группы есть 1 деленная на число членов, не получивших никаких выборов.

Тесты:

1. Объект социометрического опроса:
 - а) малая контактная группа;
 - б) большие социальные группы;
 - в) команды, работающие в экстремальных условиях.
2. Выбор в социометрическом опросе может быть:
 - а) положительный выбор;
 - б) отрицательный выбор;
 - в) то и другое верно;
 - г) то и другое не верно.
3. Общественное мнение – это:
 - а) проявление общественного сознания людей;
 - б) сумма высказываний многих людей;
 - в) мнение руководителей, журналистов.

4. Латентные явления – это:

- а) скрытые от прямого наблюдения;
- б) те, которые мы не успели узнать, выучить;
- в) явные.

5. Искусство формулирования вопросов и построения шкал это:

- а) методология социального познания;
- б) техника социологического исследования;
- в) часть структурно-функционального метода.

6. Техника интервью – это:

- а) техника социологического исследования;
- б) методология социального познания;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

7. Анкета – это:

- а) сумма ответов респондентов;
- б) оценка анкетером ситуации;
- в) структурно-организованный набор вопросов.

8. Респондент – это:

- а) объект исследования;
- б) тот, кто проводит опрос;
- в) лицо, участвующее в опросе в качестве источника информации.

9. Полностью стандартизированное интервью – это:

- а) свободная беседа на заданную тему;
- б) интервью с помощью вопросника с закрытыми вопросами;
- в) использование диктофона, видеокамеры.

10. Индекс интегрированности – это:

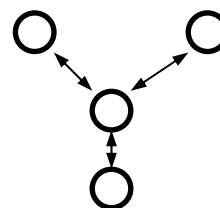
- а) индивидуальный индекс;
- б) групповой;
- в) и то и другое.

11. Выбор бывает:

- а) притяжение;
- б) отталкивание;
- в) и то и другое.

12. На рисунке изображена социограмма. Какой вид отношений в группе она отражает?

- а) авторитарный;
- б) демократический;
- в) другое.



13. Социометрическая карточка – это:

- а) карточка с фамилией интервьюера;
- б) методический инструмент для сбора информации;
- в) список социометрических индексов.

14. Социометрический тест – это:

- а) анкета социометрического опроса;
- б) социометрика;
- в) программа социометрического опроса.

15. Социометрический индекс – это:

- а) графическое изображение связей внутри группы;
- б) социометрическая карточка;
- в) показатель, используемый для измерения взаимоотношений в группе и статуса членов группы.

16. Опрос, направленный на изучение взаимоотношений в малой группе – это:

- а) заочный опрос;
- б) социометрический опрос;
- в) стандартизированный опрос.

При изучении темы 8 необходимо читать:

Основная литература:

- 1. Социология. Под ред. П.Д. Павленка. (Глава 49).
- 2. Краткий словарь по социологии. – М., 1998. (стр. 375–376).
- 3. Волков И.П. Методика социометрических обследований. – М., 1987.
- 4. Морено Дж. Социометрика, экспериментальный метод и наука об обществе. – М., 1958.

Дополнительная литература:

- 1. Ноэль Э. Массовые опросы. – М., 1978.
- 2. Практикум по прикладной социологии. – М., 1987.
- 3. Рабочая книга социолога. – М., 1993.

Тема 9. Обработка, анализ и интерпретация результатов исследования; разработка практических рекомендаций

Содержание темы.

Научная обоснованность социологических исследований зависит от надежности метода и техники регистрации первичных данных. Многие социальные факты в социологических исследованиях являются статистическими обобщениями или социально-статистическими фактами. Поэтому важную роль особенно в интерпретации конечных результатов исследования играют методы эмпирической, статистической обработки первичных социологических данных и их теоретической интерпретации. Важную роль в установление социальных фактов играет измерение с помощью, которого изучаются со-

циальные явления, процессы, системы их свойства и отношения. При этом объекты измерения отображаются на определенную числовую систему с соответствующими отношениями между числами. При помощи измерения формируются количественно – определенные понятия, иначе говоря, переменные. Измерение связано с развитием количественных методов, особых инструментов – группировок, шкал, индексов, моделей. Методы измерения позволяют применять различные статистические и математические методы для обработки и анализа первичных данных. Обычно социологи собирают массовые данные, например, тысячи анкет, десятки или сотни наблюдений и т.д. Для того чтобы представить эту массу информации в компактном легко обозримом виде, доступном для работы с этими данными, необходимо применить методы общей и математической статистики. К ним относятся: статистическая группировка, построение рядов распределения, статистические таблицы, подсчет средних арифметических величин, моды, медианы, мер рассеяния, среднего квадратичного (стандартного) отклонения и дисперсии, определение взаимосвязи двух и более признаков при помощи уравнения регрессии, корреляционного, дисперсионного, факторного, кластерного и других методов, определение статистических ошибок, проверка статистических гипотез, графические и другие методы. Обработанные данные подвергаются теоретической интерпретации. В процессе теоретической обработки главной целью исследователя является подготовить и обработать полученный эмпирический материал таким образом, чтобы на его основе были сделаны и обоснованы выводы, были подтверждены или возможно опровергнуты гипотезы о намеченном объекте исследования. Реализация этой цели требует развития, уточнения и проверки: обоснованных теоретических представлений об объекте исследования (гипотез и др.); практических и теоретических представлений о связи теоретических и эмпирических высказываний об объекте исследования; отдельных действий для реализации цели, а также их порядка и т.д. На разных фазах теоретической обработки и интерпретации материалов решаются конкретные задачи, связанные с обобщением данных, при этом главное внимание уделяется проверке гипотез, их подтверждению или опровержению. Если с помощью системы гипотез удастся вывести положения, которые до этого были неизвестны, если эти положения посредством эмпирических исследований можно подтвердить на практике, то подкрепляется центральная гипотеза. Социология, проистекающий непосредственный переход к теории представляет собой постепенный и сложный процесс. При этом, как правило, о научной теории в собственном смысле говорят в том случае, когда имеется относительно стабильная, достаточно подтвержденная, доказанная как истинная система высказываний. Применение результатов исследования в общественной практике представляет собой завершающую и нередко самую сложную фазу процесса исследования. Здесь выясняется способны полученные результаты и выводы изменить общественную практику в соответствии с целью исследования, которая была поставлена социальным заказчиком. Специфика процесса разработки и реализации научных рекомендаций вытекает из цели исследования: выводы, к которым пришел ученый или научный коллектив, не могут оставаться его личным достоянием или собственностью института; они должны подтвердить свою действительность на различных уровнях руководства обществом. Научные выводы должны вести к практическим социальным изменениям в интересах заказчика, населения или какого – либо социального слоя. Но эти изменения проходят не автоматически, не самотеком, их необходимо осуществлять сознательно. Поэтому социологи должны работать в тесных контактах с практическими работниками, которые выступают заказчиками прикладных социологических исследований. При этом социолог несет социальную ответственность, общественную ответственность за результаты своих научных исследований и за практические рекомендации.

Цели изучения темы:

1. Формирование исходных представлений о методах обработки и анализа первичной социологической информации; о метода статистики, математической статистики и других количественных методах анализа информации.
2. Уяснения сущности теоретической обработки и теоретической интерпретации полученных в результате обработки первичной социологической информации данных.
3. Умение разрабатывать практические рекомендации и рекомендации по их реализации в общественную практику.

Задачи изучения темы:

1. Ознакомление с различными статистическими и математико-статистическими методами обработки и анализа информации.
2. Умение пользоваться такими методами как группировка, построение динамических рядов, построение таблиц и др. методов.
3. Формирование у студентов умений правильно обрабатывать и анализировать динамические ряды и таблицы, подсчитывать коэффициенты связи, вести более углубленный математико-статистический анализ.
4. Уяснения сущности теоретической обработки и интерпретации результатов обработки данных.
5. Умение работать с гипотезами, уметь подтверждать или опровергать выдвинутые гипотезы на этапе разработки программы социологического исследования.
6. Умение разрабатывать практические рекомендации.
7. Уяснить возможности социологии в решении практических задач, которые стоят перед обществом, перед фирмой, перед конкретной категорией населения.
8. Формирование у социологов чувство гражданской ответственности за теоретические и практические рекомендации.

Успешно изучив тему, студент:

Знает:

1. Сущность измерения социальных переменных.
2. Роль количественных методов в обработке и анализе первичной социологической информации.
3. Основные методы статистической и математико-статистической обработки информации (ряды распределения, таблицы, корреляционный анализ, кластерный и др.).
4. Математико-статистические методы, которые характеризуют выборочную совокупность (средние величины, меры рассеяния и др.).
5. Методы выявления причинно-следственных связей.
6. Методы прогнозирования социальных процессов.
7. Методы теоретической обработки и интерпретации полученных данных.
8. Взаимосвязь изучаемых данных с теориями среднего уровня.
9. Методы разработки практических рекомендаций.

Умеет:

1. Строить ряды распределения, таблицы, графики, подсчитывать средние величины, меры рассеяния.
2. Осуществлять корреляционный, регрессионный, дисперсионный, факторный, кластерный и др. виды анализа.

3. Работать на компьютере с пакетом прикладных программ: SPSS, Статистика и др.

4. Обобщать данные, делать теоретические выводы.

5. Разрабатывать практические рекомендации.

Приобретает навыки:

1. Работы на компьютере с использованием ППП.

2. Вводить информацию в память компьютера и получать таблицы, графики и различные коэффициенты, т. е. работать с массивом данных.

3. Интерпретации полученных данных.

4. Написания отчета.

5. Разработки практических рекомендаций.

6. Умения реализовывать практические рекомендации в общественную практику, деятельность фирм, региональных органов и т.д.

Изучив тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях:

- статистические методы обработки социологической информации;
- статистическая группировка;
- ряды распределения;
- таблицы;
- средние величины;
- средние арифметические величины;
- мода;
- медиана;
- другие виды средних;
- меры рассеяния;
- стандартное отклонение, дисперсия;
- графические методы;
- меры связи двух и более признаков;
- корреляционный анализ;
- регрессионный анализ;
- факторный анализ;
- кластерный анализ;
- дисперсионный анализ;
- ППП (Статистика, SPSS);
- теоретическая обработка эмпирических данных;
- эмпирическое и теоретическое познание;
- объединение отдельных результатов в обещающие выводы;
- отношение между данными и гипотезами;
- проверка исходных гипотез;
- решение проблемы;
- ошибки обработки, анализа и интерпретации данных;
- многозначность эмпирической информации;
- модель теоретической обработки данных;
- фазы теоретической обработки;
- формы применения научных результатов в практике;
- исследовательский отчет.

Порядок изучения темы:

Для изучения темы выделяются 2 лекционных часа, 2 часа практических занятий, 4 часа самостоятельной работы.

Предусмотрена следующая лекция и практическое занятие в форме семинара:

1. Обработка, анализ и интерпретация результатов исследования; разработка практических рекомендаций.

Предусмотрена самостоятельная работа студентов в формах:

1. подготовка к лекции;
2. подготовка к семинару;
3. подготовка докладов и рефератов;
4. изучение дополнительной литературы;
5. решение задач на компьютере.

Методические указания:

Вопросы лекции и практические задания:

1. Статистическая обработка и анализ первичной статистической информации.
2. Теоретическая обработка и интерпретация данных.
3. Разработка и внедрение практических рекомендаций.

При изучении первого вопроса:

Готовясь к лекции: Ознакомьтесь с темой лекции. Прочитайте тему 9 УПП «Прикладная социология». Сделайте попытку разобраться в содержании терминов: первичная социологическая информация, измерение социальных переменных, статистические методы анализа информации и др. Каковы возможности этих методов для обработки и анализа первичной социологической информации.

Существуют различные методы пригодные для обработки первичной социологической информации выраженной в количественной, формализованной форме. Попробуйте оценить эти методы и разобраться, в каких случаях, какие методы применяются. Что такое статистические методы? Что такое математико-статистические методы? Какие другие методы есть в математики, и какие из них применимы в социологических исследованиях? Перечислите методы статистики и математической статистики, которые можно применять для обработки первичных данных.

При подготовке к семинарскому занятию: Из материалов лекции и учебника вы знаете, какие имеются методы в статистике и в математической статистике, а также в математике, которые обычно применяют социологи для обработки и анализа социологической информации. Рассмотрите последовательно содержание этих методов и условия их применения. Найдите сходства и различия между различными методами с точки зрения решения задач, например, какие методы решают прогностические задачи; какие методы решают причинно-следственные задачи и др.

Рассмотрите проблемы оценки достоверности результатов, полученных с применением этих методов. Рассмотрите математико-статистические ошибки, проверка которых позволяет выносить суждения о достоверности полученных данных. Уясните, что есть две задачи:

- 1) установление, например, причинно-следственных связей;
- 2) оценка достоверности, что полученные коэффициенты причинно-следственных связей достоверны, и на них можно полагаться, на их основе можно разрабатывать практические рекомендации.

При подготовке ко второму вопросу:

Готовясь к лекции: Прочтите соответствующие разделы УПП «Прикладная социология». Объясните, что такое теоретическая обработка данных. Что такое теоретическая интерпретация данных? Какая связь между фактами и теоретическими выводами, какова роль теории среднего уровня, обобщении и интерпретации результатов статистической обработки данных. Какими категориями оперируют социологи, обобщая полученные данные? Каким образом на основе фактов подтверждаются или опровергаются гипотезы, которые были выдвинуты на этапе подготовки программы социологического исследования. Необходимо также уяснить, как от фактов переходят к обобщению на уровне теории среднего уровня, а затем на уровне общей социологической теории; в чем последовательность таких переходов от фактов к абстрактным теоретическим выводам.

При подготовке к семинарскому занятию, раскройте содержание теоретической обработки первичных данных. Раскройте роль социологии среднего уровня в обобщении первичных данных к более абстрактным обобщенным теоретическим выводам на уровне общей социологической теории. Приведите примеры из учебников, примеры теоретической обработки и теоретической интерпретации данных. Чем факты отличаются от теоретических обобщений. В чем особенность прикладных исследований на стыке различных наук социально-экономических, социально-правовых, социально-демографических и иных исследований? Какую роль играют в данном случае экономика, правовые науки, демография и другие науки, когда речь идет о такого рода комплексных исследованиях, в результате которых получают эмпирические данные.

При подготовке к третьему вопросу:

Готовясь к лекции: прочтите соответствующие разделы в УПП «Прикладная социология». Студенту необходимо разобраться какую роль экономическими и другими социальными процессами. Каким образом на основе полученных данных, а также на основе их обобщения в рамках теории среднего уровня или в рамках общей социологической теории разрабатываются практические рекомендации. Необходимо также разобраться каковы границы выводов полученных результате конкретного прикладного исследования. Например, проведен опрос студентов. Можно ли выводы распространять на пенсионеров или на школьников. Уясните взаимосвязь и взаимодействие обобщений полученных социологами и практическими действиями людей, социальными процессами.

При подготовке к семинарскому занятию: изучите соответствующие содержание УПП «Прикладная социология», чтобы быть готовым принять участие в обсуждении темы семинара.

1. Что такое практические рекомендации, которые в целом разрабатывают общественные науки и в частности социологией.

2. Назовите основные функции социологии: описательную, прогностическую, управленческую; раскройте содержание этих функций.

3. Раскройте взаимосвязь реальных социальных процессов и знаний, полученных в результате проведенных социологических исследований, в какой степени результаты исследования отражают реальные процессы, и в какой степени рекомендации, разработанные социологами, могут ускорить или улучшить социальные процессы.

4. Какие факты, полученные другими науками об обществе, социологи могут использовать для разработки практических рекомендаций.

Контрольные вопросы и тесты (ответьте: да или нет):

1. Для того чтобы на основе факта сделать теоретические выводы факт должен быть включен в теорию среднего уровня.
2. Факты посредством интерпретации подводятся под объединяющую и объясняющую их теорию.
3. Теоретическая обработка эмпирических данных основывается на развитых исследовательских гипотезах.
4. Теоретическая обработка эмпирических данных начинается с наличия эмпирических данных и их статистической обработки.
5. Только статистически подготовленные данные могут быть использованы для теоретической обработки.
6. Надо различать эмпирические данные и эмпирические знания.
7. Цель теоретического проникновения в информационный материал состоит, прежде всего, в том, чтобы исходя из разработанных, гипотез научно обработать отдельные данные, группу данных и др.
8. Цель теоретического анализа заключается в подтверждении или опровержении взаимосвязей между данными и гипотезами.
9. С помощью статистики можно охватить лишь количественный аспект социальных явлений, процессов.
10. Только после теоретической обработки статистически подготовленного количественного материала становится видимым качественное значение эмпирических данных.
11. Статистическая подготовка информационного материала должна намечаться и планироваться вместе с теоретической подготовкой исследования.
12. Познание всегда включает в себя чувственный и рациональный элементы.
13. В ходе исследований социологи собирают большие объемы информации, которые трудно обозреть.
14. Статистические методы позволяют всю информацию сжать, представить в виде небольшого числа обобщающих показателей, удобных для дальнейшего анализа.
15. Группировка есть метод математической статистики.
16. Статистические таблицы необязательно получать при обработке первичных данных.
17. В симметричном распределении средняя арифметическая, мода и медиана совпадают.
18. Уравнение регрессии позволяет получить взаимосвязь двух или более факторов.
19. Динамические ряды позволяют прогнозировать события.
20. Статистические таблицы представляют собой группировку и распределение обследованных индивидов по 2 или более признакам.
21. Графические методы позволяют более наглядно представить характеристику выборочной совокупности.
22. Полученные результаты и выводы позволяют изменить общественную практику.
23. Социолог обязан участвовать в практическом использовании полученных результатов.
24. Всякое исследование должно завершаться разработкой практических рекомендаций.
25. Исследовательский отчет является важной формой непосредственного внедрения теоретических выводов в практику.
26. В целях практической эффективности исследовательского отчета не следует перегружать слишком большим количеством статистических данных, таблиц или прочее.

27. К отчету необходимо приложить краткое изложение исследовательского отчета.

28. Заключительный отчет необходимо дать экспертам для объективной оценки.

Тесты:

1. Статистические методы обработки социологической информации дают нам:

- а) эмпирическую картину исследуемого объекта процесса;
- б) теоретическую картину исследуемого объекта процесса;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

2. Статистическая группировка является:

- а) совершенно необходимым этапом обработки данных;
- б) статистическая группировка иногда применяется для обработки данных;
- в) статистическая группировка никогда не применяется для обработки данных;

3. Динамические ряды распределения позволяют:

- а) прогнозировать события;
- б) оптимизировать события;
- в) ретроспективно оценивать динамику события.

4. Статистические таблицы дают:

- а) полную картину обследуемой совокупности;
- б) частную картину обследуемой совокупности;
- в) таблицы не дают нам точного представления об изучаемой совокупности.

5. Средние величины:

- а) необходимо всегда рассчитывать;
- б) иногда необходимо рассчитывать;
- в) средние величины нецелесообразно вообще рассчитывать.

6. Средняя арифметическая – это то же самое, что и мода:

- а) это утверждение всегда;
- б) это утверждение иногда верно;
- в) это утверждение никогда не верно.

7. Стандартное или среднеквадратическое отклонение есть:

- а) меры рассеяния;
- б) средняя арифметическая величина;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

8. Графические методы:

- а) дают нам новые знания;
- б) дают иллюстрацию знания, полученного из таблиц;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

9. Корреляционный анализ может быть:

- а) двухфакторным;
- б) многофакторным;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

10. Регрессионный анализ позволяет изучить:

- а) влияние фактора на результативный признак;
- б) влияние результативного признака на фактор;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

11. Кластерный анализ дает нам:

- а) группировку изучаемых объектов по одному или нескольким признакам;
- б) кластерный анализ позволяет получать однородную группу объектов;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

12. Дисперсионный анализ позволяет исследователю:

- а) выявить долю каждого фактора на результативный признак;
- б) определить совокупное влияние всех факторов на результативный признак;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

13. Деление методов познания на эмпирические и теоретические:

- а) всегда проводится;
- б) никогда не проводится;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

14. Отношение между данными и гипотезами является:

- а) целью анализа;
- б) никакого отношения к анализу не имеет;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

15. Проверка исходных гипотез осуществляется на этапе:

- а) разработки программы;
- б) анализа полученных эмпирических данных;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

16. Решение исследованной проблемы достигается:

- а) на этапе разработки программы;
- б) на этапе обработки эмпирических данных;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

17. Ошибки обработки, анализа и интерпретация данных бывают:

- а) систематические;
- б) случайные;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

18. Модель теоретической обработки данных:

- а) необходимо разрабатывать всегда;
- б) никогда не разрабатывается такая модель;
- в) то и другое верно;
- г) то и другое не верно.

19. Отчет является формой применения научных результатов в практике:

- а) это утверждение истинно;
- б) это утверждение ложное;
- в) все зависит от целей исследования.

20. Исследовательский отчет необходимо подвергать экспертизе:

- а) это утверждение истинно;
- б) это утверждение ложное;
- в) все зависит от целей исследования и от позиций заказчика.

При изучении темы 9 необходимо читать:

Основная литература:

1. УПП «Прикладная социология» (Раздел 1).
2. Процесс социального исследования. – М.: Прогресс, 1975. (Раздел 3, главы 1, 2, 3, 4, 5).
3. Бобосов Е.М. Прикладная социология. – Минск, 2000. (Раздел 3).
4. Павленок П.Д. Социология. – М., 2002. (Глава 50).
5. Рабочая книга социолога. – М., 1983. (Главы 5-6).

Дополнительная литература:

1. Краткий словарь по социологии. – М., 1989.
2. Сорокин П.А. Система социологии. – М., 1993.
3. Социология: словарь справочник. – М., 1990–1991. Т. 1, 4.
4. Язов В.С. Стратегия социологического исследования. – М., 2000.
5. Волков Ю., Нечетуренко В. Социология курс лекций. – М., Ростов-на-Дону, 1999. (Глава 12–13).
6. Социология в вопросах и ответах. – М., Ростов-на-Дону, 2000. (Разделы 46–47).

Глоссарий

Аналитическая школа	– направление в западной социологии, связанное с именем польского социолога Ф. Знанецкого (1882-1958). Позднее получило развитие в так называемой чикагской школе. Рассматривая социальные действия человека в качестве основного объекта социологического исследования Знанецкий подчеркивал значение анализа индивидуального сознания, особенно изучение механизмов осмысления и оценки индивидом ситуации, в котором действует.
Анкета	– опросный лист, самостоятельно заполняемый опрашиваемым по указанным в нем правилам. Анкетный опрос широко используется для получения информации о фактическом положении вещей в изучаемой области, их оценки о мнениях, интересах и мотивах деятельности опрашиваемых (респондентов).
Банк социологической информации	– специально организованный архив собрания методических инструментов, результатов социологических обследований, итогов их эмпирического и теоретического анализа, используемый в целях сохранения и накопления информации.
Бихереоризм и необихереоризм	– направление в позитивистской социологии, его представители выступали с предложением построить социологию по образцу естественных наук и настаивали на необходимости изучать открытое, т.е. непосредственно наблюдаемое поведение и отказаться от исследования внутренних психических состояний.
Бюджет времени	– структура времени индивида, социальной группы или населения в целом по основным видам жизнедеятельности; метод измерения различных экономических и социальных процессов.
Валидность	– основная характеристика качества измерения в социологии, она отражает степень соответствия измеренного показателя к тому, что подлежало измерению.
Верификация	– подтверждение, доказательство, процедура оценки социологических гипотез, состоящая в сопоставлениях с фактами положением дел и действительностью.
Вторичный анализ социологической информации	– использование для решения поставленной социологической задачи эмпирических данных собранных и статистически обработанных для анализа других задач или той же самой, но с других, теоретических позиций.
Выборка	– 1) совокупность элементов объекта социологического исследования подлежащих непосредственному изучению; 2) совокупность способов, приемов, процедур выбора элементов объекта и соблюдение изучения при массовых социологических исследованиях.

Генетический метод	– способ исследования социальных явлений и процессов, основанный на анализе их происхождения и развития.
Географический метод	– распространенный метод исследования в науках о человеке и обществе, в центре которого стоит изучение индивидуального жизненного пути.
Гипотеза	– утверждение о фактах эмпирических связях или принципах функционирования и развития социальных явлений, не имеющих эмпирического или теоретического обоснования, либо признаваемые недостаточно обоснованным. Гипотезы играют важную роль в развитии социологического развития.
Группа малая	– это такая группа, между всеми членами которого имеются непосредственные контакты.
Группа референтная	– реальная или воображаемая социальная группа, выступающая для индивида в процессе социального сравнения в качестве эталона, с которым он сопоставляет свое социальное положение, применение и установки.
Деловая игра	– метод поиска управленческих решений в условиях проблемной ситуации.
Детерминационный анализ	– метод статистического анализа таблиц сопряженности признаков.
Диагностика социальная	– анализ состояния социальных объектов и процессов выявления проблем и функционирования и развития.
Дисперсионный анализ	– метод статистического анализа, предназначенный для оценки влияния ряда независимых качественных переменных (факторов) на количественную переменную (признак).
Документов анализ	– метод сбора первичных данных, при котором документы используются в качестве главного источника информации.
Измерение	– способ изучения социальных явлений, процессов, систем, их свойств и отношений с помощью количественных оценок.
Индексы социологические	– статистический показатель, являющийся функцией под значение признаков, полученных в ходе первичного социологического измерения характеристик каких-либо социальных объектов или процессов.
Инструментарий социологического исследования	– система методических и технических приемов осуществления исследования, воплощенная в соответствующих операциях и процедурах, и представленная в форме разнообразных документов.

Интервью	– целенаправленная беседа, цель которой получить ответы на вопросы, предусмотренные программой исследования. Преимущество интервью перед анкетным опросом: возможность учесть уровень культуры опрашиваемого, его отношение к теме опроса или отдельным проблемам, выражаемое интонацией или мимикой, поменять формулировку вопросов с учетом личности опрашиваемого и содержания предшествующих ответов, ставить дополнительные вопросы.
Интерпретация	– многоступенчатая процедура истолкования, разъяснения, конкретизации и обобщения предпосылок и результатов социологического анализа.
Информация социальная	– совокупность знаний, сведений, данных и сообщений, которые формируются или воспроизводятся в обществе и используются индивидами, группами, организациями, классами, различными социальными институтами для регулирования социального взаимодействия, общественных отношений, а также отношения между человеком и обществом, человеком и природой.
Исследование с обратной связью	– вид прикладного социологического исследования, одна из основных целей которого – привлечение членов обследованного коллектива к участию в изучении решений поставленных практических проблем.
Качественный анализ	– в самом общем смысле слова означает, такой характер осуществления социологического исследования и изложения результатов, при котором основной акцент делается на теоретических ресурсах социологии, индивидуальном опыте, наблюдении и интуиции, традиционных средствах философско-идеологического анализа категорий и понятий, исторических сопоставлениях, использования отдельных личных документов, приемов публицистического и художественного обоснования, утверждений и рекомендаций.
Качество измерения	– совокупность свойств предмета, способы, инструменты и результаты измерения, выделяемых для их методологической оценки, и обеспечения достоверности социологических фактов, положений и выводов.
Квантификация	– в широком смысле слова процедура выявления или представления свойств и отношений социальных объектов в количественной форме.

Кодирование информации	– 1) совокупность операций по подготовке эмпирических данных к формализованной обработке и анализу; 2) первый этап обработки социологических данных.
Количественные методы	– совокупность приемов, процедур и методов описания, преобразования и получения нового социологического знания, формализованного на основе достижений и методов современной математики и вычислительной техники.
Контент-анализ	– метод количественного изучения содержания социальной информации, массовых вербальных текстов (газет, писем, автобиографий и др. документов).
Корреляционный анализ	– математическая процедура для изучения статистических связей между признаками социальных объектов. Играет разную роль в изучении причинно-следственных связей.
Латентно-структурный анализ	– метод статистического анализа эмпирических данных, позволяющий по ответу респондентов на некоторое множество вопросов, выявить их распределение по некоторому скрытому (латентному) признаку.
Лонгитюдные исследования	– вид повторного исследования в психологии и социологии, при котором ведется длительное периодическое наблюдение над одними и теми же лицами или социальными объектами.
Математическое моделирование	– выражение на языке математических соотношений теоретических и эмпирических представлений о свойствах социальной действительности.
Междисциплинарные исследования	– форма организации исследований, предусматривающая сотрудничество между представителями разных дисциплин в решении комплексных задач.
Метод в социологии	– способ построения и обоснования социологического знания, совокупность приемов процедур эмпирического и теоретического познания социальной реальности.
Метод изучения отдельного случая	– углубленное исследование какого-либо социального явления, процесса, проблемы на одном отдельном, но представительном объекте, называется также монографическим методом.
Метод парных сравнений	– один из основных методов изучения предпочтений (наряду с методом бальных оценок, ранжирования, множественных сравнений). Состоит в том, что респондентам предъявляются все возможные сочетания по два объекта и предлагается по каждой паре указать предпочтительный объект.

Методология и методика социологического исследования	– познавательные инструменты, средства, приемы, из которых методология – это область общества, а методика это тактика исследования. В качестве методологии выступают общенаучные и общеполитические средства познания.
Микро социология	– направление в западной социологии, которое ориентируется на анализ социальных явлений и процессов в относительно небольших социальных системах.
Мода	– среднестатистическая величина, характеризующая выборочную совокупность. Мода – наиболее часто встречающиеся значения события.
Медиана	– значение признака, который делит весь обследуемый ряд пополам, т.е. значение срединного признака.
Наблюдение	– метод сбора первичной социологической информации путем прямой и непосредственной регистрации исследователем событий в условиях, которые имеют место.
Обработка данных	– широкий спектр операций и процедур, используемых в процессе анализа первичной социологической информации и получения выводов в виде гипотез или утверждений теоретического или прикладного характера.
Общественное мнение	– состояние массового сознания, заключающее в себе скрытые или явные отношения различных социальных общностей к проблемам, событиям и фактам действительности.
Объект и предмет социологического исследования	– социальная реальность и ее различные стороны и отношения.
Объект социологического исследования	– определенная социальная реальность, независимая от исследователя.
Предмет социологического исследования	– свойства, стороны, отношения и процессы данной реальности, выделяемые исследователем для целенаправленного изучения.
Объект и субъект социологии	– объект социологического исследования – это определенная социальная реальность, подлежащая изучению согласно целям исследования, предмету анализа, сформулированному в его программе. Субъект – это исследователь или исследовательский коллектив.
Объяснение	– цель, основная функция и завершающий этап социологического исследования совпадающие с раскрытием необходимых и существенных связей социального явления или процесса, построение теории и с выявлением закона или совокупности законов, которым подчиняется данное явление или процесс. Социологическая теория создается для объяснения социальных явлений.

Операционное определение	– описание используемого в исследовании понятия с помощью перечисления его эмпирических значений и признаков, а также совокупности процедур для фиксирования этих признаков. Функция операционного определения – эмпирическая интерпретация теоретических гипотез.
Опросы	– метод сбора первичной информации посредством обращения с вопросами к определенной группе людей; с помощью опросов, получая как фактическую информацию, так и сведения о мнениях оценках и предпочтениях опрашиваемых.
Панельные исследования	– вид повторного социологического исследования, который предполагает изучение одного и того же социального объекта с определенными временными интервалами по одной и той же программе и методике.
Пилотажные исследования	– в социологии – пробные исследования преимущественно методической направленности, цель которых – проверка качества инструмента для сбора первичной социологической информации, процедур и методов организации массового полевого исследования.
Планирование социального развития	– метод в социальном управлении, заключающийся в совершенствовании организации в коллективе, решении социальных проблем коллектива, улучшении климата в коллективе, улучшении условий жизни и т.д.
Показатели социальные	– качественные и количественные характеристики отдельных свойств и состояний социальных объектов и процессов, совокупность которых отражает их существенные особенности в статике и динамике.
Полевое исследование	– социологическое исследование, задача которого состоит в непосредственном и всестороннем изучении социального объекта в нормальных естественных условиях.
Последствия социальные	– ожидаемые, планируемые или неожиданные, стихийно возникающие результаты преобразований в обществе сказывающиеся на социальных отношениях групп, общностей, индивидов. Последствия могут быть положительными и отрицательными.
Результаты социологических исследований	– призваны улучшать или формировать положительные последствия социального планирования и социального управления, которые изменяются по рекомендации социологов.
Прикладная социология	– область социально-практических управленческих приложений, теоретического и эмпирического социологического знания, с этологической методологией, информацией и

**Прикладное
социологическое
исследование**

методами исследования. Функцией прикладной социологии являются: разработка научного обеспечения, решения практических социальных задач, разрешения социальных проблем в различных сферах общественной жизни.

- Исследование, ориентированное на практическое решение социальных проблем, связанных с регулированием определенных социальных процессов, прогнозированием, планированием и управлением в четко очерченных областях общественной жизни.

Причинный анализ

- совокупность методологических и методических подходов к изучению обусловленности одних явлений социальной действительности другими. Цель причинного анализа – прогнозировать следствия из тех или иных причин на основе предварительного эмпирического анализа взаимоотношений между ними. Статистическими методами анализа причин и следствий являются: корреляционный анализ, регрессионный анализ, факторный анализ, дисперсионный анализ, латентный анализ и др.

Проблема социальная

- социальное противоречие, осознаваемое субъектами как значимое для них; не соответствует между существующим и должным, между целями и результатами деятельности, возникающее из-за отсутствия или недостаточности средств для достижения целей; препятствие на этом пути. Борьба вокруг целей между различными субъектами деятельности ведет к неудовлетворению социальных потребностей. Социальная проблема – противоречие между потребностями людей что-либо знать или изменить и отсутствием ресурсов или знаний как это сделать.

Программа социальная

- 1) раздел государственных планов социально-экономического развития; 2) совокупность системы социальных мероприятий направленных на решение конкретной социальной проблемы.

**Программа
социологического
исследования**

- изложение теоретико-методологических предпосылок, общей концепции в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования с указанием правил, процедуры, а также логической последовательности операций для проверки гипотез. Разработка программы начинается с формулирования проблемной ситуации, от некоторого противоречия между осознанием научно-познавательной или практической потребности и незнания способов ее удовлетворения.

Психоанализ	– разработанный австрийским психологом З. Фрейдом метод исследования психики путем фиксации снов в действии и представлений и их истолкования как проявления неосознаваемых влечений.
Психограмма и социограмма	– вид групповой психотерапии и диагностики внутриличностных и внутригрупповых конфликтов, когда члены группы как бы моделируя жизненные ситуации, выступают попеременно в качестве актеров и зрителей с тем, чтобы уяснить личностный смысл этих ситуаций и конфликтов, устранить негативные реакции и внутреннюю напряженность.
Ранжирование	– способ оценки переменной, когда ее значению приписывается место в последовательности величин, определяемая при последствии порядковой шкалы.
Репрезентативность	– свойство выборки отражать характеристики изучаемой (генеральной) совокупности.
Выборка	– 1) совокупность элементов объекта социологического исследования подлежащая непосредственному изучению; 2) совокупность способов, приемов, процедур отбора элементов объекта и соблюдения и изучения при массовых социологических исследованиях.
Социограмма	– способ представления межличностных и межгрупповых отношений в виде графа – системы связи между точками, каждая из которых соответствует определенному индивиду или социальной группе.
Социография	– Термин, предложенный Эрштейнметцем в 1913 году для обозначения социологической дисциплины, использующей эмпирические методы для описания жизни современного общества (в отличие от этнографии, описывающей жизнь первобытных народов).
Социометрия	– метод исследования малых групп, коллективов и организаций с помощью описания системы межличностных отношений между их членами.
Специальные (частные) социологические теории	– области социологического знания, имеющие своим предметом относительно самостоятельные специфические подсистемы общественного целого и социальных процессов, они относятся к теориям среднего уровня.
Статистические методы	– совокупность моделей и методов прикладной математической статистики используемых в социологии при сборе и обработке, анализе, моделировании и сопоставлении данных разных исследований.

Таксономические процедуры	– математико-статистические методы многомерной типологизации социальных объектов.
Тест (тестирование)	– метод, техника изучения и измерения сложных свойств и качеств личности, неподдающихся прямому непосредственному наблюдению.
Техника социологического исследования	– совокупность преимущественно организационных и методических приемов и способов сбора, обработки и анализа данных. Иногда в качестве синонима используется термин процедура.
Типологизация	– метод социологического исследования, в основе которого лежит выявление сходства и различия множества социальных объектов, поиск надежных способов их идентификации, устойчивых сочетаний свойств социальных явлений в системе переменных, их группировка с помощью обобщенной идеализированной модели. Результатом типологизации является выделение определенных типов социальных явлений.
Управляемая переменная	– независимая переменная величина, отражающая те социальные процессы, которые могут непосредственно регулироваться и контролироваться социальным управлением, т.е. могут быть изменены с помощью прямых управляющих воздействий (планирование, стимулирование, организация труда и производства, данной политики, контроля и т.д.).
Факт социальный	– единичное общественно значимое событие или некоторая совокупность однородных событий типичная для той или иной сферы общественной жизни или характерная для определенных социальных процессов.
Факторный анализ	– метод многомерной математической статистики, применяющейся обычно для измерений взаимосвязей между признаками социальных объектов и классификация признаков с учетом этих взаимосвязей.
Формализация	– тенденция к все более широкому использованию в социологии дискурсивных (логических) способов социологического рассуждения, административных методов организации исследований, количественных методов, описания и анализа данных, формальных методов реконструкции и оценки теорий.
Шкалирование многомерное	– совокупность методов для построения производных многомерных шкал по некоторым наборам первичных одномерных шкал.

Шкалы

- измерительная часть инструмента для оценки социальной информации, собираемой в процессе опроса, наблюдения или анализа документов. Простейшая шкала состоит из двух или более пунктов градаций или категорий шкалы. Всякая шкала сопровождается заданием – инструкцией по ее заполнению или применению, предусматривающий способ явно или неявно указанный критерий отнесения отдельных изучаемых совокупностей к той или иной категории или градации шкал. Обычно выделяют четыре типа шкал: номинальные, порядковые, интервальные и пропорциональные шкалы. Можно конструировать и более сложные шкалы.

Эксперимент

- общенаучный метод получения в контролируемых, управляемых условиях новых знаний, в первую очередь о причинно-следственных отношениях между явлениями и процессами, применяемыми в социологии с учетом специфики ее элементов и методов, в любом случае можно говорить о социологическом эксперименте. Социологический эксперимент можно использовать также для решения задач оптимизации и прогнозирования социальных процессов.

Экспертных оценок метод

- процедура получения первичных эмпирических данных, широко используемая при проведении социологических исследований, состоит из специально отобранных экспертов относительно значений некоторых переменных, дающих необходимую информацию об объекте оценок, в том числе экспертов выступают наиболее компетентные люди.

Эмпирические исследования

- Установление, обобщение социальных фактов посредством прямой или косвенной регистрации свершившихся событий, характерных для изучаемых явлений, объектов и процессов.