

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И СОЦИОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

Н.М. Воловская

**МЕТОДИКА И ТЕХНИКА
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Учебно-методический комплекс
для студентов специальности 030602 «Связи с общественностью»

Новосибирск
2009

ББК 60.5
В 68

Издается в соответствии с планом учебно-методической работы НГУЭУ

В 68 **Воловская Н.М.**

Методика и техника социологических исследований: Учебно-методический комплекс. – Новосибирск: НГУЭУ, 2009. – 76 с.

ББК 60.5

© Воловская Н.М., 2009
© НГУЭУ, 2009

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ МАТЕРИАЛОВ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

В данном учебно-методическом комплексе содержатся: рабочая программа учебной дисциплины, методические указания по выполнению контрольных работ, тексты лекций по учебной дисциплине, словарь терминов (глоссарий), материалы тестовой системы курса. Методические рекомендации по решению задач показаны на одном примере, так как все ситуации в заданиях по выполнению контрольных работ однотипные. Работу с учебно-методическим комплексом целесообразно начинать с изучения рабочей программы, чтобы получить представление о структуре курса. Затем следует перейти к изучению текстов лекций, отвечая на контрольные вопросы для самостоятельной подготовки по теме и обращаясь к тестовой системе курса для самопроверки. Все специальные термины, которые вводятся в лекциях, дополнительно разъясняются в Словаре терминов (глоссарии). После этого следует ознакомиться с разделом, где дан пример решения ситуационных задач, в соответствии с которым необходимо выполнять контрольную работу.

Студенты заочной формы обучения выполняют по данному курсу только контрольную работу. В связи с этим учебно-методический комплекс не дает исчерпывающей информации по темам курса, а лишь направляет работу студента и дает необходимый минимум материала для выполнения контрольных работ. Поэтому студентам, которые хотят получить знания в объеме, достаточном для специалиста по связям с общественностью, следует обратиться к чтению основной и дополнительной литературы по курсу учебной дисциплины.

ПОЖЕЛАНИЯ К ИЗУЧЕНИЮ ОТДЕЛЬНЫХ ТЕМ КУРСА

При изучении темы 1 «Социологическое исследование: понятие и виды. Этапы проведения» следует обратить внимание на функции и виды социологических исследований и их классификацию по различным признакам. Этапы проведения исследования.

При изучении темы 2 «Программа социологического исследования: стадии и требования к ее построению» нужно усвоить содержание и роль программы в исследовательском процессе, ее функции. Обратить внимание на стадии программы и изучить виды работ, выполняемых на различных стадиях.

При изучении темы 3 «Методы сбора социологической информации» необходимо в первую очередь уяснить их смысл, достоинства и недостатки каждого из методов, сферу их применения при решении различных исследовательских задач. Особое внимание следует уделить такому методу, как опрос, так как – это основной метод сбора социологической информации. Необходимо изучить виды опросов.

При изучении темы 4 «Вопросы: виды, характеристика отдельных видов» необходимо уяснить, что вопрос является основной составляющей опроса. Следует обратить внимание на их классификацию и познавательные возможности вопросов разных типов. Студент должен знать основные правила формулировки вопросов. Трудные, сложные, наводящие и деликатные вопросы.

При изучении темы 5 «Социологическая анкета: виды, правила, конструирование. Интервью» следует уяснить, что анкета является инструментом социологического исследования. Поэтому студент должен обратить внимание на логику ее построения и правила композиции. Знать, как осуществлять анализ качества анкеты и ее логический контроль.

Студент должен понять, чем анкетирование отличается от интервью. Знать виды, особенности интервью, возможности и ограничения, преимущества и недостатки. Особо следует обратить внимание на обработку и анализ результатов, табличное и графическое представление данных.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАБОТЕ С ЛИТЕРАТУРОЙ

Работая с литературными источниками, указанными в программе и методических рекомендациях по написанию контрольных работ, лучше всего прибегать к конспектированию. Делая конспекты, вы сможете лучше усвоить материал, качественно подготовиться к зачету по дисциплине.

Базовыми литературными источниками учебной дисциплины являются учебные пособия:

1. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Методы социологического исследования. – М., 2004.
2. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 3: Методика и техника исследования. – М., 2004.
3. *Основы общей социологии.* Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н.Москвичев. – М., 2003.
4. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М., 2003.
5. *Ядов В.А.* Стратегии социологического исследования: понимание, объяснение, описание. – М., 1998.
6. *Ядов В.А.* Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара, 1995.

Из дополнительной литературы можно порекомендовать следующие источники:

1. *Аверьянов Л.Я.* Искусство задавать вопросы: заметки социолога. – М., 1987.
2. *Бутенко И.А.* Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. – М., 1989.
3. *Татарова Г.Г.* Методология анализа данных в социологии. – М., 1998.
4. *Толстова Ю.Н.* Анализ социологических данных. – М., 2000.
5. *Прикладная социология: Учебное пособие / Под ред. Ю.Н.Колесникова.* – Ростов-н/Д, 2002.

РАЗЪЯСНЕНИЯ ПО ПОВОДУ РАБОТЫ С ТЕСТОВОЙ СИСТЕМОЙ

Назначение предлагаемой тестовой системы – проверить теоретические знания, полученные при изучении лекционного материала. Эти задания отражают содержание каждой темы в отдельности. Оценка ответов производится в соответствии со следующим принципом: правильные ответы на уровне 100–90% условно приравниваются к оценке «отлично», 89–70% – «хорошо», 69–51% – «удовлетворительно», 50% и менее правильных ответов – «неудовлетворительно».

СОВЕТЫ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАЧЕТУ, НАПИСАНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

1. После изучения каждой темы проверить знания путем ответа на тестовые задания.
2. Изучение дисциплины следует начать с внимательного чтения основной литературы.
3. Для более глубокого изучения вопросов курса следует использовать дополнительную литературу.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ВЫПИСКА ИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА СД.В.4.10.01. «МЕТОДИКА И ТЕХНИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ»

Учебная дисциплина «Методика и техника социологических исследований» для специальности 030602 «Связи с общественностью» относится к числу специальных дисциплин и является курсом по выбору. Образовательные стандарты отсутствуют.

1.2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Современную жизнь трудно представить без социологических опросов. Их проводят политики, чтобы узнать электоральное поведение; их проводят маркетологи, чтобы узнать какие товары пользуются спросом на рынке; их проводят в организациях, чтобы выяснить мнение работников по различным вопросам, касающимся жизни трудового коллектива и т.д. Ни один уважающий себя политик, работодатель, рекламодатель не решится на серьезные заявления и решения, не узнав, что думают по этому поводу люди. И практически в любой организации нужны специалисты, обладающие умением составить программу социологического исследования, разработать инструментарий для ее проведения, провести опрос, обработать и проанализировать полученные данные. В связи с этим целью учебной дисциплины «Методика и техника социологических исследований» является ознакомление студентов с существующими методами сбора социологической информации и развитие у них умения и навыков проведения социологических исследований.

Задачами дисциплины «Методика и техника социологических исследований» являются:

- 1) ознакомление обучающихся с организационно-методической работой по составлению программы социологических исследований и ее основными разделами;
- 2) ознакомление студентов с методами сбора социологической информации;
- 3) развитие у студентов навыков практического использования различных методов сбора, социологической информации;
- 4) привитие навыков обработки, анализа и оценки результатов полученных социологических данных.

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

По окончании изучения дисциплины «Методика и техника социологических исследований» студент должен:

- *иметь представления:* о видах социологических исследований, основных этапах и стадиях разработки программы социологического исследования, основных методах сбора социологической информации, основных достоинствах и недостатках отдельных методов;

- *знать:* объект, предмет, цели, задачи, место данной дисциплины среди других дисциплин, основные категории и понятия, требования, предъявляемые к определению проблемы исследования, проблемной ситуации, к выдвижению задач и гипотез исследования, определению объема выборки, к формулированию вопросов и т.д.;

- *уметь:* вычленять предметную область дисциплины; грамотно составить программу социологического исследования, выбрать соответствующий данному исследованию метод сбора информации, разработать инструментарий исследования и провести исследование, уметь применить на практике методы анализа полученных результатов.

1.4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения дисциплины учебным планом для специальности 030602 «Связи с общественностью» на очной форме обучения предусмотрен зачет, для заочной формы – положительно оцененная контрольная работа.

Текущий контроль. В течение семестра преподаватель дисциплины осуществляет текущий контроль на основе посещаемости занятий и выполнения тех видов работ (практических, контрольных, коллоквиумов), которые выбираются преподавателем по отдельным темам самостоятельно. Выполнение всех работ является обязательным для студентов. Результаты ответов на коллоквиумах, выполнение контрольных работ на практических занятиях могут являться основанием для выставления оценок текущего контроля и зачета (экзамена) студентам дневной формы обучения. Кроме этого, студент дневной формы обучения должен самостоятельно провести небольшое социологическое исследование, проанализировать результаты.

Для студентов заочной формы обучения текущим контролем по дисциплине является выполнение контрольной работы.

Раздел 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование тем	Очная форма обучения			Заочная форма обучения
	Количество часов			Количество часов
	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Самостоятельная работа
Тема 1. Социологическое исследование: понятие и виды. Этапы проведения	2	2	8	40
Тема 2. Программа социологического исследования: стадии и требования к ее построению	2	2	8	40
Тема 3. Методы сбора социологической информации	3	2	8	40
Тема 4. Вопросы: виды, характеристика отдельных видов	2	6	8	40
Тема 5. Социологическая анкета: виды, правила, конструирование. Интервью.	3	6	8	40
Всего	12	18	40	200

2.2. СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Социологическое исследование: понятие и виды. Этапы проведения

Понятие социологического исследования, функции социологических исследований. Виды социологических исследований и их классификация по различным признакам. Конкретные, монографические, разовые, повторные, сплошные, выборочные, панельные, когортные, трендовые и др. – их характеристика. Этапы проведения исследования.

Тема 2. Программа социологического исследования: стадии и требования к ее построению

Понятие программы социологического исследования. Роль программы в исследовательском процессе. Функции программы: теоретико-методологическая, методическая, организационная. Структура программы социологического исследования: основные блоки программы и связи между ними.

Основные стадии (этапы) составления программы: формулировка проблемы, определение целей и задач исследования, логический анализ основных понятий, выдвижение гипотез и операционализация понятий, определение выборочной совокупности, выбор методов и составление

инструментария, полевое обследование, обработка и интерпретация полученных данных, выводы и подготовка научного отчета. Основные требования, предъявляемые к каждой стадии (этапу).

Тема 3. Методы сбора социологической информации

Анализ документов в социологии. Понятие документа. Сущность метода анализа документов. Достоинства и недостатки метода. Типы решаемых методом задач. Классификации документов. Проблема достоверности документальной информации. Контент-анализ в социологии: задачи, направления использования, основные процедуры контент-анализа, инструментарий. Категории анализа, единицы анализа, единицы счета¹.

Опрос как основной метод сбора социологической информации и его разновидности. Определение и сущность социологического опроса. Достоинства и недостатки опросных методов в целом. Виды опросов (анкетирование, интервью, почтовый, прессовый, телефонный, экспертный опросы). Технические средства опросов.

Наблюдение в социологии. Специфика социологического наблюдения. Виды наблюдений. Преимущества и недостатки наблюдения. Типы решаемых задач. Программа наблюдения, ее структура. Основные этапы и инструментарий. Вид, в котором представляются результаты, полученные этим методом. Типы ролей наблюдателя. Подготовка наблюдателей.

Научный эксперимент. Сущность эксперимента. Особенности эксперимента в социологии. Логическая структура эксперимента. Контрольные и экспериментальные группы. Понятие чистоты эксперимента. Критерии классификации экспериментов. Виды экспериментов.

Тема 4. Вопросы: виды, характеристика отдельных видов

Вопрос как основная составляющая опроса. Классификация вопросов и их характеристика. Познавательные возможности вопросов разных типов: их плюсы и минусы (недостатки и ограничения разных типов вопросов, проблема достоверности разных типов вопросов). Использование различных типов вопросов на разных стадиях исследования. Типы задач, требующие разных видов вопросов. Основные правила формулировки вопросов. Трудные, сложные, наводящие и деликатные вопросы.

Тема 5. Социологическая анкета: виды, правила, конструирование. Интервью

Анкетирование как основной вид опроса: достоинства и недостатки. Анкета как инструмент социологического исследования. Логика построения анкеты. Правила композиции. Базисная часть анкеты и обслуживающие разделы. Основные требования к оформлению анкеты. Технические приемы, используемые в анкете. Анализ качества анкеты. Логический контроль анкеты. Ошибки анкетера и контроль поля.

Интервью, его особенности, возможности и ограничения. Классификации интервью. Стандартизированное интервью: сущность метода, требования к процедуре и инструментарию, специфика ролей интервьюера и респондента, подбор интервьюеров и их обучение. Преимущества и недостатки стандартизированного интервью. Формализованное и неформализованное интервью. Фокусированное интервью: сущность метода, типы решаемых задач, достоинства и недостатки метода, процедура и инструментарий.

Обработка и анализ результатов. Общие принципы. Табличное и графическое представление данных.

¹ Для студентов специальности 030602 «Связи с общественностью» данные вопросы читаются в отдельном курсе по выбору.

Раздел 3. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие социологического исследования, функции социологических исследований.
 2. Виды социологических исследований и их классификация по различным признакам.
- Этапы проведения исследования.
3. Понятие программы социологического исследования. Функции программы.
 4. Структура программы социологического исследования: основные блоки программы и связи между ними.
 5. Основные стадии (этапы) составления программы: формулировка проблемы, определение целей и задач исследования
 6. Основные стадии (этапы) составления программы: логический анализ основных понятий, выдвижение гипотез и операционализация понятий
 7. Основные стадии (этапы) составления программы: определение выборочной совокупности, выбор методов
 8. Основные стадии (этапы) составления программы: составление инструментария, полевое обследование, обработка и интерпретация полученных данных, выводы и подготовка научного отчета.
 9. Сущность метода анализа документов. Достоинства и недостатки метода. Типы решаемых методом задач. Классификации документов. Проблема достоверности документальной информации.
 10. Определение и сущность социологического опроса. Достоинства и недостатки опросных методов в целом. Виды опросов. Технические средства опросов.
 11. Почтовый опрос: отличительные черты, достоинства и недостатки. Требования к процедуре и инструментарии. Способы повышения возврата анкет.
 12. Прессовый опрос: отличительные черты, достоинства и недостатки. Требования к процедуре и инструментарии.
 13. Телефонный опрос: сущность, достоинства и недостатки метода, процедура и инструментарий.
 14. Экспертный опрос: специфика и виды метода, процедура и инструментарий, основные этапы.
 15. Специфика социологического наблюдения. Виды наблюдений. Преимущества и недостатки наблюдения.
 16. Программа наблюдения, ее структура. Основные этапы и инструментарий.
 17. Особенности эксперимента в социологии. Логическая структура эксперимента. Контрольные и экспериментальные группы.
 18. Анкетирование как основной вид опроса: достоинства и недостатки. Анкета как инструмент социологического исследования.
 19. Логика построения анкеты. Правила композиции. Базисная часть анкеты, обслуживающие разделы. Основные требования к оформлению анкеты.
 20. Вопрос как основная составляющая анкеты. Классификация вопросов и их характеристика.
 21. Познавательные возможности вопросов разных типов: их плюсы и минусы (недостатки и ограничения разных типов вопросов, проблема достоверности разных типов вопросов).
 22. Основные правила формулировки вопросов.
 23. Анализ качества анкеты. Логический контроль анкеты.
 24. Интервью, его особенности, возможности и ограничения. Классификации интервью.
 25. Стандартизированное интервью: сущность метода, требования к процедуре и инструментарии
 26. Формализованное и неформализованное интервью, их характеристика
 27. Обработка и анализ результатов. Общие принципы. Табличное и графическое представление данных.

3.2. ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. *Добренъков В.И., Кравченко А.И.* Методы социологического исследования. – М., 2004.
2. *Добренъков В.И., Кравченко А.И.* Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 3: Методика и техника исследования. – М., 2004.
3. *Основы общей социологии.* Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н.Москвичев. – М., 2003.
4. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М., 2007.
5. *Ядов В.А.* Стратегии социологического исследования: понимание, объяснение, описание. – М., 2003.
6. *Ядов В.А.* Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара, 1995.

Дополнительная

1. *Аберкромби Н., Хилл С., Тернер. Б.* Социологический словарь. – Казань, 1997.
2. *Аверьянов Л.Я.* Искусство задавать вопросы: заметки социолога. – М., 1987.
3. *Андреев В.Г., Сотникова Т.Н.* Телефонные опросы населения: Методические рекомендации по проведению выборочных массовых опросов. – М., 1985.
4. *Асхаков С.И.* Методика и техника социологического исследования: Курс лекций. – Карачаевск, 2000.
5. *Бабосов Е.М.* Прикладная социология. – М., 2001.
6. *Батыгин Г.С.* Лекции по методологии социологических исследований. – М., 1996.
7. *Белановский С.А.* Глубокое интервью. – М., 2001.
8. *Белановский С.А.* Метод фокус-групп. – М., 1997.
9. *Биографический метод* в изучении постсоциалистических обществ. – СПб., 1997.
10. *Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В.* Фокус-группы как метод социально-психологического исследования: Учебное пособие. – М., 1997.
11. *Бутенко И.А.* Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. – М., 1989.
12. *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования. – Екатеринбург, 1998.
13. *Дмитреева Е.В.* Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М., 1998.
14. *Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М., 1999.
15. *Козина И.* Case study: некоторые методические проблемы // Рубеж. – 1997. – № 10–11. – С. 177–189.
16. *Ньюман Л.* Полевое исследование // Социс. – 1999. – № 4. – С. 110–121.
17. *Основы прикладной социологии.* – М. – 1996.
18. *Осипов Г.В.* Рабочая книга социолога. – 3-е изд. – М., 2003.
19. *Семенова В.В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М., 1998.
20. *Страусс А. Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. – М., 2001.
21. *Паниотто В.И.* Качество социологической информации. – Киев, 1986.
22. *Прикладная социология: Учебное пособие / Под ред. Ю.Н.Колесникова.* – Ростов-н/Д, 2002.
23. *Татарова Г.Г.* Методология анализа данных в социологии. – М., 1998.
24. *Толстова Ю.Н.* Анализ социологических данных. – М., 2000.

ТЕКСТЫ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: ПОНЯТИЕ И ВИДЫ. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ

1.1. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: ПОНЯТИЕ И ВИДЫ

Социологическое исследование представляет собой процедуру анализа социальной действительности с помощью специальных методов, позволяющую систематизировать факты об изучаемых социальных явлениях и процессах, об их связях, отношениях и зависимостях.

Выделяют такие функции социологических исследований, как:

- 1) *информационно-исследовательская* – создание постоянно обновляемой и дополняемой базы социальной информации;
- 2) *организационно-внедренческая* – разработка по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций, мероприятий, предоставление информации заинтересованным лицам;
- 3) *пропагандистская* – распространение основ социологических знаний, особенно среди руководящего состава организации;
- 4) *методическая* – разработка новых, изучение и использование имеющихся прогрессивных методов ведения социологических исследований.

Социологические исследования бывают следующих видов:

1. В зависимости от цели различают конкретные и монографические. *Конкретные* (эмпирические, прикладные) *исследования* направлены на решение конкретных задач, имеющих проблем в той или иной области (например, в экономике, праве, философии) и в отдельных трудовых коллективах. Можно изучать социальные проблемы преступности, текучести кадров, удовлетворенность трудом и др. Это будут прикладные исследования. Прикладное исследование также призвано изучать и оценивать последствия реальных процессов, происходящих в обществе. Например, воздействие наводнений на поведение людей и жилой фонд городов. Цель такого исследования – выявить, какую федеральную помощь следует оказать пострадавшим. *Монографические исследования* нацелены на изучение какого-либо социального явления или процесса на одном объекте, взятом самостоятельно или в качестве представителя целого класса подобных объектов. Например, город может рассматриваться и как самостоятельный объект исследования, и как типичный представитель определенной группы городов. Цель монографического исследования – постановка точного социального диагноза. Монографические исследования распространены в социологии деревни, где они выступают средством получения «социальных портретов» отдельных поселений. Такое исследование базируется на сборе информации об отдельных сторонах жизни населения – о структуре семей, занятости, источниках доходов, их размерах, особенностях трудовой деятельности, местных обычаях в сфере труда и досуга и т.д. Монографические исследования имеют особое значение при глубинном, системном изучении механизмов социальных закономерностей. Они не претендуют на получение репрезентативной информации. Их задача – детальный анализ нового явления. А впоследствии на основе таких исследований можно организовывать крупномасштабные эмпирические исследования.

2. Исследование может быть сплошным и выборочным. При *сплошном исследовании* изучается вся генеральная совокупность, т.е. весь объект исследования, все входящие в него единицы. Вместе с тем, если генеральная совокупность достаточно велика, то может проводиться *выборочное исследование*, когда изучается мнение лишь специально подобранной группы людей. Свое название она получило благодаря использованию специальной процедуры отбора из огромной совокупности единиц исследования – генеральной совокупности небольшой части – выборочной совокупности, которая очень точно отражает основные параметры целого. Обычно социологи для ее обозначения используют термин «выборка». Причем выводы, полученные по этой группе, с некоторой вероятностью распространяются на всю совокупность. Выборочное исследование имеет наибольшее распространение, оно более экономично и не менее надежно, чем сплошное, хотя требует более изощренной методики и техники. Поэтому особенности построения выборочной совокупности будут рассмотрены нами отдельно.

3. В зависимости от того, в статике или динамике изучается объект, выделяют разовые и повторные исследования. *Разовые исследования* позволяют получить информацию о состоянии явления на момент его изучения. Социолог получает как бы «срез» состояния явления. *Повторные исследования* проводятся по единой программе через определенные промежутки времени на протяжении длительного периода. С их помощью объект исследования изучается в развитии. Они позволяют выявить динамику и тенденции развития изучаемого явления.

Повторные исследования, в свою очередь, подразделяются на лонгитюдные, панельные, когортные и трендовые.

Лонгитюдное исследование (от англ. долгота) – длительное изучение одной совокупности лиц. Это многократная регистрация определенных показателей через строго установленные промежутки времени, чтобы определить динамику их изменения и взаимовлияния. Первоначально лонгитюдные исследования применялись в детской возрастной психологии. Сейчас социологи через определенные промежутки времени изучают различные показатели: занятость, уровень жизни, смертность и т.д. Примером крупных исследований такого рода является исследование семейных бюджетов, проводившихся еще в советские времена. Сейчас оно проводится с 1992 г. при финансовой поддержке Мирового банка. Иначе лонгитюдное исследование называется мониторингом. С 1992 г. в масштабах страны проводился мониторинг социально-трудовой сферы, но сейчас из-за отсутствия средств эта работа прекращена.

Панельное исследование является разновидностью лонгитюдного. Это – исследование, проводящееся по единой программе, на одной и той же выборке и по единой методике через определенный интервал времени. Цель – анализ динамики событий. Объектом панельных исследований выступает панель. Это – совокупность одних и тех же людей, групп (например, индивидов, семей, школьников, женщин и др.), опрошенная в базовом и повторном исследовании. Эти исследования проводятся через определенные интервалы времени на протяжении длительного периода. Например, если в первый раз базовое исследование включало выборочный опрос школьников десятых классов, то при его повторении через 10 лет надо вновь опросить этих, теперь уже бывших школьников. Выделяют и такое понятие, как псевдопанель – совокупность людей, подобранная так, что по основным параметрам – возрасту, образованию, профессии – она напоминает базовую, но это не одни и те же люди (например, молодые рабочие в 1992 г. и молодые рабочие в 2002 г.). Панельные исследования утвердились в практике опросов общественного мнения. Примером типичного панельного исследования может быть исследование планов выпускников средних школ: первый раз их можно опросить накануне выпускных экзаменов, второй – после окончания приема в вузы, третий – после окончания вуза, а затем – по стадиям трудовой карьеры.

Когортные исследования изучают более специфические совокупности (когорты). Термин «когорта» означает совокупность людей одного года рождения. В таком исследовании в выборку каждый раз могут попадать разные индивиды, однако все они должны принадлежать одной и той же когорте. Например, когортные исследования позволяют узнать, как у лиц одного поколения с течением времени меняются условия и образ жизни, потребности, ценностные ориентации, установки.

Трендовые исследования ориентированы на изучение изменений данной социальной группы как определенной целостности. Цель таких исследований – установление тенденций (трендов) социальных изменений. В отличие от панельного исследования, при трендовом опросе нет нужды сохранять в выборке тех же самых индивидов в изучаемой совокупности. Необходимо лишь обеспечить их принадлежность к одной и той же социальной группе. Пример – переписи населения.

4. В зависимости от применяемой методологии социологическое исследование может быть количественным или качественным.

В *количественном исследовании* гипотезы формируются в самом начале, и затем все исследование посвящено их проверке. В количественном исследовании данные представляются в виде таблиц, схем, графиков.

В *качественном исследовании* нет четкого разграничения этапов исследования, например, анализ и полевые наблюдения часто осуществляются одновременно. Гипотезы выдвигаются практически «на выходе», в конце исследования; концепции и понятия на начальном этапе формулируются в самом общем виде и становятся более определенными лишь после полевого обобщения; измерительные инструменты разрабатываются по итогам полевого этапа. Форма представления данных и их подача носят описательный характер.

5. Выделяют так же *поисковые (разведывательные)* и *пилотажные* исследования. Иногда эти виды используют как синонимы. На мой взгляд, это разные виды пробного исследования.

Поисковые – предназначены для уточнения проблемы, более корректной постановки задач, выдвижения гипотез. Такое исследование проводится, когда недостаточно литературы по исследуемой проблематике или же она отсутствует совсем. Это простое исследование, так как ограничен круг задач, число опрашиваемых, упрощен инструментарий и программа. В результате ученый получает лишь прикидочные сведения для общей ориентации в проблеме. Для этого вида исследований могут применяться различные методы: интервью, наблюдение, фокус-группа, опрос экспертов и др.

Пилотажные исследования предназначены для отработки технических процедур и приемов, чаще всего для апробации инструментария (например, анкет, разработочных таблиц и т.п.). Подобная проверка нужна, как пробная поездка при покупке подержанного автомобиля. Она помогает обнаружить проблемы, которые в полной мере могут проявиться только в полевых условиях. К выборке особых требований не предъявляется, главное, чтобы она была разнообразной (т.е. включала разные группы респондентов). Это исследование по укороченному плану и главная репетиция перед основным исследованием. Пилотаж позволяет установить, правильно ли понимают вопросы респонденты, не слишком ли длинна и утомительна анкета, сколько времени занимает ее заполнение и др., и в случае необходимости внести соответствующие исправления в анкету и методику проведения. К проведению пилотажного исследования надо относиться, как к приобретению страховки: вы, конечно, можете обойтись и без нее, если повезет. А если нет?

6. *Описательное и аналитическое исследование.*

Описательное исследование – это исследование, основанное на репрезентативных сведениях, соответствующее всем требованиям научного поиска. Описательным оно именуется не потому, что дается поверхностный срез явления, а потому, что при таком исследовании не выявляются причинные связи. Большинство проводимых исследований относится к данному виду. *Аналитическое исследование* – это самый углубленный вид и оно в отличие от описательного выявляет скрытые причины возникновения социального явления. Но такие исследования встречаются не часто.

1.2. ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Социологическое исследование проводится в несколько этапов.

Первый – подготовка к проведению исследования: разработка программы исследования.

Второй – разработка инструментария исследования и сбор первичной социологической информации.

Третий – подготовка собранной информации к обработке и ее обработка.

Четвертый – анализ обработанной информации, составление выводов и предложений.

Пятый – подготовка отчета о результатах исследования, практических рекомендаций.

Как видим, социологическое исследование начинается вовсе не с разработки анкеты, как принято думать, а с проработки проблемы, выдвижения целей и гипотез. Лишь затем социолог переходит к разработке инструментария (чаще всего это действительно анкета), и лишь в самом конце работы выходят на практические рекомендации.

Контрольные вопросы

1. Какие функции выполняет социологическое исследование?
2. Какие виды социологических исследований Вы знаете?
3. На какие виды подразделяются социологические исследования в зависимости от того, в статике или динамике изучается объект?
4. Что Вы понимаете под панельным исследованием?
5. Объясните, пожалуйста, что означают термины «выборка» и «генеральная совокупность»?
6. С какой целью применяется пилотажное исследование?
7. Как Вы понимаете монографические исследования?
8. Назовите этапы социологического исследования.

Литература

Основная

1. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Методика и техника исследования. – М., 2004.
2. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 3: Методика и техника исследования. – М., 2004.

3. Основы общей социологии. Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М., 2003.

4. Ядов В.А. Стратегии социологического исследования: понимание, объяснение, описание. – М., 1998.

Дополнительная

1. Асхаков С.И. Методика и техника социологического исследования: Курс лекций. – Карачаевск, 2000.

2. Бабосов Е.М. Прикладная социология. – М., 2001.

3. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. – М., 1996.

4. Страусс А. Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. – М., 2001.

5. Прикладная социология: Учебное пособие / Под ред. Ю.Н. Колесникова. – Ростов-н/Д, 2002.

6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара, 1995.

Тема 2. ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: СТАДИИ И ТРЕБОВАНИЯ К ЕЕ ПОСТРОЕНИЮ

2.1. ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОНЯТИЕ И СТАДИИ

Разработка программы социологического исследования – очень ответственный момент. Программа считается обязательным документом социологического исследования, так как независимо от вида исследования в ней определяются исходные посылки, цели и задачи, методическое обеспечение и организационная структура исследования. *Программа представляет собой научный документ, отражающий логически обоснованную схему перехода от теоретического уровня знания, выраженного моделью и гипотезами, к способам его эмпирического получения, т.е. объекту и инструментарию исследования.* Программа является основой социологического исследования, его квинтэссенцией. Но, с другой стороны, ее роль не следует преувеличивать. Она выполняет вспомогательную функцию. Это рабочий механизм социологического поиска, так как собранные факты еще нужно обработать, интерпретировать и т.д.

Программа относится к стратегическому типу документов, цель которых – представить общую схему, изложить концепцию будущего исследования.

Выделяют следующие стадии (этапы) составления программы:

- формулировка проблемы;
- определение целей и задач исследования;
- логический анализ основных понятий;
- выдвижение гипотез и операционализация понятий;
- определение выборочной совокупности;
- выбор методов и составление инструментария;
- полевое обследование;
- обработка и интерпретация полученных данных;
- выводы и подготовка научного отчета.

2.2. ХАРАКТЕРИСТИКА СТАДИЙ ПРОГРАММЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В данном разделе дана общая характеристика стадий, а некоторые стадии в дальнейшем будут рассмотрены более подробно.

1. **Формулировка проблемы** задает тон всему социологическому исследованию. Она включает в себя 1) формулировку проблемной ситуации и 2) непосредственно постановку самой проблемы. В основе проблемной ситуации лежит нерешенное социальное противоречие, нерешенные вопросы. После определения проблемной ситуации нужно сформулировать проблему. Проблема

исследования представляет собой так называемое состояние «знания о незнании» (по выражению В.А. Ядова) определенных сторон явления. *Проблема – это форма научного отображения проблемной ситуации.* Она формулируется как выражение необходимости изучения определенной области социальной жизни, разработки теоретических средств и практических действий, направленных на выявление причин, вызывающих противоречия, на их разрешение. Часто социологи совершают типичную ошибку, отождествляя тему исследования с проблемой. Например, такие выражения, как «проблема текучести кадров», «проблема женского пола», не могут быть проблемами исследования, это – темы. Проблема должна формулироваться более конкретно, в ней не должно быть широких абстрактных определений, так как существует опасность, что социолог будет искать ответ не на одну, а на множество проблем, и может не решить ни одной.

2. Определение целей и задач исследования. *Цель исследования – модель ожидаемого решения проблемы, ожидаемый конечный результат, который может быть достигнут, только с помощью проведения исследования.*

Для достижения поставленной цели в ходе исследования должен быть решен ряд задач. *Задачи – это конкретные требования, предъявляемые к анализу и решению сформулированной проблемы.* Они служат средством реализации цели и носят инструментальный характер. Их необходимо четко сформулировать. Например: «изучить причины текучести кадров, в том числе по половозрастным, стажевым, профессионально-квалификационным группам работников», «проанализировать тесноту связи между уровнем заработной платы и удовлетворенностью работников трудом» и т.п. Задачи могут быть основные, ориентированные на решение главной проблемы, и вспомогательные, затрагивающие отдельные побочные вопросы. При построении плана исследования задачи должны быть систематизированы по этапам его проведения.

Алгоритм связи между тремя элементами программы: проблемой, целью и задачами можно показать на простом примере. На площади нашли труп неизвестной девушки (проблемная ситуация, проблема). Цель – найти виновника. Перед оперативниками ставят задачи: опросить возможных свидетелей, выяснить круг знакомых жертвы, установить возможную мотивацию преступления и т.д. Одно вытекает из другого, а все они – логически связанные причинной связью звенья единой цепи: проблема → цель → задачи.

Не менее важным на данной стадии является определение объекта и предмета исследования. *Объект исследования – носитель проблемной ситуации (социальная группа, совокупность людей).* Он должен быть:

- четко обозначен (профессиональная, отраслевая, территориальная принадлежность; функциональная определенность – изучаются межличностные отношения на работе, производственные связи, досуг и т.п.);
- ограничен временными рамками (изучается в статике или в динамике, с каким временным интервалом);
- количественно определен (изучаются вся совокупность, выборка, каков процент и репрезентативность выборки);
- описан в системе факторов, влияющих на его состояние.

В рамках объекта выделяют единицы исследования (наблюдения) – элементы, в отношении которых ведется сбор информации. Такая группировка называется еще типологизацией объекта исследования. Она может проводиться по количественным признакам (возраст, стаж) и качественным (пол, профессия и пр.)

Предметом исследования являются те стороны объекта, его функционирования, которые нужно изучить, чтобы решить поставленные задачи, выполнить намеченную цель. Так, в качестве объекта исследования может выступать «коллектив цеха № 5». Предметом исследования могут быть: взаимоотношения в коллективе, текучесть кадров, стиль и методы руководства и т.п. Предмет исследования может иметь сложную структуру, например: текучесть кадров (факторы, мотивы, причины, последствия, направления и т.п.)

3. Логический анализ основных понятий. Данный анализ заключается в логическом структурировании основных понятий, фигурирующих в определении предмета исследования. Логический анализ этих понятий предполагает точное, всестороннее объяснение их содержания и структуры. Итогом подобной процедуры выступает теоретическая модель исследования. Иначе логический анализ называют теоретической интерпретацией понятий.

Интерпретация понятий – уточнение, истолкование их смысла. Теоретическая интерпретация подразумевает, во-первых, выделение и описание главных, опорных понятий (переменных), которые вы собираетесь использовать при построении своей модели. Во-вторых,

наведение порядка среди описанных понятий, их упорядочение и раскрытие через понятия меньшей степени общности. В-третьих, осуществляется факторная интерпретация, т.е. установление взаимосвязей между исходными понятиями и переменными.

Например, возьмем понятие «удовлетворенность трудом». Оно определяется через удовлетворение:

- специальностью;
- содержанием и характером работы;
- отношениями с коллегами по работе;
- отношениями с руководством и т.д.

Кроме этого, необходимо выделить факторы, оказывающие влияние на удовлетворенность трудом. Их можно подразделить на субъективные и объективные. К *объективным* относятся: условия и организация труда, уровень ЗП, содержание труда и т.д. К *субъективным* – социально-демографические характеристики, факторы сознания (ценности, мотивация и т.д.) и факторы поведения (выполнения заданий, уровень дисциплинированности, инициативность и т.д.).

Анализ основных понятий – это, по сути, теоретическое моделирование исследования. Например, мы хотим изучить объективные личностные факторы безработных. К ним относятся социально-экономическое положение и социально-демографические характеристики. Будем считать их переменными или крупными основными понятиями. И теперь посмотрим, какими понятиями меньшего порядка их можно выразить. Понятие «социально-экономическое положение» можно разделить на две составляющие: социальные характеристики и материальную обеспеченность.

Главное заключается в том, что анализ основных понятий – это, по сути, теоретическое моделирование исследования.

4. Выдвижение гипотез и операционализация понятий. *Гипотеза*, научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть. Выдвижение гипотез – это очень ответственный момент, так как они задают направление всему исследованию.

Суть гипотезы: это имеет место потому, что имеет место то. Пример гипотезы: на профессиональную ориентацию влияют стереотипные установки относительно роли и места в обществе того или иного пола. Если мы изучаем причины неуспеваемости в вузе, то можем выдвинуть такие гипотезы, связанные с низким преподаванием ряда предметов, нетребовательности администрации к успеваемости и дисциплине и др.

Гипотезы выдвигаются на основе знаний, которыми обладает социолог по изучаемой проблематике. В случае, когда нет достаточного материала, чтобы выдвинуть гипотезу, проводят разного рода исследования. При выдвижении гипотез существенную помощь может оказать предварительный системный анализ объекта исследования, т.е. описание его в виде системы факторов, влияющих на его состояние. Это могут быть: *внешние*, исходящие из внешней среды, и *внутренние*, являющиеся частью самого объекта факторы; *общие*, присущие всем подобным объектам, и *специфические*, проявляющиеся лишь в некоторых из них; *объективные*, не зависящие от объекта, и *субъективные*, зависящие от его деятельности; *прямые*, чье действие проявляется непосредственно, и *косвенные*, действующие опосредованно, через изменения в действии других факторов.

Требования к выдвижению гипотезы:

1. Выдвигаемая гипотеза должна быть преемственной по отношению к предшествующим знаниям (то есть она должна базироваться на вашем знакомстве с практикой проведения и результатами исследований по схожей или подобной проблематике)

2. Она должна быть фальсифицируема и поверяема (то есть оставлять зазор для своего отвержения). Нельзя считать гипотезой выражение, типа: «Стереотипные установки относительно места и роли мужчины и женщины в обществе определяют или не определяют профессиональную ориентацию». Ибо эта фраза включает в себя все возможные случаи ответа и проверять здесь в принципе нечего.

3. Гипотеза должна быть согласована с проблемой и целью. Если цель исследования, к примеру, выяснить, как формируется профессиональная ориентация молодежи, то гипотеза должна отражать эту цель. Например, гипотеза, что старшеклассник, съевший 3 порции мороженого, заболел ангиной, никак не связана с процессом формирования его профессиональной ориентации.

4. Выдвигаемая гипотеза должна заключать понятия, получившие предварительное уточнение и интерпретацию (то есть гипотеза не должна допускать двусмысленности ее понимания, все должно быть предельно четко прописано).

5. Выдвигаемая гипотеза должна быть приложима к данным, заключенным в предварительном описании предмета исследования.

6. Выдвигаемая гипотеза должна заключать в себе возможность эмпирической проверки, то есть строя гипотезу, следует думать одновременно и о том, как по ней собирать материал и как его обработать.

7. Гипотеза должна не иметь внутренних противоречий.

Для целей научного исследования выделяют различные виды гипотез, которые обычно классифицируют по следующим признакам.

1. *В зависимости от отношения к целям исследования:* гипотезы подразделяются на *основные*, указывающие на наиболее важные, сущностные связи и зависимости и *неосновные*, характеризующие побочные связи и явления.

2. *В зависимости от способа доказательства (проверки):* различают *гипотезы-основания*, которые сами могут не иметь эмпирических, т.е. доказываемых с помощью опыта, признаков, а обосновываются выводимыми из них гипотезами, и *гипотезы-следствия*, которые используются для доказательства основных.

3. *В зависимости от содержания предположения* различают гипотезы:

- *описательные*, указывающие на связи, зависимости, но не дающие ответ на вопрос «почему?»;
- *объяснительные*, формулирующие предположения о причинах тех или иных явлений, процессов, зависимостей;
- *прогнозные*, в которых заложен возможный прогноз ситуации: «если увеличить заработную плату, текучесть квалифицированных рабочих снизится».

4. *В зависимости от обоснованности* различают гипотезы:

- *первичные* (рабочие), выдвигаемые на начальном этапе исследования, при выявлении проблемной ситуации и определении проблемы;
- *вторичные*, формулируемые на основе проверки и уточнения первичных.

5. *В зависимости от уровня анализа* различают гипотезы:

- *теоретические*, формулируемые как совокупность теоретических понятий;
- *статистические*, формулируемые как система статистических показателей;
- *эмпирические*, формулируемые как система эмпирически выводимых, т.е. возможных к подтверждению опытным путем признаков, показателей, индексов.

Проверить достоверность выдвинутой гипотезы в ходе исследования можно, только если понятия, в которых она выражена, четко сформулированы, однозначно истолковываются и поддаются какому-либо количественному измерению. Для этого при разработке программы исследования применяется процедура, носящая название эмпирическая интерпретация (или операционализация понятий). О теоретической интерпретации мы с вами говорили. Сейчас рассмотрим другой ее вид.

Эмпирическая интерпретация – выделение основных признаков объекта, доступных измерению, установление показателей, которые могут быть количественно определены. Подбор таких понятий называют *операционализацией понятий*. Понятия, обозначающие регистрируемые признаки, называют «эмпирическими индикаторами». Поиск индикаторов является многоступенчатой процедурой. Ключевое понятие всегда бывает больше регистрирующих его индикаторов. На этой стадии главная задача – сформировать «вселенную» индикаторов и обеспечить максимально полное описание проблемы исследования. После этого описать их и соотнести с теоретической моделью исследования так, чтобы не получилось «где густо, а где пусто», т.е. надо равноценно обеспечить индикаторами структурные блоки.

На этой же стадии решается задача установления порядка количественного измерения показателей: единиц счета, коэффициентов, индексов, шкал (коэффициент текучести кадров, индекс сплоченности группы).

Таким образом, эмпирическую интерпретацию следует осуществлять по следующей схеме: переменные – операциональные определения или понятия – понятия-индикаторы. Продолжим наш пример изучения объективных личностных факторов безработных. Мы уже определили переменные: социально-экономическое положение и социально-демографические характеристики и подразделили их на понятия меньшего порядка. Понятие «социально-экономическое положение» разделили на две составляющие: социальные характеристики и материальную обеспеченность. В свою очередь, *социальные характеристики* могут включать анализ *социальной уязвимости, социальной активности, социального иждивенчества*.

А теперь посмотрим, какими понятиями меньшего порядка (индикаторами) их еще можно выразить (см. табл. 2.1).

Т а б л и ц а 2.1

Характеристика объективных внутренних личностных факторов

Переменные	Операциональные определения, понятия	Понятия-индикаторы
1. Социально-экономическое положение	<i>1.1. Социальные характеристики:</i> Социальная уязвимость	1.1.1. Тяжесть безработицы 1.1.2. Перечень причин, мешающих найти работу 1.1.3. Характер отношения в поселении к безработным
	Социальная активность	1.1.4. Поиск временной работы 1.1.5. Характер отношения к существующему положению 1.1.6. Установка на снижение квалификации, зарплаты для получения работы
	Социальное иждивенчество	1.1.7. Установка на социальное иждивенчество 1.1.8. Оценка значимости государства в поддержке граждан
	<i>1.2. Экономическое положение:</i> Материальная обеспеченность	1.2.1. Источники доходов 1.2.2. Оценка материального положения
2. Социально-демографическое положение	<i>2.1. Социально-демографические характеристики</i>	2.1.1. Категория 2.1.2. Уровень образования 2.1.3. Профессия до потери работы 2.1.4. Пол 2.1.5. Возраст 2.1.6. Семейное положение 2.1.7. Наличие и количество детей 2.1.8. Место проживания

Этот пример теоретической и эмпирической интерпретации понятий дан в табличной форме, а можно данный анализ провести схематично. Форма проведения – не главное. Главное, понять суть этого анализа и его важность для дальнейшей работы – составления анкеты.

5. Определение выборочной совокупности. *Выборка* – совокупность элементов объекта социологического исследования, подлежащая непосредственному изучению. Выборка осуществляется по определенным наборам правил. Для ее определения необходимо знать генеральную совокупность. *Генеральная совокупность* – эта та совокупность элементов объекта, из которой производится отбор единиц для исследования. Объем генеральной совокупности обозначается символом **N**, выборочной – **n**.

Качество измерения определяется валидностью. *Валидность выборки* – это соответствие того, что измеряется, тому, что предполагается измерить.

В ходе подготовки к проведению исследования необходимо обеспечить его *репрезентативность* (достоверность получаемых данных и выводов, гарантию того, что выводы, сделанные на основе анализа части совокупности, отражают свойства совокупности в целом). Репрезентативность выборки – свойство выборки отражать характеристики изучаемой (генеральной) совокупности. Репрезентативным считается такое исследование, при котором отклонение в выборочной совокупности по контрольным признакам не превышает 5%.

Величина репрезентативной выборки зависит от *дисперсии* – разброса признаков (например, по возрасту, стажу и т.п.). Если дисперсия равна нулю, достаточно проанализировать одну единицу, входящую в объект исследования, – выводы будут достоверно характеризовать всю генеральную совокупность. Соответственно чем больше дисперсия признаков, тем больше должна быть выборка. Обычно среди социологов считается, что репрезентативная выборка не может быть менее 10% генеральной совокупности, хотя если речь идет о довольно большой совокупности, например при массовых опросах, то эта цифра не имеет значения. Между тем социологи обычно ограничиваются

общим объемом выборки до 2000 респондентов¹, так как при большой выборке исследование будет слишком дорогим, и самое главное, что результаты – процентные соотношения, общие тенденции практически останутся такими же.

Определение объема выборки зависит также от уровня доверительного интервала допустимой статистической ошибки. Здесь имеются ввиду так называемые случайные ошибки, которые связаны с природой любых статистических погрешностей. В настоящее время разработаны специальные таблицы, которые показывают зависимость ошибки выборки от объема выборочной совокупности (табл. 2.2).

Т а б л и ц а 2.2

Ошибка выборки и объем выборки

Ошибка выборки	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	14	17	20
Объем выборки (ед.)	2500	1100	620	400	2800	200	160	110	100	67	50	30	25

Сейчас, для того чтобы определить величину выборки, социологу необязательно осуществлять расчеты по громоздким формулам. В специальной литературе существуют таблицы, по которым исходя из объема генеральной совокупности можно определить объем выборки² (табл. 2.3).

Т а б л и ц а 2.3

Зависимость между генеральной совокупностью объемом репрезентативной выборки

Объем генеральной совокупности	500	1000	2000	3000	4000	5000	10000	100000
Объем выборки	222	286	333	350	360	370	385	358

В настоящее время многие трудные расчеты берет на себя техника. Расчет необходимой выборки можно сделать по интернету на веб-сайте Аналитического центра «Бизнес и маркетинг» (<http://bma.ru/enter/htm>). При этом пользователю надо лишь внести необходимые данные, а затем нажать на кнопку «рассчитать».

При формировании выборки используется ряд *методов вероятностного отбора*. Простыми являются следующие.

1. *Простая случайная выборка* – отбор вслепую (метод лотереи или жребия) или с помощью таблиц случайных чисел. Фрагмент таблицы случайных чисел приведен в табл. 2.4.

Т а б л и ц а 2.4

Фрагмент таблицы случайных чисел

37	52	35	15	04	80
21	28	31	42	46	72
07	99	95	64	13	06
10	16	69	93	39	08
00	84	65	56	09	29

В подобных таблицах все числа включены случайным образом. Единицам совокупности присваивают порядковые номера. В таблице выбирают любую начальную точку и, двигаясь в произвольном направлении и произвольно меняя его, выбирают необходимое количество номеров из числа присвоенных, равное заранее установленному объему выборки. Например, Генеральная совокупность составляет 1502 чел., а выборочная – 150 чел. Мы можем выбирать любые четыре смежные столбца в таблице случайных чисел. Каждый раз, когда будет появляться число от 0001 до 1502, мы будем считать, что оно обозначает номер отбираемого элемента. Поэтому в выборку, исходя из фрагмента таблицы, будут включены элементы под номерами 0799, 1016, 0084, 480 и 1306.

В современный период таблицу случайных чисел может заменить специальная программа компьютера. Такие программы называют *генераторами случайных чисел*.

¹ Социология. Основы общей теории: Учебное пособие / Под ред. Г.В.Осипов, Л.Н.Москвичева. – М., 1996. – С. 376.

² Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. – М., 2004. – С. 134.

2. *Систематический отбор* – через интервал в перечне объектов генеральной совокупности; Здесь определяется шаг выборки (интервал) N/n . Например, надо спроектировать выборку численностью 1000 чел. из 5000 студентов. Сначала рассчитаем интервал. В данном случае разделим 5000 на 100 ед. и получим шаг выборки 50. Теперь мы можем, двигаясь по списку, выбирать каждого пятидесятого студента. Причем можем начать с любого места в списке. Это называется случайным стартом. Допустим, что точка старта выбрана под номером 22, следовательно, в выборку будут включены студенты, стоящие под номерами 22, 72, 122, 172 и т.д.

3. *Серийная выборка* – единицами случайного отбора являются определенные «гнезда» – группы. В качестве гнезд могут выступать населенные пункты, районы, дома, подъезды и т.д. У такой выборки большие преимущества: проще осуществить отбор нескольких компактных групп, уменьшаются стоимость и сроки проведения исследования. Процедура такой отбор легче применить Среди сложных методов вероятностного отбора можно упомянуть:

1) многоступенчатую выборку – случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник). Может быть и по-другому. Например, исследование проводится в целом по области. Здесь ступенями могут выступать: зоны районирования, потом выбор типичного представителя, затем выбор сел: в зависимости от признаков, что изучается, а потом в отобранном селе – случайный метод. В то же время многоступенчатая выборка имеет и свои типы ошибок. Для двухступенчатой выборки первая ошибка связана с отбором групп, вторая – с отбором элементов из каждой группы. При прочих равных условиях ошибка выборки будет уменьшаться при увеличении числа отбираемых в выборку групп и числа элементов, отбираемых из каждой группы;

2) комбинированную выборку – на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;

3) многофазовую выборку, когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;

4) стратифицированную выборку – в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом. Например, до исследования проблемы бедности мы знаем, что она чаще всего встречается у пожилых людей, безработных, в семьях с одним родителем. Можно с равным успехом выбрать одну из страт. В слое можно добиться высокой степени точности, за счет однородности групп. Поэтому выборка даже малого объема позволяет получить точные данные. В ряде случаев оказывается полезной стратификация по нескольким переменным одновременно – по полу, социальному статусу и др.

Помимо указанных выборок существуют так называемые не строго случайные выборки, чей вероятностный характер снижен сознательно либо из-за применяемого метода отбора. К ним можно отнести: целенаправленную выборку, в которую включаются отобранные по установленным исследователями критериям типичные представители генеральной совокупности, по методу снежного кома; квотную выборку – строится как модель, отражающая генеральную совокупность в пропорциях изучаемых признаков (например, 10% – женщины, 25% – с высшим образованием; 12% – занимаются тяжелым физическим трудом и т.п.); стихийную выборку («первый встречный»).

6. Выбор методов и составление инструментария. На данной стадии, т.е. при выборе методов и их последовательности, которые будут применяться в данном социологическом исследовании, надо учитывать, что:

1) ни один метод не является универсальным, но имеет свои, четко очерченные возможности;

2) не существует вообще «хороших» или «плохих» методов, есть лишь адекватные и неадекватные исследовательским задачам;

3) надежность метода обеспечивается не только его обоснованностью, но и соблюдением правил его применения;

4) адекватность и надежность метода проверяется в пилотажном (пробном) исследовании;

5) каждый метод при его испытании в пилотажном исследовании ведет себя по-своему, поэтому требует специальных правил апробации;

6) методическое мастерство должно обеспечивать оперативность и экономичность использования методов, не в ущерб качеству данных.

В целом разработка методов в программе исследования осуществляется в соотношении с конкретными этапами социологического исследовательского проекта с учетом:

а) познавательных возможностей (что мы можем познать) исходя из наших материальных ресурсов (то есть при данном наличии денег, литературы, инструментов, людей и так далее) и временных ресурсов (сроки могут быть ограничены);

б) границ измерения (чем будет ограничиваться наше исследование: отделом, предприятием, районом города, городом, регионом, страной);

в) способов получения, фиксации и выражения фактов (как, каким образом проводится исследование при помощи этого метода, какие условия необходимы для применения этого метода, в какой форме может быть получена информация – в виде цифр, в виде текстов).

Далее в ходе разработки программы исследования определяется инструментарий (таблицы, бланки, анкеты, наблюдательные листы, инструкции и проч.) Инструментарий должен быть апробирован на удобство использования и обработки данных, полноту и надежность получаемых сведений в ходе пилотажного исследования.

7. Полевое обследование – означает непосредственное обследование объекта исследования и сбор данных по выработанной методике.

8. Обработка и интерпретация полученных данных. Здесь указывается способ обработки эмпирической информации (ручной или машинный), содержание работы по подготовке информации (контроль качества заполнения анкет, кодировка, контроль на логическую непротиворечивость, редакция анкет и т.д.)

9. Выводы и подготовка научного отчета. На данной стадии осуществляется непосредственный анализ – основной вид работ социологического исследования и пишется научный отчет.

Контрольные вопросы

1. Какие стадии социологического исследования Вы знаете?
2. Как определяется проблемная ситуация, проблема, цель и задачи исследования?
3. Как осуществляется теоретическая интерпретация понятий?
4. Для чего необходимо формулировать гипотезы исследования?
5. Какие существуют требования к формулированию гипотез?
6. Какие виды гипотез Вы знаете?
7. Какие виды выборок Вы знаете?
8. Как Вы понимаете термин «операционализация понятий»?
9. Что понимается под «репрезентативностью выборки»?

Литература

Основная

1. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Методика и техника исследования. – М., 2004.
2. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 3: Методика и техника исследования. – М., 2004.
3. Основы общей социологии. Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М., 2003.
4. *Ядов В.А.* Стратегии социологического исследования: понимание, объяснение, описание. – М., 1998.

Дополнительная

1. *Давыдов А.А.* Репрезентативность выборки // Социс. – 1990. – № 1.
2. *Жабский М.И.* Идеология выборочных социологических исследований // Социс. – 1994. – № 8–9.
3. *Осипов Г.В.* Рабочая книга социолога. – 3-е изд. – М., 2003.
4. *Ньюман Л.* Полевое исследование // Социс. – 1999. – № 4. – С. 110–121.
5. *Ядов В.А.* Социологическое исследование: методология, программа, методы. – Самара, 1995.

Тема 3. МЕТОДЫ СБОРА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

3.1. АНАЛИЗ ДОКУМЕНТОВ В СОЦИОЛОГИИ

В социологии существует всего 4 метода сбора информации. Среди них различают опросные и неопросные методы.

К опросным методам относится только опрос, а остальные относятся к неопросным. Каждому из этих методов мы посвятим отдельные темы.

Значительная часть информации, необходимой исследователю, содержится в документальных источниках. В социологии их изучение как вид работы или этап исследования называют анализом существующих данных, или вторичным анализом данных. Документ – средство закрепления различным способом на специальном материале информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека. Информация может фиксироваться с помощью букв, цифр, стенографических и иных знаков, рисунков, фотографий, звукозаписи.

Элементами содержания документа выступают реквизиты, содержащие данные об адресате, об адресанте (от кого), наименование жанра документа (заявление, докладная записка), дата, подпись.

Документы – это, своего рода, материальные следы деятельности общества. Они отражают духовную и материальную жизнь общества.

Документы можно классифицировать по различным признакам.

1. *По статусу*: официальные (правительственные материалы, постановления и др.) и неофициальные (личные).

2. *По форме*: письменные, вербальные, визуальные и т.д.

3. *По содержанию*: научно-технические, правовые, управленческие и т.д.

4. *По степени персонификации* – личностные и безличные.

5. *По степени близости к источнику информации*: первичные и вторичные.

Достоинства документального метода:

- многообразие видов документации;
- большая вариативность документации.

Недостатки документального метода:

- проблема достоверности и надежности документа;
- проблема интерпретации;
- проблема доступа.

Принято различать 2 главных вида анализа документов: качественный и количественный.

Качественный анализ включает все многообразные операции, связанные с отбором и оценкой качества документов, восприятием и интерпретацией их содержания. Полное представление о содержании документальных источников позволяет получить информацию, необходимую на любой стадии социологического исследования. Так, при формулировке проблемы и гипотез исследования именно анализ таких документов, как научные публикации, отчеты по предшествующим исследованиям, различная статистическая документация, дает первоначальную информацию и позволяет точно и целенаправленно использовать другие исследовательские методы. На стадии анализа и интерпретации результатов часто возникает необходимость обращения к статистическим, отчетным, плановым документам, чтобы сравнить полученные данные с уже имеющимися сведениями, проконтролировать их надежность. Одним из наиболее важных документальных источников являются различные виды статистических данных.

Полезные для социологов документы хранятся в:

1) государственных и частных, отечественных и зарубежных, центральных и региональных архивах;

2) научных публикациях – статьях, монографиях, словарях, энциклопедиях и справочниках;

3) веб-сайтах: электронных библиотек.

Богатейшую информацию представляют газетные и журнальные публикации.

Традиционный анализ документов – это адаптация содержания документа к исследовательской задаче, основанная на интуитивном понимании, обобщении содержания и логическом обосновании сделанных выводов. Установление полноты и достоверности источника относительно цели исследования – главные параметры его оценки до начала исследования.

При анализе документов:

- необходимо различать описание событий и оценку этих событий;
- следует анализировать намерения составителей документа;
- важно знать, что первичные документы надежнее вторичных, официальные более достоверны, личные надежнее безличных;
- следует уяснить обстановку, в которой создавался документ.

Наиболее существенным ограничением, связанным с использованием традиционных методов анализа таких документов, как газеты и т.п. источники, является возможность субъективных влияний на результаты анализа, т.е. влияния установок исследователя, его интересов, сложившихся стереотипных представлений о предмете анализа.

Качественный анализ текста проводят в несколько этапов: первичное прочтение, вторичное прочтение (выделение социального контекста), открытое кодирование, осевое кодирование, выборочное кодирование.

Проверку надежности данных производят путем сопоставления высказываний с реальными фактами; выявления противоречий в высказываниях; сопоставления с аналогичными обстоятельствами и событиями в жизни других людей; сравнения полученных данных с другими источниками информации

Количественный анализ (контент-анализ) – это метод изучения сообщений, создаваемых в различных сферах социальной коммуникации и зафиксированных в форме письменного текста (на бумаге) или записи на каких-либо физических носителях. Анализ основан на единообразных, стандартизированных правилах поиска, учета и подсчета количественных показателей изучаемых характеристик текста.

Задачи, решаемые методом контент-анализа, укладываются в достаточно простую и очевидную схему: «Кто сказал, что, кому, как, с какой целью и с каким результатом?».

Суть метода сводится к тому, чтобы найти и использовать для подсчета такие признаки документа (например, упоминание названия партий), которые отражали бы определенные существенные стороны его содержания. В контент-анализе единицы отбора – слова, фразы, смысловые единицы, отдельные статьи.

Контент-анализ целесообразно использовать при наличии больших текстовых массивов с четкой структурой, определяемой коммуникативными намерениями авторов текста. Этот метод широко используется при изучении сообщений, транслируемых на массовую аудиторию газетами, радио, телевидением.

Цель анализа – отыскать индикаторы, указывающие на наличие в документе темы, значимой для анализа

Процедура формализованного анализа документов начинается с выделения двух единиц анализа: смысловых единиц (тем) и единиц счета.

Единицы счета фиксируют регулярность и плотность, с которой встречается в тексте та или иная смысловая единица (тема). При анализе прессы за единицу счета принимают число квадратных сантиметров площади, занятой текстом по изучаемой теме.

Количественная сторона выборки определяется материально-техническими возможностями и организационными условиями деятельности исследовательской группы.

3.2. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС И ЕГО ВИДЫ. ВИДЫ ВОПРОСОВ

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

Опрос применяется, когда изучаются:

- содержательные характеристики массового или индивидуального сознания;
- социальные или межличностные отношения, которые мало поддаются или вообще не поддаются прямому наблюдению;
- общественное мнение;
- социально-психологические факторы;
- потребности, интересы, ценности, мотивация и т.д.

Также опрос применяется, когда изучаемая проблема недостаточно обеспечена документальными источниками или они вообще отсутствуют.

Опрос привлекает исследователей тем, что он позволяет сделать невидимое (наши мысли, мнения, убеждения) видимым (процентными распределениями, научными фактами). При соблюдении определенных правил этот метод позволяет получить надежную информацию о событиях прошлого и настоящего, о продуктах деятельности, т.е. о чем угодно. В этом и состоит его универсализм.

Искусство применения опроса состоит в том, чтобы знать, о чем спрашивать, как спрашивать, какие задавать вопросы, как убедиться в том, что можно верить полученным ответам. Конечно же, еще надо знать, кого спрашивать, где вести беседу, как обработать полученные данные.

В зависимости от формы общения с респондентами (письменной или устной) существуют две разновидности опроса: анкетирование и интервьюирование.

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

- по числу опрашиваемых: индивидуальный и групповой;
- по месту проведения: дома, на работе, в целевых аудиториях (посетители клуба, пациенты в больнице);
- по способу распространения среди опрашиваемых: анкетный опрос с помощью раздаточной (курьерской) анкеты; почтовый, телефонный, прессовый, экспертный опросы.

Рассмотрим основные виды опросов.

Анкетирование с помощью раздаточной анкеты – заключается в том, что анкета выдается на руки респонденту, который или дома, или на работе (в группе) ее заполняет и возвращает исследователю. Когда анкета выдается респондентам для заполнения дома, то возможен не полный возврат анкет. Если же ответы на анкету осуществляются в группах, то здесь можно избежать этого недостатка: наоборот, появляется достоинство, заключающееся в том, что исследователь может на месте разъяснить респондентам возникшие вопросы.

Почтовый опрос – заключается в рассылке анкет и получении на них ответов по почте.

Достоинства:

- простота организации;
- охват больших территорий;
- отсутствие эффекта интервьюера;
- гибкость графика заполнения анкеты.

Недостатки:

- неполный возврат анкет;
- невозможность проконтролировать процесс заполнения анкеты.

На численность выборочной совокупности, используемой при проведении почтового опроса, обычно не накладывается каких-либо ограничений. Она определяется целями исследования, материальными и организационными возможностями исследовательского коллектива. Минимальное число рассылаемых анкет – 400. В этом случае при интенсивной процедуре проведения почтового опроса высока вероятность получения 250–300 анкет для последующей обработки и анализа.

Борьба за увеличение возврата анкет может осуществляться по следующим направлениям:

1. Высылка уведомлений о проведении почтового опроса за 3–4 дня до отправления анкет увеличивает возврат на 10–15%.

2. Вместе с анкетой (внутри одного конверта) посылается сопроводительное письмо. В нем обращаются к респонденту по фамилии или имени и отчеству, следует повторить просьбу об участии в почтовом опросе, подробно изложить цели исследования, подчеркнуть его практическую направленность, обратить внимание потенциального респондента на то, что следует или нет подписывать возвращаемую анкету.

3. Рекомендуются высылать небольшое символическое вознаграждение, чтобы подчеркнуть внимание к респонденту (например, карманный календарь)

4. Примерно через 2–3 недели после отправки анкет высылаются напоминания.

5. Вместе с анкетой надо послать конверт с маркой и обратным адресом для отправки заполненной анкеты. Конверт должен проходить в стандартный почтовый ящик, чтобы респондент не был вынужден идти на почту.

Прессовый опрос – опрос читателей какой-либо газеты или журнала.

Анкета печатается в газете или журнале. В силу пассивности процедуры вовлечения потенциальных респондентов в опрос в прессовом анкетировании невысок возврат анкет. Зачастую это доли процента или единицы процентов всей совокупности подписчиков и читателей.

Активность респондентов в прессовом опросе повысится, если за несколько дней до публикации анкеты газета выступит по соответствующей теме, обострит проблему, поместив дискуссионные точки зрения. Публиковать анкету лучше всего перед выходными днями.

В газете выигрышно расположить анкету на первой полосе, выделив ее при этом шрифтом, броским заголовком, сопроводив фотографией. Если анкета печатается на внутренних или на последней полосе, целесообразно сообщить об этом читателю уже на первых страницах. В любом случае текст анкеты должен предваряться вступлением редакции, в котором сказано о целях опроса, назван исследовательский коллектив, указан адрес отправки заполненной анкеты.

В журнале текст анкеты можно поместить на двух страницах одного листа. В газете анкету чаще всего помещают на одной полосе. Число вопросов в прессовой анкете прежде всего ограничивается пространством, которое печатный орган выделяет под нее. Газетная анкета обычно содержит 10–30 вопросов. Если редакция планирует постоянно проводить прессовые опросы, то обязательным должна стать публикация полученных результатов.

Телефонный опрос. Метод телефонного опроса, как и любой другой метод, имеет свои преимущества и свои недостатки. Этот метод экономичен с точки зрения денег и времени. Исследовательская организация силами небольшого количества интервьюеров может провести телефонный опрос очень быстро и оперативно.

Количество людей, которых можно опросить по телефону велико. Следовательно, возможны большие широкомасштабные опросы.

Если говорить о телефонном опросе в терминах качества выборки исследования, то здесь этот метод проигрывает таким методам, как интервью и почтовый опрос. В процессе формирования выборки используются списки телефонных абонентов, и это создает проблемы с репрезентативностью выборки. Дело в том, что в выборку не попадают:

- а) люди, которые не имеют телефона;
- б) люди, которые имеют телефон, но их имена не включены в телефонные справочники.

Как отбираются телефонные номера для опроса? Используют механическую выборку (например, отбирают для опроса каждого десятого записанного в справочнике) и случайную – бесповторную выборку (при помощи выпадения случайных чисел): выпало 2 – второй номер в справочнике, 102–102 номер, и так далее.

Также можно выбирать номера посредством генерации случайных чисел при помощи ЭВМ. Правда, могут выпасть такие номера, которые не существуют в природе. Но это устранимый недостаток. Можно ввести в программу генерации чисел фильтр, отбирающий только соответствующие реально существующим номерам числа. Нам как в лотерее выпадает случайным образом какой-то номер, например, 364532, затем другой и так далее. И затем мы звоним по этим выпавшим нам номерам.

В выборке должны присутствовать и женщины, и мужчины, люди всех по возможности возрастов. Поэтому вашим респондентом не обязательно является тот человек, кто поднял трубку. Вы звоните, представляетесь (говорите, какая организация), подробно объясняете цель звонка, рассказываете цель исследования, метод построения выборки, узнаете состав семьи и просите того, кто поднял трубку, в случае, если он/она не являются вашими респондентами, указать, как связаться с членом его семьи, который вам нужен. Когда вы связываетесь с нужным вам членом семьи, вы также заново должны все ему объяснить.

Формулировка вопросов – это другая проблема метода телефонного опроса. Хотя интервьюер и может повторить вопрос респонденту, лучше этого избегать. Поэтому вопрос должен быть достаточно простым, для того чтобы респондент а) его понял; б) сразу же его запомнил и помнил в процессе ответа. Далее в телефонном опросе затруднительно применение закрытых вопросов. Перечень вариантов ответов не должен быть длинным (не более 5), чтобы респондент смог его запомнить и выбрать.

Другая трудность телефонного опроса заключается в том, что здесь затруднительно выстроить отношения доверия между интервьюером и респондентом. Нет невербального контакта.

Сколько должно продолжаться телефонное интервью. Однозначного ответа на этот вопрос нет. Некоторые исследователи говорят, что предел 30 минут, некоторые называют час и больше. По всей видимости все зависит, во-первых, от цели исследования (иногда достаточно и 10-15-минутного разговора), во-вторых, в случае необходимого долгого общения, от того, насколько продуманно составлена анкета, по которой интервьюер задает респонденту вопросы, и от мастерства интервьюера поддерживать интерес респондента к беседе. Это, надо сказать, дело не простое. Вопросы, содержащиеся в анкете, не могут для всех респондентов быть одинаково интересны, ведь каждый

человек индивидуален. Поэтому интервьюеру необходимо чувствовать своего собеседника, когда тот устал, потерял интерес. Сигналом может служить, в частности, то, что респондент не может запомнить вопросы, задаваемые ему.

Итак, недостатки телефонного опроса на сегодняшний день: трудность составления репрезентативной выборки, трудность составления вопросника и поддержания интереса у совершенно чужого человека к длинному телефонному разговору.

Экспертный опрос – опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике. Необходимость опроса экспертов возникает, когда трудно или невозможно использовать в качестве источника информации объект – носитель изучаемой проблемы.

В качестве критериев отбора экспертов на первом этапе могут выступать следующие признаки: род занятий и стаж работы по интересующему профилю. Центральный критерий отбора опрашиваемых – их компетентность. Для ее определения применимы, с той или иной степенью точности, два метода:

- 1) самооценка экспертов;
- 2) коллективная оценка авторитетности экспертов.

Основной инструментарий экспертных опросов – анкета или бланк интервью, разработанные по специальной программе. В отличие от массового опроса, программа опроса экспертов не столь детализирована и носит преимущественно концептуальный характер. В ней формулируется подлежащее обсуждению явление, и предусматриваются в виде гипотез возможные варианты его исхода.

Виды опросов экспертов:

- 1) очный и заочный;
- 2) обмен мнениями за круглым столом.

3.3. НАБЛЮДЕНИЕ В СОЦИОЛОГИИ. ВИДЫ НАБЛЮДЕНИЙ. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ НАБЛЮДЕНИЯ

Каждый из нас ежедневно использует метод наблюдения в повседневной жизни. Иногда мы обобщаем наблюдение и делимся им с другими людьми, иногда – это просто мимолетные взгляды.

Наблюдение в социологии – метод сбора информации путем непосредственного изучения социального явления в его естественных условиях.

В зависимости от роли наблюдателя в изучаемой ситуации, различают 4 вида наблюдения:

- *полное участие наблюдателя в ситуации*. Данный вид наблюдения предполагает включение наблюдателя в изучаемую группу как полноправного ее члена. Роль наблюдателя не известна членам группы;

- *участник ситуации как наблюдатель*. Данная ситуация характеризуется включенностью наблюдателя в группу. Однако подразумевается, что всем участникам ясна его роль как исследователя;

- *наблюдатель как участник*. Это означает, что наблюдатель – прежде всего исследователь и, взаимодействуя с участниками социального процесса, не претендует быть действительным его участником. Примерами этой разновидности метода наблюдения могут служить хронометраж затрат времени, моментные наблюдения;

- *полностью наблюдатель*. В позиции полного наблюдения исследователь выполняет лишь функцию наблюдателя, не взаимодействуя с участниками ситуации, оставаясь вне их поля зрения. Здесь возможны ситуация с использованием скрытой камеры либо социально психологический эксперимент со скрытым наблюдателем.

Достоинства метода наблюдения:

1. Главное достоинство состоит в том, что он дает возможность уловить детали данного явления, его многогранность.

2. Гибкость метода – еще одно качество, имеющее немаловажное значение при изучении социальных явлений

3. И, наконец, дешевизна – обычный атрибут, присущий этому методу.

Среди недостатков прежде всего следует отметить следующие:

1. Метод редко может быть применен к наблюдению больших совокупностей, в связи с качественным (не количественным) характером выводов.

2. Он связан с возможностью привнесения определенной доли субъективности.

3. Небольшие возможности широкого обобщения результатов исследования.

3.4. НАУЧНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ. ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРИМЕНТА В СОЦИОЛОГИИ.

Эксперимент – способ получения информации под влиянием управляемых факторов. В самом общем виде эксперимент включает два этапа: некое воздействие и наблюдение за последствием такого воздействия. Простейшим примером такого экспериментального воздействия может служить реклама того или иного товара, когда публикуется сообщение о рекламируемом товаре и регистрируется изменение поведения населения, которое, как предполагается, будет выражаться в изменении спроса на этот товар. Особенность данного метода заключается в том, что социолог может активно воздействовать на изучаемую трудовую ситуацию.

Различают лабораторный, полевой и естественный эксперимент.

Лабораторный эксперимент предполагает, что исследователь создает искусственную среду (лабораторию) для его проведения, это позволяет ему более тщательно контролировать среду, в которую погружены изучаемые группы (экспериментальная и контрольная). Искусственность среды заключается в том, что объект наблюдения переносится из своей обычной среды в обстановку, которая помогает добиться высокой степени точности в наблюдении за его поведением. В социологии одна из наиболее трудных проблем, связанных с лабораторным экспериментом, относится к внешней обоснованности результатов эксперимента.

Для полевого эксперимента характерна максимально естественная ситуация – учебный класс, производственная среда.

Под естественным экспериментом понимается такой эксперимент, в котором исследователь заранее не выбирает и не подготавливает независимую переменную, не воздействует ею на экспериментальную группу. Исследователь отводит себе роль наблюдателя и фиксатора процессов, самостоятельно происходящих в изучаемых сферах жизни.

Контрольные вопросы

1. Какие методы сбора социологической информации Вы знаете?
2. В чем заключается суть, достоинства и недостатки метода анализа документов в социологии?
3. Какие виды документов Вы знаете?
4. Какие виды опросов Вы знаете?
5. В чем заключается сущность анкетирования?
6. В чем заключаются особенности почтового опроса, его достоинства и недостатки?
7. В чем заключаются особенности телефонного опроса, его достоинства и недостатки?
8. В чем заключаются особенности экспертного опроса, его достоинства и недостатки?
9. Когда применяется наблюдение в социологии?
10. В чем заключается специфика наблюдения, достоинства и недостатки?
11. Каковы особенности эксперимента в социологии?
12. Какие виды экспериментов Вы знаете?

Литература

Основная

1. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Методика и техника исследования. – М., 2004.
2. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 3: Методика и техника исследования. – М., 2004.
3. Основы общей социологии. Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М., 2003.
4. *Ядов В.А.* Стратегии социологического исследования: понимание, объяснение, описание. – М., 1998.

Дополнительная

1. *Андреев В.Г., Сотникова Т.Н.* Телефонные опросы населения: Методические рекомендации по проведению выборочных массовых опросов. – М., 1985.
2. *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования. – Екатеринбург, 1998.
3. *Семенова В.В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М., 1998.

4. *Страусс А. Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. – М., 2001.
5. *Паниотто В.И.* Качество социологической информации. – Киев, 1986.
6. *Ковалев Е.М. Штейнберг И.Е.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М., 1999.
7. *Семенова В.В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М., 1998.

Тема 4. ВОПРОСЫ: ВИДЫ, ХАРАКТЕРИСТИКА ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ

4.1. КЛАССИФИКАЦИЯ ВОПРОСОВ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Общение социолога с респондентом опосредуется вопросником, выполняющим функцию инструмента. Он может называться по-разному: бланк интервью или бланк анкеты. Но в любом случае это стандартный набор вопросов, предназначенный для получения информации.

Большое значение играет содержание вопросов, их формулировка, последовательность и взаимосвязь в структуре вопросника. Вопросы должны отвечать двум требованиям:

1. Они должны быть необходимыми и достаточными для эмпирической проверки гипотез исследования, для решения его познавательных задач.

2. Необходимо учитывать социально-психологические особенности опрашиваемых.

От того, насколько учтены эти требования, зависят качество результатов опроса, искренность и достоверность респондентов, их установка на сотрудничество с анкетерами или интервьюерами.

В связи с этим исследователю необходимо знать классификацию вопросов. Она осуществляется по различным признакам.

По *содержанию* различают вопросы:

- о событиях, фактах (социально-демографические вопросы о личности респондента, о поведении и т.д.);

- о мотивах, оценках, мнениях (например, как вы оцениваете.....).

По *функциям* различают:

- вопросы основные (для получения информации о социальных фактах);

- вопросы-фильтры. Необходимость в таких вопросах возникает тогда, когда искомая информация может быть получена не от всей совокупности опрашиваемых, а только от некоторой ее части. Поэтому назначение данных вопросов – отсеять некомпетентных респондентов. Каждый блок вопросов должен открываться вопросом-фильтром, имеющим ссылку, указывающую на то, к заполнению какого вопроса следует переходить респонденту, не имеющему отношения в данному блоку. После вопроса-фильтра следует задать несколько вопросов, посвященных только этой группе людей. После того, как они закончились, целесообразно поместить обращение: «Внимание! Вопросы для всех»;

- контрольные вопросы. Их назначение – уточнить правдивость ответов на основные вопросы. Например задается вопрос об удовлетворенности работой, затем полученный ответ контролируется несколькими вопросами о некоторых частных аспектах удовлетворенности рабочей ситуаций, например о желании сменить работу. Или же в другом месте анкеты можно задать этот же вопрос только в иной формулировке;

- контактные вопросы. Такие вопросы позволяют установить доброжелательные отношения между исследователем и респондентом («сломать лед»). Эти вопросы должны быть очень простыми. Контактный вопрос должен быть общим, т.е. касаться всех респондентов. Поэтому их рекомендуют делать настолько широкими, чтобы на них могли ответить все респонденты. Такие вопросы могут быть и не связаны с темой исследования, но позволяют отвечающему высказаться на тему, наиболее актуальную, близкую для него, показывающую его информированность и компетентность. Отвечая, человек начинает чувствовать себя уверенно. У него возникает желание развивать свои мысли дальше, высказываться полнее. Какие это вопросы? Очень часто в качестве контактных вопросов используются вопросы, касающиеся чисто событийного характера, например стажа работы, района местожительства. Уместны вопросы о привычках, на которые чаще всего отвечают откровенно, о занятиях в свободное время и т.д. В ряде случаев целесообразным оказывается вопрос об интересе респондентов к тем или иным проблемам;

• буферные вопросы. Предназначены для смягчения взаимовлияния вопросов в анкете. Это своего рода даже не вопрос, а преамбула к вопросу. Редко так бывает, что анкета посвящена одной теме, но даже в рамках одной темы обсуждаются различные аспекты. Резкие и неожиданные переходы с одной темы на другую могут произвести на респондентов неблагоприятное впечатление. Чтобы освободить респондента от подобных впечатлений и ощущений, в анкете рекомендуется использовать буферные вопросы. Они играют роль своего рода «мостиков» при переходе от одной темы к другой. Например, после обсуждения ряда производственных проблем можно дать такую формулировку: *«Свободное время – это не только время, необходимое нам для отдыха. Прежде всего это возможность всестороннего развития личности. Поэтому просим Вас ответить на ряд вопросов о занятиях помимо работы»*. С помощью буферного вопроса исследователь поясняет респондентам ход своих мыслей. Тем самым он использует простое, но достаточно эффективное средство для создания у респондентов впечатлений о большой симметричности общения. Можно даже в этом вопросе объяснить респонденту, зачем переключается их внимание на другую тему. Например, *«Большую часть своей жизни человек проводит на работе. Огорчения и радости, успехи и неудачи в труде безразличны для нас. Поэтому неудивительно, что мы хотим поговорить с вами о работе»*.

По технике заполнения выделяют 2 основные группы вопросов:

1) *открытые* – в которых респондент самостоятельно формулирует ответ. Они отражают всю неповторимость индивидуального сознания, языка, стиля, запаса информации, круга ассоциаций. Открытый вопрос является незаменимым, если мы хотим получить конкретные предложения, изучить представления респондентов. Открытые вопросы можно применять на стадии проб, определения области исследования. Кроме того, реагируя на вопрос без подсказки вариантов ответа, люди лучше проявляют особенности своего обыденного сознания, свой образ мыслей. Респонденты охотно отвечают на открытые вопросы, когда имеют четкие представления о спрашиваемом и считают себя компетентными в этой области. Поэтому, применяя открытые вопросы, социолог рискует совсем не получить содержательную информацию. Главный недостаток открытых вопросов состоит в том, что высказываемые мнения и оценки связаны с какими-то неизвестными нам рамками сравнения, которые очерчивают контекст высказанных суждений. Изменение границ сопоставления суждений ведет к изменению акцентов: доминирующие пункты информации могут оказаться на периферии, периферийные – передвинуться в центр внимания опрашиваемого. Другой недостаток связан с тем, что открытые вопросы достаточно трудоемки с точки зрения техники обработки, поэтому их используют довольно редко;

2) *закрытые* – предполагают наличие вариантов ответа, которые социолог разрабатывает до начала опроса, основываясь на своих исходных представлениях о содержании вопроса. Психологическая основа ответа на такой вопрос иная, чем при открытом. Набор ответов освобождает респондентов от самостоятельной работы. С другой стороны, социолог помогает респонденту сориентироваться в предмете разговора. Это наиболее популярный вид вопросов. Основное достоинство таких вопросов – экономичность обработки, поскольку можно использовать предварительную кодировку всех возможных вариантов ответов и заполненная анкета почти готова к машинной обработке.

Различают несколько разновидностей закрытых вопросов.

1. Дихотомические вопросы: «Да – нет». Обычно такие вопросы применяются при изучении фактов.

2. Альтернативные, предполагающие выбор одного ответа из перечня возможных. Здесь социолог должен позаботиться о полноте списка альтернатив, т.е. максимально предусмотреть возможные варианты ответов. Тем самым он не забыл ничье мнение, каким бы странным оно не казалось, и практически всех *респондентов поставил в равные условия*. Равенство шансов на выбор называется «золотым правилом вопроса». Необходимо также следить, чтобы список альтернатив был не пересекающимся. Типичная ошибка: Каков Ваш среднемесячный доход? Варианты: 300–600; 600–900, а правильнее написать 300–600; 601–900. В результате обработки данных вопросов сумма ответов всегда должна составлять 100%.

Закрытый вопрос должен отражать интенсивность проявления какого-то качества респондента, например удовлетворенности работой. При этом надо соблюдать равное количество положительных и отрицательных вариантов. Например: Удовлетворены ли Вы своей работой?

1. Да, удовлетворен.
2. Скорее удовлетворен, чем неудовлетворен.
3. Скорее не удовлетворен.

4. Не удовлетворен.

5. Затрудняюсь ответить.

Заккрытие вопроса может быть очень простым, в виде шкалы, на которой расшифрованы только крайние точки. Например: Насколько важно для Вас, чтобы работа была разнообразной? (отметьте на шкале степень значимости).

1	2	3	4	5	6	7
Совсем не важно						Очень важно

3. Условно-закрытые (или полузакрытые) – где кроме перечня ответов, есть свободная строка, в которой респондент может указать свое мнение. Эти вопросы применяются тогда, когда социолог не уверен, что предлагаемый им набор ответов является полным или исчерпывающим.

4. Вопросы-меню, позволяющие респонденту выбрать одновременно несколько ответов. В результате обработки данных вопросов сумма ответов может превышать 100%. Чаще всего такого рода вопросы используются при изучении ценностных ориентаций, читательских предпочтений, качеств, присущих политическому деятелю, преподавателю и т.д. При этом исследователь должен оговорить число выборов. Обычно это делается в скобках в тексте вопроса. Например, вопрос «Какие трудовые ценности для Вас являются наиболее значимыми? (отметьте не более трех вариантов)»

1. Хороший заработок.

2. Интересная работа.

3. Надежное место работы.

4. Работа, уважаемая широким кругом людей.

5. Возможность реализовать себя как личность.

6. Возможность чего-либо достичь.

7. Затрудняюсь ответить.

8. Другое (укажите) _____.

В вопросах-меню может ставиться задача ранжирования, когда респонденту предлагается упорядочить ответы по степени значимости или привлекательности для него. Например, вопрос: Какие отрицательные моменты Вы видите в положении безработного? (Проранжируйте ответы, т.е. пронумеруйте по значимости для Вас: отметьте от 1 – наиболее значимо, далее 2, 3, 4 и так до 7 – безразлично)

- невозможность трудоустройства по своей специальности;
- теряю квалификацию;
- небольшое пособие по безработице;
- отношение друзей, знакомых, семьи, родственников;
- чувство ненужности;
- чувство обиды, несправедливости;
- другое _____;
- никаких отрицательных моментов не вижу.

По *форме* выделяют вопросы:

- прямые, касающиеся существующей ситуации. Например, «Устраивает ли Вас ваша теперешняя работа?»;
- косвенные (прожективные), в которых ситуация предполагается. Например, «Предположим, что по каким-то причинам Вы временно не работаете. Вернулись бы Вы на прежнее место работы?».

4.2. ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ФОРМУЛИРОВКИ ВОПРОСОВ

Выделяют следующие основные правила при формулировании вопросов:

1. Вопросы должны быть однозначными, недвусмысленными, логически отдельными. Например, вопрос: «Согласны ли Вы с утверждением, что зубная паста "Аквафреш" предпочтительнее по вкусу, чем зубная паста "Пепсодент" и что фирме "Пепсодент" следует подумать о том, как улучшить вкус своей продукции?» Как ответить человеку на данный вопрос: может быть ему нравится паста «Аквафреш», но ему все равно, что именно следует предпринять фирме «Пепсодент». А как социолог будет интерпретировать такой вопрос? Ведь часть респондентов может ответить про пасту, а часть про фирму. Или такой, например, вопрос: «Что Вы думаете о телевидении и его влиянии на детей?» Это примеры, когда в одном вопросе фактически два. Кроме

того, вопросы могут быть поняты респондентами по-разному. Например, «Сколько хлеба Вы покупаете в день?». Респондент может подумать о количестве буханок или о сумме денег. На вопрос: «На каком компьютере Вы работаете?» можно получить много ответов: на старом, Пентиуме и т.д. А можно получить встречный вопрос: «Дома или на работе?» А на такой вопрос: «Как Вы относитесь к женщинам?» можно получить ответ: «Я к ним не отношусь». Студентам задали вопрос: «Как вы провели лето?» Большинство ответили: «Хорошо». А социолог подразумевал спросить другое, но не точно выразился.

2. Каждый вопрос должен быть, насколько это возможно, коротким и простым. При длинных вопросах респондент с первого раза не улавливает суть, приходится перечитывать, а это его раздражает. Оптимальная длина – 11 слов, иногда допускается до 26 слов.

3. В формулировках вопросов не следует использовать специальные термины, трудные для понимания слова, иностранные слова. Например, такой вопрос: «Что Вы считаете более позитивным или более негативным фактором: хлорирование, фторирование или озонирование водоснабжения?».

4. В вопросах следует избегать двойного отрицания. В вопросе очень важна прозрачность смысла. Например, вопрос: «Вы бы скорее не стали пользоваться шампунем, который не рекомендован медиками?».

5. В вопросах следует избегать тенденциозности, т.е. подталкивать респондентов к определенному, заданному ответу. Например, вопросы: «Согласны ли вы с тем, что современная молодежь получила много свободы?» или «На самом ли деле реклама всегда заставляет Вас покупать тот или иной товар?». В этих вопросах прослеживается подсказка. Особую разновидность подсказки создает использование в вопросе слов, заведомо несущих в себе негативную окраску. Например, такие вопросы: «Не считаете ли Вы, что угроза наркотиков требует ужесточения законодательства?» или «Что нам следует предпринять в связи с футбольным хулиганством?». Причем слова «угроза» и «хулиганство» выделяются курсивом или жирным шрифтом, что уже подсказывает респонденту, как относиться к данным понятиям сам социолог, и невольно подталкивает к желательному ответу. К такому же результату могут привести вопросы, содержащие ссылки на известных ученых или включающие такие обороты. Например, «Такие-то ученые ... думают, что... А каково ваше мнение?» или «Принято считать, что ... А каково ваше мнение?». Здесь срабатывает так называемый эффект спирали молчания, обозначающий неосознанное стремление присоединиться к мнению большинства.

6. При составлении вопросов необходимо помочь респонденту понять вопрос, сопроводив его перечнем подсказок. Например, вряд ли кто-то в состоянии ответить, например, на вопрос: «Сколько килограмм конфет Вы купили за последний год?». Здесь можно предложить разбивку по времени, причем сначала рекомендуется давать вариант, который ближе к настоящему времени, а он может подтолкнуть респондента вспомнить то, что было до этого. В указанном вопросе следует предложить варианты: за последние две недели, за последний месяц, за последние три месяца.

7. Иногда респонденты не отвечают на вопрос, потому что просто не сталкивались с подобной ситуацией или же просто хотят, что-то сохранить в тайне. Поэтому социолог должен предусмотреть возможности отступления и дать возможность респонденту уклониться от ответа. Поэтому необходимы такие варианты: «затрудняюсь ответить», «не знаю», «не думал об этом».

8. Не следует переоценивать свои возможности в разработке вариантов ответов. Поэтому к перечню вариантов на закрытые вопросы следует добавлять вариант «другое», чтобы респондент мог дать свою версию ответа.

9. При разработке вопросов следует ориентироваться на состав выборочной совокупности, и особенно на образовательный состав. Так как и слишком легкие, и слишком сложные вопросы могут оттолкнуть респондентов.

10. Составляя вопрос, следует подумать о том, не вызовет ли он отрицательных эмоций. В этом случае рекомендуется прибегать к косвенным вопросам. Они достигают своей цели как бы вскользь, преодолевая сопротивление и нежелание респондента. Можно использовать такие формы: «Удалось ли Вам за последний месяц прочесть какую-нибудь книгу или нет?». Иногда люди не желают давать правдивые ответы, чтобы не потерять лица. Не каждому понравится вопрос: «Бойтесь ли вы летать на самолете?».

11. Формулируя варианты ответов, следует помнить, что:

- респондент чаще всего выбирает первые варианты и реже последующие. Поэтому рекомендуется первыми вариантами ставить наименее вероятные;
- чем длиннее вариант, тем меньше вероятность его выбора, так как для усвоения смысла требуется больше времени, а респондент не склонен его тратить. Поэтому варианты должны быть примерно равной длины;

• чем более абстрактный характер имеет вариант, тем меньше вероятность ее выбора. Люди чаще мыслят очень конкретно, их раздражает неясность ситуации. Поэтому все варианты ответов следует выдерживать в одном уровне конкретности.

Контрольные вопросы

1. Какие познавательные возможности вопросов вы знаете?
2. По каким признакам классифицируются вопросы?
3. На какие виды подразделяются вопросы в зависимости от функций?
4. На какие виды подразделяются вопросы в зависимости от техники заполнения?
5. Что понимается под альтернативными вопросами и какие требования предъявляются к их составлению?
6. Какую роль в исследовании играют вопросы-фильтры и как они оформляются?
7. Каково назначение косвенных вопросов?
8. Что вы понимаете под вопросами-меню?
9. Как осуществляется закрытие и условное закрытие вопросов?
10. Какие требования предъявляются к составлению вопросов?

Литература

Основная

1. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методика и техника исследования. – М., 2004.
2. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 3: Методика и техника исследования. – М., 2004.
3. Основы общей социологии. Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М., 2003.
4. Ядов В.А. Стратегии социологического исследования: понимание, объяснение, описание. – М., 1998.

Дополнительная

1. Аверьянов Л.Я. Искусство задавать вопросы: заметки социолога. – М., 1987.
2. Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами. – М., 1989.
3. Осипов Г.В. Рабочая книга социолога. – 3-е изд. – М., 2003.
4. Убайдуллаева Р.Т. О методологии структурирования показателей субъективного в социологическом исследовании // Социс. – 2005. – № 10.

Тема 5. СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ АНКЕТА: ВИДЫ, ПРАВИЛА, КОНСТРУИРОВАНИЕ. ИНТЕРВЬЮ

5.1. АНКЕТА – ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОПРОСА: ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К КОМПОЗИЦИИ И ЛОГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ

Основным инструментом опроса является анкета. *Анкета* – это объединенная исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа. Социологическая анкета представляет собой текст, который должен быть изложен по грамматическим и стилистическим нормам. Она должна отвечать следующим основным требованиям:

1. Иметь вступление (обращение к респонденту), где излагаются тема, цели, задачи опроса и называется организация, его проводящая, объясняется техника заполнения анкеты.
2. Наличие инструкции по заполнению.
3. Соблюдение определенного порядка расположения вопросов: сначала располагаются вопросы наиболее простые и нейтральные по смыслу, затем более сложные, требующие анализа, размышлений, активизации памяти, к концу работы с анкетой трудность вопросов должна снижаться. В конце анкеты обычно размещают «паспортичку» и сведения о респонденте. Такой порядок расположения обуславливается тем, что респондента надо подготовить к наиболее важным ответам.

Переход от простых к сложным вопросам получил название «правило воронки». Его применение позволяет респондентам постепенно выработать уверенность в своей способности выступать в такой роли. Принцип расположения вопросов по мере нарастания их сложности, а затем убывания не лишен определенных недостатков. Он не только предполагает, что респонденты в своих рассуждениях о предмете опроса будут придерживаться той же системы координат, что и социолог, но и не учитывает, что каждый вопрос воспринимается не сам по себе, не изолированно, а в контексте с другими. Таким образом, признать, что ответы на простые вопросы служат только получению ответов и для респондента оказываются способом разминки, – значит существенно упростить процесс работы с анкетой.

Когда все вопросы логически взаимосвязаны между собой и последовательно сужают тему, у респондента возникает определенная установка, согласно которой он будет отвечать на них. Такое взаимовлияние вопросов называется *эффектом излучения* или *эффектом эха* и проявляется в том, что предшествующий вопрос (или вопросы) направляет ход мыслей респондента в определенное русло, создает некоторую мини-систему координат, в рамках которой формулируется или выбирается вполне определенный ответ.

4. Вопросы могут объединяться в блоки по тематическому или проблемному принципам. При этом переход к новому направлению беседы должен сопровождаться пояснениями, переключателями внимания (вспомним буферные вопросы).

5. Хорошее графическое оформление.

6. Анкета не должна быть слишком длинной. Исследования показывают, что после 45 минут опроса внимание респондента снижается.

Первоначальный вариант анкеты всегда нуждается в проверке. Как правило, ее начинают с логического контроля. *Логический контроль анкеты* – это соотнесение каждого вопроса анкеты со списком требований.

Каждый вопрос проверяется по следующим критериям:

1. Не забыты ли (если они нужны) такие варианты ответов, как «не знаю» и «затрудняюсь ответить»?

2. Не следует ли добавить к некоторым закрытым вопросам позицию «другие ответы»?

3. Относится ли вопрос ко всей совокупности опрашиваемых? В последнем случае добавляется вопрос-фильтр.

4. Достаточно ли объяснена техника заполнения анкеты и вопросов?

5. Нет ли логического несоответствия между смыслом формулировки вопроса и шкалой измерения?

6. Содержатся ли в формулировке вопроса слова, термины, которые могут быть непонятны опрашиваемым? Как их заменить, не нарушая смысла?

7. Не превышает ли вопрос компетентности опрашиваемых?

8. Не превышает ли вопрос возможности памяти опрашиваемого?

9. Не слишком ли многочисленны варианты ответов на вопрос? Может имеет смысл из одного вопроса сделать два?

10. Не задевает ли вопрос самолюбия респондента, его достоинства, представлений о престиже?

11. Не вызовет ли вопрос отрицательных эмоций у респондента?

После уточнения вопросов проверяют композицию анкеты, т.е. логику построения анкеты:

• Соблюдается ли принцип расположения вопросов от наиболее простых в начале анкеты к наиболее сложным в конце?

• Нет ли влияния предшествующих вопросов на последующие?

• Отделены ли смысловые блоки вопросов «переключателями внимания», обращениями к респонденту, информирующими о начале следующего блока?

• Снабжены ли вопросы–фильтры указателями-переходами для разных групп респондентов?

• Нет ли скопления однотипных вопросов, вызывающих ощущение монотонности и утомления у респондента?

• Нет ли нарушений в верстке и графическом оформлении анкеты? (Переноса части вопроса на другую страницу, неразлинованных таблиц, «слепого» текста анкеты, недостаточного места для ответов на открытые вопросы и др.).

5.2. ИНТЕРВЬЮ: ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ

Интервьюирование – так же как и анкетирование относится к опросным методам социологии. Разница между ними заключается в том, что при анкетировании респондент сам читает вопросы и отвечает на них письменно, а при интервьюировании респондент отвечает на вопросы устно, а запись ответов осуществляется интервьюером. Несколько отличается и инструмент исследования: при анкетировании используется анкета, а при интервьюировании – бланк интервью.

Что вообще такое интервью? Слово интервью происходит от английского *inter-view* и означает беседу, встречу обмен мнениями. Вторая составляющая слова означает взгляд, точку зрения, а приставка «интер» означает нечто происходящее между кем-то. Однако обычную беседу нельзя считать интервью. Разговор на кухне или на улице – это интервью? Тоже нет, хотя это и может быть обмен мнениями.

Интервью – это обязательно целенаправленная беседа, но это не простая беседа, а как бы разведывание, выяснение важных сведений, новых данных.

Журналист, берущий интервью, стремится получить сенсационный материал, врач опрашивает пациента и пытается установить диагноз и т.д.

Интервью – это беседа людей, в которой один из участников (интервьюер) помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника, задающий вопросы, руководствуясь определенной целью и коммуникативной тактикой. Это особый вид общения, цели которого заданы программой. В социологии существуют ситуации, где интервью просто незаменимо: зондажные опросы экспертов на подготовительном этапе исследования, пилотажное исследование.

Процедура интервью предполагает:

- 1) выбор объекта;
- 2) определение места и времени проведения;
- 3) запись ответов и окончательное оформление материалов.

Независимо от места проведения интервью стоит позаботиться об устранении или хотя бы уменьшении влияния «третьих» лиц. Опыт показывает, что даже молчаливое присутствие по время интервью «третьего» лица оказывает влияние на психологический контекст интервью и может вызвать смещение ответов.

Если сравнить два самых популярных метода в социологии: анкетирование и интервью, то можно обозначить как некоторые достоинства интервью, так и некоторые его недостатки.

Достоинства:

1. Вопросы без ответов в нем практически не бывает
2. Неопределенные и противоречивые ответы могут быть уточнены
3. Имеется возможность наблюдения за респондентом и фиксация не только его вербальных ответов, но и невербальных реакций.
4. Получаемая информация полнее, глубже и достовернее по сравнению с анкетой.

Недостатки:

1. Малая оперативность, невозможность нанять большое количество интервьюеров, невозможность использовать его в краткосрочных массовых опросах.
2. Большие затраты времени и средств, связанные с оплатой интервьюеров.
3. Дополнительные затраты требуют подбор и обучение интервьюеров, контроль качества их работы.
4. Разные виды интервью требуют у исследователя неоднозначный набор знаний и умений.
5. Нетерпеливость респондентов. Они с трудом отвечают на большое количество вопросов, даже если их 20–25.
6. Страх респондента перед вопросом. Степень скрытности в России выше, чем в других странах.

Рассмотрим типологию интервью. Интервью можно классифицировать:

- *по месту проведения* (на работе, дома, в магазине и так далее);
- *по количеству участников* (групповое и индивидуальное);
- *по степени стандартизации* (формализованное, полужформализованное, свободное (беседа);
- *по числу обсуждаемых тем* (фокусированное или направленное (подробное обсуждение одной темы) и нефокусированное, где нет предметного единства, а самые разные темы перемежаются друг друга.

5.3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ИНТЕРВЬЮ

Формализованное интервью. В этом случае общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера.

При использовании этого вида опроса интервьюер обязан точно придерживаться формулировок вопросов и их последовательности. По международным стандартам вопросы следует задавать слово в слово так, как они сформулированы. Если респондент не понял вопроса, то хороший интервьюер не будет пояснять вопрос, а просто повторит его.

В данном интервью обычно преобладают закрытые вопросы. Международный стандарт требует, чтобы число вариантов было небольшим. Так как даже при пяти вариантах респондент испытывает трудности с восприятием и выбором. Иногда число вариантов возможных ответов бывает довольно большим и на слух плохо воспринимается. В таких случаях варианты ответов печатаются на отдельных карточках, которые вручаются респондентам для прочтения. Иначе человек будет всегда выбирать первые или последние альтернативы, выпуская середину.

Вводная беседа с респондентом, переходы от одного раздела беседы к другому подробно разрабатываются исследователем и точно воспроизводятся интервьюером в ходе опроса. Если в процессе беседы возникает необходимость объяснить респонденту неясное слово или смысл вопроса, интервьюер не должен при этом допускать произвольного толкования, отклонения от смысла первоначальной формулировки вопроса.

Таким образом, в ситуации формализованного интервью интервьюеру отводится по преимуществу исполнительская роль, а респондент должен внимательно выслушать вопрос и выбрать наиболее подходящий для него вариант ответа из набора, заранее продуманного исследователем.

Способ фиксации ответов также стандартен и предусмотрен инструкцией.

Полуформализованное интервью (интервью с путеводителем). Для полуформализованного интервью или интервью с путеводителем предварительно составляется общий план разговора с перечислением тематических блоков, представляющих исследовательский интерес, а также выделением аспектов, относительно которых должна быть получена более детальная информация. Формулировка отдельных вопросов и предполагаемая форма ответов остаются свободными, открытыми, их конкретное оформление происходит в ходе интервью. Полуформализованное интервью используется, как правило, для изучения сенситивных тем, а также тем, по которым исследователь заранее не может составить свое представление. Иногда это интервью путают со свободным. Однако это не так. Строго обязательным должен быть план, последовательность вопросов. А открытые вопросы – это не повод для свободы, а лишь еще большее ограничение для интервьюера, у которого возрастает риск повлиять на мнение респондента.

Данный вид интервью требует несколько больших затрат труда и времени: респондент дольше обдумывает и формулирует ответы, а интервьюер тратит больше времени на их регистрацию. Увеличиваются затраты времени и на последующий анализ содержания ответов и их кодировку.

Свободное интервью (беседа) характеризуется минимальной стандартизацией. В данном случае и исследователь, и участник исследования занимают одинаково активную позицию и в форме равноправного диалога обмениваются своими взглядами по темам, представляющим исследовательский интерес. Мнения исследователя, иногда кофронтирующие с высказываниями респондента, могут заставить последнего уточнить свою позицию или изменить ее под влиянием диалога. Свободное интервью используется, как правило, для проведения разведывательного этапа исследования.

Такое интервью проводится без заранее подготовленного вопросника или разработанного плана беседы, определяется только тема для обсуждения. Обычно опрашивается 10–20 чел., информация не подвергается статистической обработке, она ценна своей уникальностью.

Такое интервью мало чем отличается от беседы двух приятелей. Различие заключается лишь в целях беседы. Этот метод широко используется в этнографии и культурной антропологии.

Свободное интервью призвано уловить непосредственные реакции индивида. Странники радикальной микросоциологии используют для этого аудио- и видеозаписывающую технику при естественных беседах и разговорах.

Разновидностью свободного интервью выступает *нарративное интервью* (narrative – рассказ, повествование), представляющее собой свободное повествование о жизни рассказчика без всякого вмешательства со стороны интервьюера, кроме возможных междометий (удивление или одобрение), для стимулирования и поддержания нити рассказа.

Предполагается, что в ходе свободного изложения в памяти респондента ассоциативно всплывают в первую очередь те эпизоды и моменты, которые представляют для него наибольшую субъективную ценность. Это позволяет выявить наиболее важные «смыслообразующие» фрагменты, конструирующие его рассказ. В ходе интервью человек как бы заново обдумывает свою жизнь, свое «я», отделяя его от совокупного «мы».

Выделяют также и такой вид, как *биографическое интервью*. Биографическое интервью является разновидностью полужформализованного интервью, где тематические блоки соответствуют последовательности жизненных циклов индивида: «детство», «юность», «учеба», «женильба», «дети» и т.д. Интервьюер направляет разговор на определенную тему и подводит к следующему блоку, когда, по его мнению, рассказ о данном периоде жизни исчерпан.

Фокусированное интервью. Считается, что прародителем данного метода является интервью, которое применили в 1941 г. Мертон и Лазарсфельд для изучения эффективности работы радио. А первая книга, где этот метод был теоретически осмыслен, вышла в 1956 г. (Мертон и др.). В последующем оно стало широко распространяться в маркетинговых, рекламных и др. исследованиях. Сейчас стреднестатистический американец уже более четырех раз был участником фокус-группы.

Фокусированное интервью проводится тогда, когда надо как можно больше узнать о какой-то ситуации, проблеме в жизни человека, сообщества. Исходя из этого, дополнительные вопросы интервьюера направлены на углубление в определенную тему и предполагают большую конкретизацию субъективных представлений о предмете интереса исследователя.

При проведении данного вида интервью создается фокус-группа. *Фокус-группа* – вид группового интервью, в виде управляемой модератором (исследователем) дискуссии между участниками.

Включение в название метода слова «фокус» обозначает предметную концентрацию, сосредоточенность опрашиваемых на одном вопросе и в связи с этим всестороннее его обсуждение. Социологами он позаимствован из оптической физики. В оптике – это точка, где собирается прошедший через систему пучок световых лучей. Этим термином обозначают итог дискуссии, а иногда внимание сосредоточивается на характере дискуссии.

Этот метод используется для того, чтобы выявить различия в понимании некоторой проблемы, события, явлений жизни между определенными группами людей.

Суть метода заключается в следующем. Модератор предлагает тему для обсуждения (о теме обсуждения участники заранее оповещены) и стимулирует участников к спору, высказыванию своих мнений.

Число участников может варьироваться от 6 до 12. Группа не должна быть настолько малой, чтобы не обеспечить существенный охват проблемы, и не должна быть настолько большой, чтобы одни участники превратились в простых слушателей других участников. Увеличение числа участников ведет к уменьшению управляемости группы.

Достоинства:

1. Взаимодействие респондентов в группе стимулирует на более глубокие ответы и способствует появлению новых идей.

2. Заказчик может непосредственно наблюдать за ходом обсуждения и делать собственные выводы, до получения отчета.

3. Этот метод дешевле анкетирования и интервьюирования (экономятся средства, время и трудовые затраты).

4. Он позволяет за короткий срок определить причины возникновения проблемы и т.д. (спонтанность, эффект снежного кома, синергетизм, огромное количество детальной информации).

Недостаток у данного вида интервью в основном один. Это – трудности обработки данных. Приходится пользоваться транскриптами, специально подобранными кодировочными таблицами, контент-анализом, дорогостоящими способами расшифровки магнитофонных записей, ручным подсчетом и т.д.

Фокус-группы широко используются в прикладных маркетинговых исследованиях, при изучении покупательского спроса, реакций на рекламу, отношения к политическим деятелям и т.п. В сфере связей с общественностью фокус-группа помогает идентифицировать целевую аудиторию, выявить ее характеристики и разработать коммуникативные программы, призванные влиять на мнение данной группы.

Большое значение в фокус-исследованиях имеет *гомогенность (однородность) группы*. Люди лишь в ограниченной мере могут понимать тех, кто придерживается принципиально иного образа жизни и иных взглядов. Следовательно, если будет очень разнородная по своему составу группа, то

возможно возникновение неуправляемого конфликта. Наиболее общий принцип формирования групп состоит в том, чтобы участники чувствовали себя комфортно в беседе друг с другом. Желательно также, чтобы тема обсуждения была знакома респондентам по повседневному общению. Важно заметить, что целью отбора является гомогенность социальных характеристик участников, но не гомогенность взглядов и установок. Если все участники будут подобраны по принципу единства взглядов, это может привести к плоской, непродуктивной дискуссии. Основными социальными характеристиками, которые обычно принимаются при определении состава групп, являются принадлежность к социальному классу, образование, пол, возраст и национальность.

Ограничения на участие в фокус-группах. Существует несколько категорий лиц, которые не должны привлекаться к участию в фокус-группах независимо от того, какова тема обсуждения и каковы принципы набора участников. К ним относятся лица:

1) знакомые с процедурой проведения фокус-групп (в данном случае имеются в виду не исследователи профессионалы, а те, кто ранее уже принимал участие в фокус-групповых обсуждениях в качестве респондентов). Обычно устанавливается срок отдыха – 2 года;

2) знакомые друг с другом или с модератором. Требование не собирать на групповые интервью друзей, родственников (особенно супружеские пары), сослуживцев и прочих знакомых лиц основано на том опасении, что отношения между этими людьми могут существенно повлиять на групповую динамику обсуждения. Если люди уже выработали некую схему взаимодействия друг с другом, существует вероятность того, что они будут играть те же роли и в групповой дискуссии;

3) профессионально знакомые с предметом обсуждения

В рамках исследования может быть проведено несколько фокус-групп по поводу одного и того же объекта. Стандартное фокус-групповое исследование включает в себя от 4 до 8, реже до 12 групп. Три – это минимальное число, при котором еще можно говорить о проведении «фокус-группового исследования».

Группы могут быть разнородны, то есть отличаться друг от друга по ряду социодемографических характеристик.

Многие типичные исследования требуют проведения в 2–3 географических местах. При этом важно проводить группы не только в крупных городах, но и в небольших поселениях.

Организатору фокус-группы надо подумать не только о составе группы, но и о помещении, обеспечении явки, питье и закуске.

Особенности метода фокус-групп на этапе сбора данных заключаются в следующем. Общий тезис, определяющий место фокус-групп в общем методическом континууме качественных методов, заключается в следующем: фокус-группы как разновидность группового интервьюирования имеют промежуточное положение между индивидуальным интервью и включенным наблюдением.

Возможность наблюдения интеракций в ходе групповой дискуссии – основной отличительный признак фокус-группы от индивидуального интервью. Однако групповой характер беседы несет в себе как преимущества, так и недостатки.

В качестве преимущества можно назвать момент *социальной стимуляции*, происходящий в фокус-группе. В групповой среде люди стимулируются как от собственных взаимодействий с другими членами группы, так и от увиденного и услышанного из взаимодействий других людей.

Но процесс групповой динамики имеет и отрицательную сторону – *групповое давление*, провоцирующее участников дискуссии отвечать более искусственно. Доминирующие или яркие, выразительные (артикулированные) характеры могут влиять на то, что было сказано в ходе дискуссии. Люди могут нервничать из-за абсолютно противоположных мнений других участников группы. Это социальное давление существует и в реальном мире, но в групповом интервью оно является искусственным продуктом особой групповой ситуации, сконструированной исследователем. И хотя подобное групповое давление невозможно устранить, значительность его может быть минимизирована при помощи искусного моделирования и анализа. В индивидуальном интервью эта проблема не настолько остра, так как на ответы респондента никто кроме интервьюера не влияет, эффект присутствия которого можно рассматривать как минимальный, если учитывать его мастерство.

Особенности анализа данных фокус-групп заключаются в следующем. Промежуточное положение фокус-групп в континууме качественных методов задает основную особенность их анализа: полученные данные следует рассматривать как проявление групповых и индивидуальных проявлений.

Анализ фокус-группы, как и анализ любого другого качественного метода сбора информации, следует начинать с описания и общей оценки проведенной сессии. Такое описание может быть

оформлено в виде полевых заметок. Оно может включать в себя оценку места и времени проведения, обстоятельств, в которых проводилось исследование, общего настроения участников интервью, и особенно всего того, что показалось исследователю необычным.

Особенность создания транскриптов фокус-групп связана с большим количеством отвечающих. Стопроцентная идентификация ответов участников фактически невозможна. Конечно же, по возможности нужно уменьшить количество «неопознанных» ответов, используя, например, несколько диктофонов в разных местах, однако часто их наличие приходится принимать как факт.

Параллельно с работой над текстом-транскриптом тщательно разбирается видеоряд фокус-группы для описания невербальных реакций и типов поведения, проявившихся в ходе дискуссии. Стадия анализа, как и общая стратегия качественного исследования, может предполагать цикличность обращения к тексту и видеоряду. Так, некоторые коды, полученные при работе с транскриптом, получают большую обоснованность, если соотнести их с невербальным уровнем коммуникации. Техники анализа вербальных данных близки техникам анализа индивидуальных интервью, а также некоторым техникам анализа текстов, разработанным в области социолингвистики и исследований массовой коммуникации. Анализ невербальных данных основывается на принципах этнографии, где лучше всего описан метод включенного наблюдения, и на техниках социальной психологии и групповой психотерапии.

Если исследование используется в комбинации с другим/и методом/ами, то, безусловно, основные категории соотносятся с данными, полученными другими методами.

Тщательный анализ фокус-групп, как и анализ любых других качественных данных, требует много времени и интеллектуальных затрат. Однако нужно всегда помнить, что только тщательный анализ данных может привести к концептуально плотной теории, характеризующей качество исследования.

5.4. ОБРАБОТКА И АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ. ТАБЛИЧНОЕ И ГРАФИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ДАННЫХ

Собранные в эмпирическом исследовании факты получили название данных. *Данные* – первичная информация, полученная в результате социологического исследования; ответы респондентов на вопросы; ответы экспертов; результаты наблюдений и т.д. Данные можно также определить как совокупность значений переменных, приписанных единицам исследования – объектам. Понятия «социологические данные» и «эмпирические данные», как правило, считаются синонимами. Эмпирические данные появляются только на определенном этапе – после проведения полевого обследования. Они содержатся в анкетах, протоколах наблюдения, опросных листах, бланках интервью.

Данные, полученные в ходе социологического исследования, подлежат обработке. Обработкой социологических данных называют математико-статистическое преобразование данных, которое делает их компактными, пригодными для анализа и интерпретации.

С социологическими данными можно проводить следующие операции:

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

Анализ данных представляет собой своеобразную вершину социологического исследования, ее результат, ради которого проделывались все предыдущие операции. Как считает известный российский социолог В.А. Ядов, «анализ собранной информации – самый увлекательный этап исследования»¹. Именно при анализе исследователь может выяснить, насколько верными оказались выдвинутые им в самом начале рабочие гипотезы.

Однако перед тем, как исследователи начинают проверять свои гипотезы, они обычно бросают предварительный общий взгляд на свои данные и пытаются резюмировать или описать их по каждой переменной. Для этого используется так называемая описательная статистика.

¹ Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М., 2003. – С. 319.

Соответствующие такому анализу таблицы называют линейными или одномерными распределениями (на профессиональном жаргоне их иногда называют «линейками»).

При обработке и анализе результатов мы должны принимать во внимание шкалу, с помощью которой проводилось измерение той или иной переменной. Социологи чаще всего используют следующие типы шкал:

1. *Номинальная шкала.* С ее помощью мы измеряем такие переменные, которые не могут количественно отличаться друг от друга (например, пол, род занятий, профессия, социальное положение (работающий, неработающий)). Эти шкалы невозможно сравнивать друг с другом по принципам: «больше-меньше», «выше-ниже» и т.д. По этим шкалам не рассчитывают средние значения переменных. Это пустая трата времени. Как можно рассчитать среднее значение пола? Или рода занятий? В измерениях номинального уровня отсутствуют те свойства, которыми обладают реальные числа, и такие переменные невозможно складывать, вычитать, умножать и делить. Поэтому данные, полученные по номинальной шкале, обычно резюмируются с помощью простого частотного распределения (табл. 5.1, 5.2). Частота – значение в абсолютных цифрах, процент – удельный вес каждого из значений определяемой переменной. Пропорции и процентные доли в анализе предпочтительнее частотных распределений вследствие того, что они облегчают процесс сравнения двух популяций различных размеров. Поэтому часто при экономии места в больших таблицах показывают только проценты.

Т а б л и ц а 5.1

Распределение занятого населения по полу

Пол	Частота	%
Мужчины	442	33,69
Женщины	870	66,31
Всего	1312	100

Т а б л и ц а 5.2

Распределение занятого населения по образованию

Образование	Частота	%
Начальное	9	0,69
Основное общее	113	8,61
Полное общее	233	17,76
Начальное профессиональное	263	20,05
Среднее профессиональное	393	29,95
Незаконченное высшее	59	4,50
Высшее	226	17,23
Нет ответа	16	1,22
Всего	1312	100

Для данных номинального уровня измерение центральной тенденции производится с помощью моды. *Модой* или *модальной категорией* называется то значение переменной, которое встречается среди данных наиболее часто. В табл. 5.1 модальную категорию представляют женщины, а в табл. 5.2 – люди, имеющие среднее профессиональное образование, которых среди респондентов оказалось большинство.

Выявляя центральную тенденцию, следует сразу обращать внимание на максимальные и минимальные значения изучаемой переменной. Это сразу дает представление о масштабах изменения рассматриваемой переменной.

Удобным средством анализа служит графическое отображение рядов распределений. Бывает, что достаточно одного взгляда, чтобы оценить соотношение численности ответивших респондентов на различные варианты ответов; при взгляде на таблицу это нельзя увидеть столь отчетливо. Например, данные табл. 5.1 и 5.2 можно представить в виде диаграмм (рис. 5.1, 5.2).

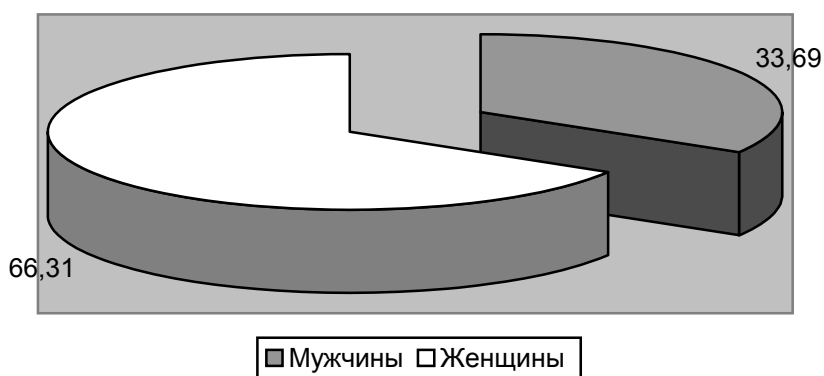


Рис. 5.1. Распределение занятого населения по полу, %

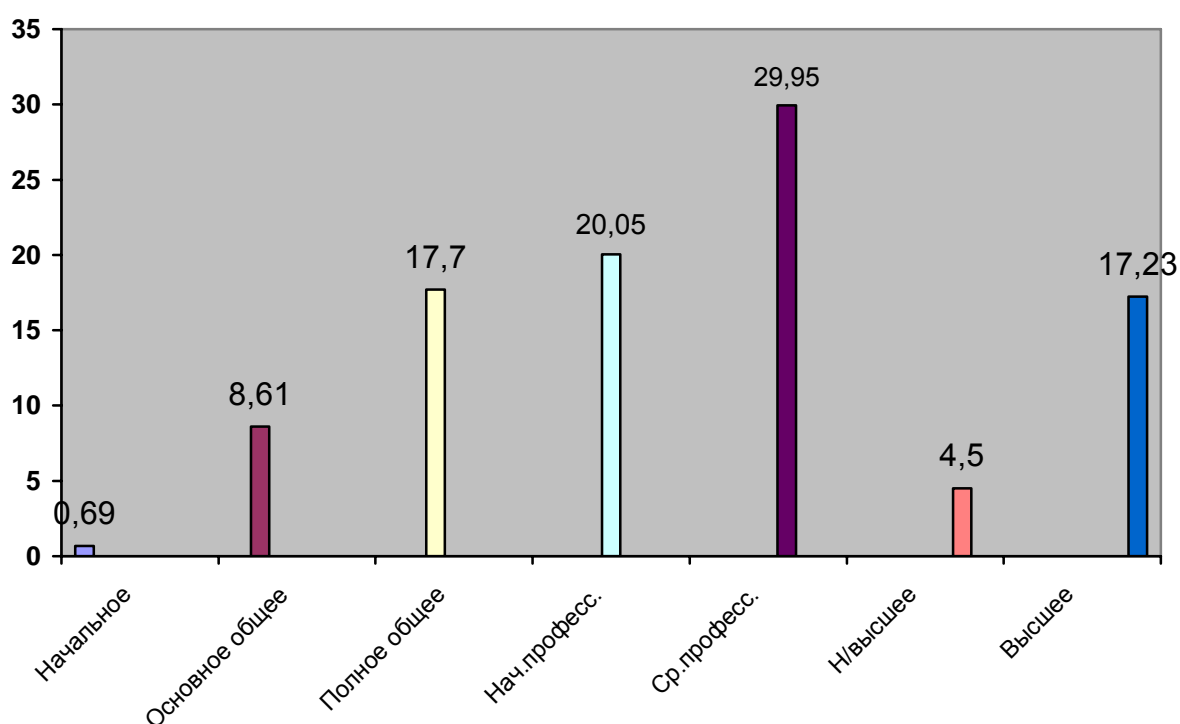


Рис. 5.2. Распределение респондентов по образованию, %

2. *Ранговая (порядковая) шкала.* Данные рангового уровня включают в себя категории наблюдения, которые размещены по порядку (от большего значения какого-либо признака к меньшему или, наоборот, – от меньшего к большему. Например, вопрос, представленный ниже, относится к ранговым: «Какие отрицательные моменты Вы видите в положении безработного?» (проранжируйте ответы, т.е. пронумеруйте по значимости для Вас: отметьте от 1 – наиболее значимо, далее 2, 3, 4 и так до 7 – безразлично):

- невозможность трудоустройства по своей специальности;
- потерю квалификацию;
- небольшое пособие по безработице;
- отношение друзей, знакомых, семьи, родственников;
- чувство ненужности;
- чувство обиды, несправедливости;
- другое _____;
- никаких отрицательных моментов не вижу.

Или можно привести и такой пример: «Как Вы считаете, от кого в первую очередь зависит поддержка самозанятости на селе?» (проранжируйте ответы, т.е. пронумеруйте по значимости для Вас: отметьте от 1 – наиболее значимо, далее 2, 3, 4 и так до 7 – безразлично):

- служба занятости;
- промышленные предприятия района;
- акционерные общества (бывшие совхозы, колхозы);
- администрация села, поселка;
- администрация района;
- администрация области;
- другое _____.

Отметим, что при использовании для измерений порядкового уровня методы описательной статистики более информативны, нежели методы, используемые для номинального уровня. Для измерений порядкового уровня центральную тенденцию частотного распределения можно оценить с помощью как моды, так и медианы. *Медиана* – это категория, к которой принадлежит срединное наблюдение. Для измерения порядкового уровня разброс частотного распределения можно выявить с помощью дисперсии и среднеквадратического отклонения, тогда как для измерения номинального уровня разброс можно только «ощутить», просматривая все категории. Значения, получаемые по порядковой шкале, часто называют рангами.

Можно посмотреть, как определяется медиана на примере распределений ответов о том, какова частота использования различных источников информации о работе городской администрации (табл. 5.3)¹.

Т а б л и ц а 5.3

Источники информации

Источники информации	Частота/ранг				
	Часто	Регулярно	Иногда	Никогда	Нет ответа
	4	3	2	1	0
1. Встречи с мэром и работниками администрации	2	5	39	282	98
2. Газеты	46	76	171	71	62
3. Общение с коллегами по работе	30	63	124	104	105
4. Общение с родными, соседями и друзьями	45	82	167	52	80
5. Радио	66	88	142	64	66
6. Телевидение	133	129	121	22	21

Здесь значения переменных – частоты использования того или иного источника – соотнесены с ранговой шкалой, значения которой меняются от категории «часто» (которой присвоен ранг 4) до категории «не дали ответа» (ранг 0). Учитывая, что общее число опрошенных равно 426, половина наблюдений составит 213. Это значит, что медиана для такого источника информации, как «встречи с мэром и работниками администрации», приходится на категорию с рангом 1 (никогда); для четырех последующих переменных – на категорию с рангом 2 (иногда); для последней переменной – «телевидение» – медиана приходится на ранг 3 (регулярно).

3. *Интервальные шкалы* получаются в том случае, если в процессе измерения мы моделируем не только отношения, присущие порядковым шкалам, но и отношение равенства (или, что одно и то же порядка) для разностей (интервалов между изучаемыми объектами).

Интервальные шкалы представляет собой численные величины, а не категории. Поэтому количество числовых значений может быть так велико, что частоты и процентные соотношения не в состоянии эффективно просуммировать данные. Например, при измерении такой переменной, как возраст, мы можем получить набор значений, ни одно из которых не будет повторять другого. То же самое относится и к уровню доходов, размеру заработной платы. Очень трудно рассчитывать, что доходы или заработная плата респондентов будут совпадать до рублей и копеек. По этой причине значения таких переменных размещают в интервалах, размеры которых определяются исследовательским замыслом.

¹ Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. – М., 2004. – С. 199–200.

Критериями центральной тенденции для пропорционального и интервального уровней измерений выступают мода, медиана и среднее арифметическое. Показатели разброса данных интервального уровня включают среднее отклонение, дисперсию и среднеквадратическое отклонение. Применение специальных программ, например SPSS, позволяет осуществлять расчет этих показателей на компьютере.

Примером интервальной шкалы может служить распределение респондентов по возрасту (табл. 5.4).

Т а б л и ц а 5.4

Распределение занятого населения по возрасту

Возраст, лет	Частота	%
До 20	15	1,14
20–29	196	14,94
30–39	347	26,45
40–49	514	39,18
50–60	224	17,07
Старше 60	6	0,46
Нет ответа	10	0,76
Итого	1312	100

Схематично данные таблицы можно представить на столбиковой диаграмме (рис. 5.3).

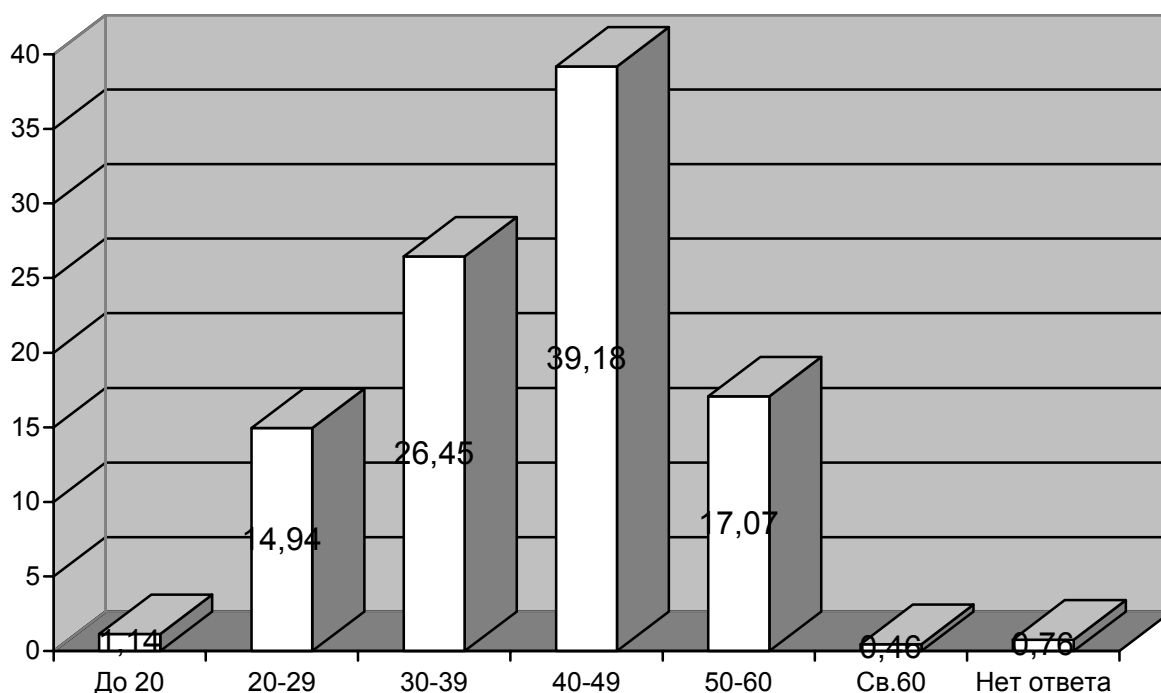


Рис. 5.3. Распределение занятого населения по возрасту, лет

Одной из важных задач любого анализа является проверка гипотез, сформулированных в программе исследования. В гипотезе, как правило, высказывается предположение о наличии связи между двумя и более переменными. На определенном этапе анализа следует заняться поиском таких связей. Такой анализ называется анализом двухмерных распределений или перекрестной группировкой.

Перекрестная группировка обычно производится в таблице, в которую вводятся значения независимой и зависимой переменной. Например, мы предположили, что между возрастом респондентов и мотивами их занятости присутствует определенная связь. Как это проверить? Составим перекрестную таблицу (табл. 5.5).

Т а б л и ц а 5.5

Распределение мотивов занятости в зависимости от возраста (в % к ответившим)

Мотивы	Возраст, лет						В целом
	До 20	20–29	30–39	40–49	50–60	Старше 60	
1. Материальные							
Хороший заработок	93	89	84	84	81	100	84
2. Нематериальные							
<i>Социальные:</i>							
надежное место работы	40	43	47	54	57	50	51
работа, уважаемая широким кругом людей	13	14	14	18	20	33	17
<i>Творческие, связанные с содержанием труда:</i>							
интересная работа	47	43	48	42	38	33	43
возможность реализовать себя как личность	20	22	24	19	18	–	21
возможность чего-либо достичь	40	28	16	12	10	–	15
затрудняюсь ответить	7	5	3	4%	4%	17	4

Данные таблицы свидетельствуют о том, что существенные отличия в мотивации трудовой деятельности имеются у молодежи до 20 лет и людей старшего возраста по сравнению с другими возрастными группами и в целом по выборке. Так, для 93% «самых молодых» первым по значимости является такой мотив, как хороший заработок, затем интересная работа (47% опрошенных). Такие мотивы, как возможность чего-либо достичь и надежное место работы, отмечают по 40% респондентов. Для людей старшей возрастной группы самым главным мотивом оказался хороший заработок, о чем говорят 100% опрошенных, затем – надежное место работы (50%), а работа, уважаемая широким кругом людей, и интересная работа получили по одинаковому количеству голосов (33% опрошенных). Но для этой возрастной группы совершенно ничего не значат такие мотивы, как возможность чего-либо достичь и возможность реализовать себя.

Если рассматривать нематериальные мотивы по возрастным группам, то по ряду мотивов прослеживаются определенные закономерности: значение одних мотивов с возрастом падает, а других – возрастает, что нагляднее видно на графике (рис. 5.4).

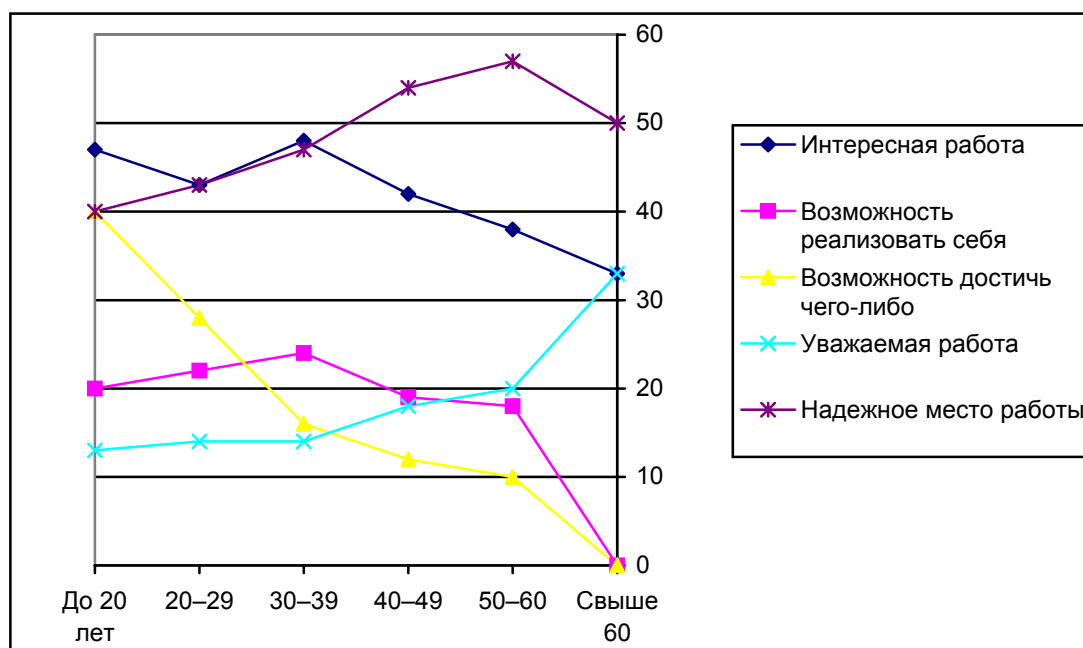


Рис. 5.4. Динамика различных мотивов в зависимости от возрастных групп (% к опрошенным)

Полученные данные представляют определенный интерес. На графике видно, что такой мотив, как «возможность чего-либо достичь», с возрастом работника имеет выраженную тенденцию к снижению его значимости до нуля. А такие мотивы, как «возможность реализовать себя» и «интересная работа», имеют тенденцию к увеличению значимости до 30–39 лет, а с увеличением возраста значимость этих мотивов для работника падает. Зато такой мотив, как «работа, уважаемая широким кругом людей», с возрастом имеет постоянное увеличение значимости. Что же касается мотива «надежное место работы», то значимость его с возрастом также постоянно возрастает и лишь для людей старше 60 лет – несколько снижается.

Иногда для большей наглядности и убедительности анализа используют различные индексы. Это специально создаваемые показатели, с помощью которых связь между переменными проявляется более зримо и отчетливо. Довольно часто используются коэффициент корреляции Спирмена и др.

Контрольные вопросы

1. Какие Вы знаете достоинства и недостатки анкетирования?
2. В чем заключается логика построения анкеты?
3. Какие Вы знаете правила композиции анкеты?
4. Что является базисной частью анкеты и обслуживающими разделами?
5. Какие основные требования к оформлению анкеты и технические приемы, используемые в анкете Вы знаете?
6. Какие виды интервью и особенности их проведения Вы можете назвать?
7. Какие предъявляются требования к процедуре и инструментарию при проведении интервью?
8. В чем заключается специфика ролей интервьюера и респондента, подбор интервьюеров и их обучение?
9. Что Вы понимаете под фокусированным интервью?
10. Каковы общие принципы обработки и анализ результатов?
11. Как осуществляется табличное и графическое представление данных?

Литература

Основная

1. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Методика и техника исследования. – М., 2004.
2. *Добреньков В.И., Кравченко А.И.* Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 3: Методика и техника исследования. – М., 2004.
3. *Основы общей социологии.* Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. – М., 2003.
4. *Ядов В.А.* Стратегии социологического исследования: понимание, объяснение, описание. – М., 1998.

Дополнительная

1. *Татарова Г.Г.* Методология анализа данных в социологии. – М., 1998.
2. *Татарова Г.Г.* От постулатов эмпирической социологии к методологии анализа данных // Социология. – М., 1999. – № 11.
3. *Толстова Ю.Н.* Анализ социологических данных. – М., 2000.
4. *Давыдов А.А.* Компьютерные технологии для социологии (обзор зарубежного опыта) // Социс. – 2005. – № 1.

ПРАКТИКУМ ПО РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ (ПРАКТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ) ПО ТЕМАМ ЛЕКЦИЙ

В связи с тем что практические задания в контрольных заданиях однотипны и различаются лишь конкретными ситуациями, рассмотрим технологию их решения на одном примере. В каждом задании есть две ситуации. В первой предполагается постановка целей, задач и выделение соответствующих блоков исследования. Во второй студент должен показать умение разрабатывать вопросы в соответствии с существующими требованиями.

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Существует острая социальная проблема безработицы населения. Представьте, что Вам следует провести социологический опрос, чтобы выявить возможные пути повышения занятости населения. Проблема обширна. Допустим, что мы хотим частично решить данную проблему путем развития самозанятости (предпринимательства и малого бизнеса). Разработайте цель и задачи исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследований.

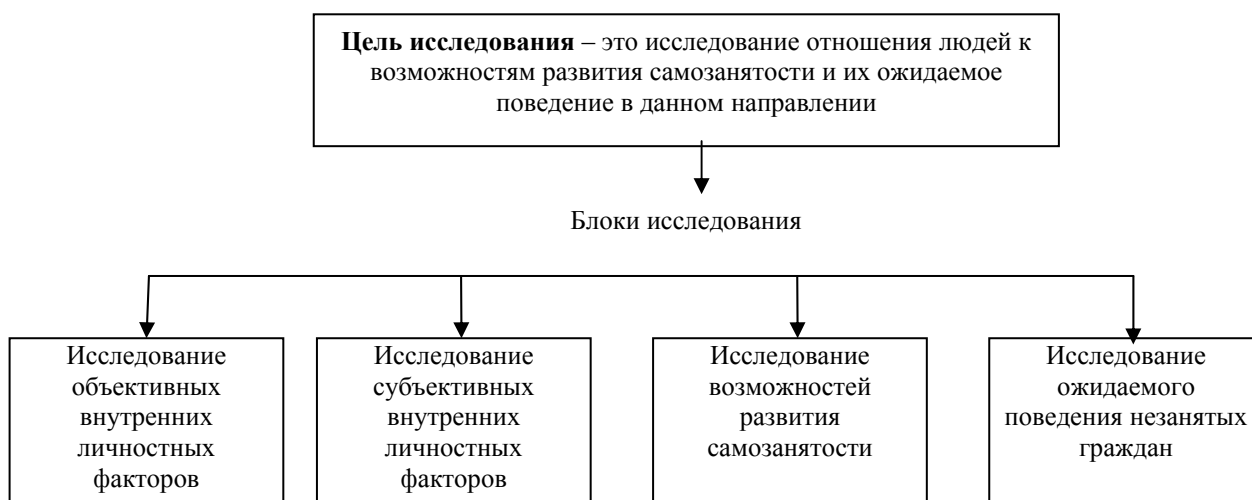
Решение.

При самозанятости очень большое значение имеет социальная готовность личности проявить активность и занять себя самостоятельно. Понимание практиковать самозанятость у безработного человека может сформироваться в результате взаимодействия его с социальной средой под влиянием различных причин как субъективного, так и объективного характера. Большую роль в этом играют внутренние факторы. К ним относятся демографические особенности, род занятий, образ жизни, экономические факторы, место проживания, тип личности и представление о себе, социальный статус и др.

В данном случае цель социологического исследования – это исследование отношения людей к возможностям развития самозанятости и их ожидаемое поведение в данном направлении.

Для реализации поставленной цели мы определили следующие задачи социологического исследования:

- I. Исследование объективных внутренних личностных факторов.
 - II. Исследование субъективных внутренних личностных факторов.
 - III. Исследование возможностей развития самозанятости.
 - IV. Характеристика ожидаемого поведения незанятых граждан.
- Указанные выше задачи одновременно являются и блоками исследования.
Теоретическую модель исследования можно изобразить в виде схемы:



Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуации 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающим предъявляемым требованиям.

Решение.

Основная гипотеза: развитие самозанятости связано с широким контекстом общественной жизни, с явлениями, происходящими в сфере политики, экономики, образования, культуры, быта. Поэтому возможности развития самозанятости определяют предпосылки, факторы и условия, действующие извне, в том числе социальные индикаторы (семья, государство, законодательство, информационное пространство и т.д.). Однако мы предполагаем, что внутренние (объективно-личностные и субъективно-личностные) факторы способны существенным образом скорректировать уровень развития самозанятости.

Гипотезы-следствия:

1. Мы предполагаем, что предпосылки (неразвитость сферы услуг, благоприятные природно-климатические условия, наличие средств), внешние факторы (государственные, региональные), условия (географические, производственно-экономические, отношение местных властей) воздействуют на все аспекты развития самозанятости – от сферы, роли и места в общественном производстве до осознания и постановки задач отдельным человеком, решившим практиковать самозанятость.

2. У каждой конкретной территории существуют специфические особенности, которые оказывают влияние на ее развитие. В то же время мы надеемся, что обобщение и систематизация данных социологического опроса и экономического анализа позволит нам сделать вывод о том, что наличие ряда факторов будет обязательным и неизменным для любой территории, причем часть из них – в силу объективного характера, часть – в силу значимости для развития самозанятости. При этом полагаем, что те факторы, которые имеют субъективный характер в отдельных территориях, будут отличаться лишь частотой и интенсивностью проявления.

3. Мы предполагаем, что личностные характеристики незанятого человека, его ценностные ориентации, характерологические свойства и др. оказывают влияние на вероятность вступления в статус самозанятости. Причем мы думаем, что все индикаторы активной позиции граждан в сфере самозанятости находятся в тесной связи и зависимости между собой.

БЛОКИ ИССЛЕДОВАНИЯ И ВОПРОСЫ

Блок 1. Исследование объективных внутренних личностных факторов

1. Вы остались без работы?

- в первый раз;
- вторично;
- уже несколько раз терял работу;
- не работали вообще.

2. Устраивает ли Вас существующее положение?

- да, я не хочу работать;
- нет, хотел бы получить работу;
- затрудняюсь ответить.

3. Как Вы оцениваете свое материальное положение сегодня?

- материальные трудности есть, часто приходится экономить;
- вынужден экономить даже на самом необходимом;
- живу фактически в бедности, нищете;
- затрудняюсь ответить;
- материальных затруднений не испытываю.

Блок II. Исследование субъективных внутренних личностных факторов

1. Что представляет для Вас наибольшую ценность в жизни? (Отметьте от 1 – наиболее значимо, далее 2, 3, 4 и так до 14 – безразлично):

- духовность;
- уверенность в безопасности, стабильность;

- общение с друзьями;
- самостоятельность, свобода, личная независимость;
- любовь, гармоничные отношения с мужем (женой);
- семейное благополучие;
- воспитание детей, продолжение рода;
- материальное благополучие, обеспеченность всем необходимым;
- социальный статус (положение в обществе), признание окружающих;
- интересная работа, профессионализм;
- власть, возможность оказывать влияние;
- здоровье (физическое и психическое);
- удовольствие, развлечение, интересное проведение досуга;
- что-то другое (что именно) _____ .

2. Чем для Вас является труд?

- это смысл существования;
- это важно и интересно, но он не должен затмевать другие стороны жизни;
- это источник средств к существованию. Чем больше платят, тем больше согласен работать;
- неприятная необходимость, если бы была возможность не работать бы;
- затрудняюсь ответить

3. Какие из предложенных качеств Вам присущи? (Отметьте не более пяти вариантов):

- активность;
- инициативность;
- нерешительность;
- личная организованность;
- ответственность;
- деловитость;
- отсутствие деловой хватки;
- самостоятельность;
- уверенность в себе;
- неуверенность в себе;
- оптимизм;
- пессимизм;
- умение поддерживать контакты с людьми;
- необщительность;
- целеустремленность;
- отсутствие цели в жизни;
- склонность к риску;
- боязнь рисковать;
- другое _____ .

Блок 3. III. Исследование возможностей развития самозанятости

1. Если открывать собственное дело в Вашем селе, поселке, то в какой сфере деятельности, по Вашему мнению, существуют наиболее благоприятные для этого условия? (Можно выбрать несколько вариантов ответа):

- производство промышленной продукции и товаров народного потребления;
- производство сельскохозяйственной продукции;
- переработка сельскохозяйственной продукции;
- строительство;
- посреднические услуги при купле-продаже;
- сфера обслуживания;
- общественное питание;
- оказание социальных услуг (уход за инвалидами, больными, престарелыми, одинокими, детьми и т.д.);
- другое _____ .

2. Почему именно эта сфера деятельности наиболее благоприятна? (Можно выбрать несколько ответов):

- наличие доступной сырьевой базы;
- не будет проблем со сбытом продукции;
- есть свободные производственные мощности на предприятиях района, поселка, села;
- есть незанятая рабочая сила, которая может быть привлечена к работе;
- есть специалисты в этой области;
- есть денежные средства для этого производства;
- в этой сфере никто не предлагает услуг;
- другое _____ .

Блок IV. Характеристика ожидаемого поведения незанятых граждан

1. Готовы ли Вы лично заняться предпринимательской деятельностью?

- готов и знаю, как это делать;
- готов, но не умею;
- готов, но не хочу;
- знаю дело, но лично не готов;
- не определился;
- нет, не готов.

2. Как Вы думаете, поддержат ли Вас семья, дети, родственники в ведении собственного дела?

- да, обязательно поддержат;
- скорее всего, нет;
- нет, не поддержат;
- трудно сказать.

3. Если Вы решитесь на организацию собственного дела, то что Вы предпочтете?

- возглавить дело самому (самой);
- организовать дело совместно (с 2–3 другими предпринимателями);
- еще не знаю.

ГЛОССАРИЙ

Анкета – объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа.

Анкетирование с помощью раздаточной анкеты – метод сбора информации, когда анкета выдается на руки респонденту, который или дома, или на работе (в группе) ее заполняет и возвращает исследователю.

Вопросы основные – используются для получения информации о социальных фактах.

Вопросы-фильтры – используются для того, чтобы отсеять некомпетентных респондентов, когда искомая информация может быть получена не от всей совокупности опрашиваемых, а только от некоторой ее части.

Вопросы контрольные – используются для уточнения правдивости ответов на основные вопросы.

Вопросы контактные – вопросы, позволяющие установить доброжелательные отношения между исследователем и респондентом («сломать лед»).

Вопросы открытые – вопросы, в которых респондент самостоятельно формулирует ответ.

Вопросы закрытые (альтернативные) – предполагают наличие вариантов ответа, которые социолог разрабатывает до начала опроса, основываясь на своих исходных представлениях о содержании вопроса.

Вопросы условно-закрытые (или полузакрытые) – вопросы, где кроме перечня ответов есть свободная строка, в которой респондент может указать свое мнение.

Вопросы-меню – вопросы, позволяющие респонденту выбрать одновременно несколько ответов.

Выборка – специальная процедура отбора из огромной совокупности единиц исследования – генеральной совокупности небольшой части – выборочной совокупности, которая очень точно отражает основные параметры целого.

Выборочное исследование – изучается мнение лишь специально подобранной группы людей.

Гипотеза – научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть.

Гипотеза основная – указывает на наиболее важные, сущностные связи и зависимости

Гипотезы-основания – гипотезы, которые сами могут не иметь эмпирических признаков, а обосновываются выводимыми из них гипотезами

Гипотезы-следствия – гипотезы, которые используются для доказательства основных.

Дисперсия – средняя из квадратов отклонений значений признака от их средней величины.

Документ – средство закрепления различным способом на специальном материале информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека.

Единицы отбора контент-анализа – слова, фразы, смысловые единицы, отдельные статьи.

Единицы счета – фиксируют регулярность и плотность, с которой встречается в тексте та или иная смысловая единица (тема). При анализе прессы за единицу счета принимают число квадратных сантиметров площади, занятой текстом по изучаемой теме.

Задачи исследования – конкретные требования, предъявляемые к анализу и решению сформулированной проблемы.

Интерпретация понятий – уточнение, истолкование их смысла.

Интервью – целенаправленная беседа людей, в которой один из участников (интервьюер) помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника, задающий вопросы, руководствуясь определенной целью и коммуникативной тактикой.

Интервью формализованное – общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера.

Интервью полужормализованное (интервью с путеводителем) – предварительно составляется общий план разговора с перечислением тематических блоков, представляющих исследовательский интерес, а также выделением аспектов, относительно которых должна быть получена более детальная информация.

Интервью нарративное (narrative – рассказ, повествование) – разновидность свободного интервью, представляющего собой свободное повествование о жизни рассказчика, без всякого вмешательства со стороны интервьюера, кроме возможных междометий (удивление или одобрение), для стимулирования и поддержания нити рассказа.

Интервью биографическое – разновидность полужормализованного интервью, где тематические блоки соответствуют последовательности жизненных циклов индивида: «детство», «юность», «учеба», «женитьба», «дети» и т.д.

Интервью фокусированное – вид группового интервью в виде управляемой модератором (исследователем) дискуссии между участниками с целью предметной концентрации, сосредоточенности опрашиваемых на одном вопросе и в связи с этим всестороннем его обсуждении.

Качественный анализ документа – многообразные операции, связанные с отбором и оценкой качества документов, восприятием и интерпретацией их содержания.

Количественный анализ (контент-анализ) – метод изучения, основанный на единообразных, стандартизированных правилах поиска, учета и подсчета количественных показателей, изучаемых характеристик текста.

Квотная выборка – выборка, которая строится как модель, отражающая генеральную совокупность в пропорциях изучаемых признаков (например, 10% – женщины, 25% – с высшим образованием; 12% – занимаются тяжелым физическим трудом и т.п.).

Когорта – совокупность людей одного года рождения.

Когортные исследования – изучают специфические совокупности (когорты).

Комбинированная выборка – такая выборка, когда на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора.

Конкретные (эмпирические, прикладные) исследования – изучение конкретных задач, имеющих проблем в той или иной области (например, в экономике, праве, философии) и в отдельных трудовых коллективах.

Логический контроль анкеты – соотнесение каждого вопроса анкеты со списком требований.

Лонгитюдное исследование – длительное изучение одной совокупности лиц.

Монографические исследования – изучение какого-либо социального явления или процесса на одном объекте, взятом самостоятельно или в качестве представителя целого класса подобных объектов.

Многоступенчатая выборка – случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);

Многофазовая выборка – выборка, когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины.

Наблюдатель как участник – вид наблюдения, когда исследователь взаимодействует с участниками социального процесса, не претендуя быть действительным его участником.

Наблюдение в социологии – метод сбора информации путем непосредственного изучения социального явления в его естественных условиях.

Объект исследования – носитель проблемной ситуации (социальная группа, совокупность людей).

Операционализация понятий – перевод понятий в термины. Либо наделение терминов эмпирическими признаками.

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

Полностью наблюдатель – вид наблюдения, при котором исследователь выполняет лишь функцию наблюдателя, не взаимодействуя с участниками ситуации, оставаясь вне их поля зрения.

Почтовый опрос – заключается в рассылке анкет и получении на них ответов по почте.

Полное участие наблюдателя в ситуации – вид наблюдения, при котором наблюдатель включается в изучаемую группу как полноправный ее член. Роль наблюдателя неизвестна членам группы.

Прессовый опрос – опрос читателей какой-либо газеты или журнала.

Панель – совокупность одних и тех же людей, групп (например, индивидов, семей, школьников, женщин и др.), опрошенная в базовом и повторном исследовании.

Панельное исследование – исследование, проводящееся по единой программе, на одной и той же выборке и по единой методике через определенный интервал времени.

Полевое обследование – непосредственное обследование объекта исследования и сбор данных по выработанной методике.

Предмет исследования – те стороны объекта, его функционирования, которые нужно изучить, чтобы решить поставленные задачи, выполнить намеченную цель.

Программа социологического исследования – научный документ, отражающий логически обоснованную схему перехода от теоретического уровня знания, выраженного моделью и гипотезами, к способам его эмпирического получения, т.е. объекту и инструментарию исследования.

Проблема – форма научного отображения проблемной ситуации.

Простая случайная выборка – отбор вслепую (метод лотереи или жребия).

Пилотажное исследование – предназначено для отработки технических процедур и приемов, чаще всего для апробации инструментария (например, анкет, разработочных таблиц и т.п.).

Поисковое исследование – предназначено для уточнения проблемы, более корректной постановки задач, выдвижения гипотез.

Повторные исследования – проводятся по единой программе через определенные промежутки времени на протяжении длительного периода.

Разовые исследования – позволяют получить информацию о состоянии явления на момент его изучения, как бы «срез» состояния явления.

Репрезентативность выборки – свойство выборки отражать характеристики изучаемой (генеральной) совокупности.

Сплошное исследование – изучается вся генеральная совокупность, т.е. весь объект исследования, все входящие в него единицы.

Социологическое исследование – процедура анализа социальной действительности с помощью специальных методов, позволяющих систематизировать факты об изучаемых социальных явлениях и процессах, об их связях, отношениях и зависимостях.

Систематический отбор – отбор респондентов через интервал в перечне объектов генеральной совокупности.

Серийная выборка – выборка, когда единицами случайного отбора являются определенные «гнезда» – группы. В качестве гнезд могут выступать населенные пункты, районы, дома, подъезды, и т.д.

Стихийная выборка – выборка, в которую попадает «первый встречный».

Стратифицированная выборка – выборка, когда в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом.

Свободное интервью (беседа) – характеризуется минимальной стандартизацией. В данном случае и исследователь, и участник исследования занимают одинаково активную позицию и в форме равноправного диалога обмениваются своими взглядами по темам, представляющим исследовательский интерес.

Таблица случайных чисел – таблица, в которую включены все числа случайным образом.

Телефонный опрос – опрос респондентов по телефону.

Трендовое – изучение изменений данной социальной группы как определенной целостности.

Участник ситуации как наблюдатель – вид наблюдения, предполагающий включение наблюдателя в группу, при этом всем участникам ясна его роль как исследователя.

Фокус-группа – группа, создаваемая для проведения фокусированного интервью.
Гомогенность фокус-группы – это ее однородность, т.е. гомогенность социальных характеристик участников.

Цель исследования – модель ожидаемого решения проблемы, ожидаемый конечный результат, который может быть достигнут только с помощью проведения исследования.

Целенаправленная выборка – выборка, в которую включаются отобранные по установленным исследователями критериям типичные представители генеральной совокупности.

Эмпирическая интерпретация – выделение основных признаков объекта, доступных измерению, установление показателей, которые могут быть количественно определены.

Эмпирический индикатор – понятие, обозначающее регистрируемый признак.

Экспертный опрос – опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике.

Эксперимент – способ получения информации под влиянием управляемых факторов.

Эксперимент лабораторный – исследователь создает искусственную среду (лабораторию) для его проведения, что позволяет ему более тщательно контролировать среду, в которую погружены изучаемые группы (экспериментальная и контрольная).

Эксперимент естественный – эксперимент, в котором исследователь заранее не выбирает и не подготавливает независимую переменную, не воздействует ею на экспериментальную группу. Исследователь отводит себе роль наблюдателя и фиксатора процессов, самостоятельно происходящих в изучаемых сферах жизни.

МАТЕРИАЛЫ ТЕСТОВОЙ СИСТЕМЫ

ТЕМА 1

1. Дополните определение:

Социологическое исследование представляет собой _____

2. Соотнесите этапы проведения социологических исследований и их содержание:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

- а) разработка инструментария исследования и сбор первичной социологической информации;
- б) анализ обработанной информации, составление выводов и предложений;
- а) подготовка к проведению исследования: разработка программы исследования;
- г) подготовка отчета о результатах исследования, практических рекомендаций;
- д) подготовка собранной информации к обработке и ее обработка.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____, 5 _____.

3. Соотнесите функции социологических исследований и их содержание:

- 1) пропагандистская;
- 2) организационно-внедренческая;
- 3) информационно-исследовательская;
- 4) методическая;

- а) разработка новых, изучение и использование имеющихся прогрессивным методов ведения социологических исследований;
- б) распространение основ социологических знаний;
- в) разработка по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций;
- г) направлена на создание обновляемой и дополняемой базы социальной информации.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____.

4. Объект социологического исследования – это:

- а) взаимоотношения в коллективе;
- б) социальная группа, совокупность людей;
- в) текучесть кадров;
- г) стиль и методы руководства.

5. Функция, которая направлена на создание постоянно обновляемой и дополняемой базы социальной информации, называется:

- а) пропагандистская;
- б) организационно-внедренческая;
- в) информационно-исследовательская;
- г) методическая.

6. Социологические исследования, которые направлены на решение конкретных задач, имеющих проблем в той или иной области (например, в экономике, праве, философии) и в отдельных трудовых коллективах, называются:

- а) лонгитюдные;
- б) панельные;
- в) когортные;
- г) конкретные;
- д) монографические.

7. Длительное изучение одной совокупности лиц – это исследование:

- а) лонгитюдное;
- б) когортное;
- в) панельное;
- г) монографическое.

8. Какие исследования нацелены на изучение какого-либо социального явления или процесса на одном объекте, взятом самостоятельно или в качестве представителя целого класса подобных объектов?
- лонгитюдное;
 - когортное;
 - панельное;
 - конкретное;
 - монографическое;
9. Дополните определение:
Псевдопанель – совокупность людей, подобранная так, _____
10. Исследование, производящееся по одной и той же программе, но при неизменном объекте исследования, т.е. им выступают одни и те же люди, группы (например, индивиды, семьи и др.) – это исследование:
- лонгитюдное;
 - когортное;
 - панельное;
 - конкретное;
 - монографическое;
 - трендовое.

ТЕМА 2

1. Объяснительные гипотезы – это:
- указывающие на связи, зависимости, но не дающие ответ на вопрос «почему?»;
 - формулирующие предположения о причинах тех или иных явлений, процессов, зависимостей.
2. Какая выборка называется многоступенчатой?
- случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
 - на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
 - когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
 - в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом.
3. Интерпретация понятий – это:
- научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
 - уточнение, истолкование смысла понятий;
 - предположение о методах исследования.
4. Какая выборка называется стратифицированной?
- случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
 - на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
 - когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
 - в генеральной совокупности выделяются однородные группы, а в них осуществляется случайная выборка любым методом.
5. Вставьте пропущенное слово (название выборки):
_____ выборка – строится как модель, отражающая генеральную совокупность в пропорциях изучаемых признаков (например, 10% – женщины, 25% – с высшим образованием; 12% – занимаются тяжелым физическим трудом и т.п.).
6. Что означает понятие «полевое обследование»?
- длительное изучение одной совокупности лиц;
 - непосредственное обследование объекта исследования и сбор данных по выработанной методике;
 - изучение лиц одного возраста.

7. Какая выборка называется многофазовой?

- а) случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
- б) на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
- в) выборку, когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
- г) в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом.

8. Гипотеза – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

9. Дополните определение:

Репрезентативность – это _____.

10. Операционализация понятий (или операциональная интерпретация) – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) установление порядка количественного измерения показателей: единиц счета, коэффициентов, индексов, шкал.

ТЕМА 3

1. Какие методы сбора социологической информации Вы знаете (дополните)?

- а) анализ документов;
- б) наблюдение;
- в) опрос;
- г) _____.

2. Соотнесите достоинства и недостатки почтового опроса:

- 1) достоинства;
- 2) недостатки;
 - а) простота организации;
 - б) неполный возврат анкет;
 - в) охват больших территорий;
 - г) отсутствие эффекта интервьюера;
 - д) невозможность проконтролировать процесс заполнения анкеты.

Ответы: 1 _____, 2 _____.

3. Экспертный опрос – это:

- а) это беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
- в) письменный опрос респондентов.

4. Дополните определение:

Документ – средство _____.

5. Соотнесите виды документов и их классификационные признаки:

- 1) по статусу;
- 2) по форме;
- 3) по содержанию;
- 4) по степени персонификации;
- 5) по степени близости к источнику информации;
 - а) письменные, вербальные, визуальные;
 - б) научно-технические, правовые, управленческие;
 - в) официальные (правительственные материалы, постановления и др.) и неофициальные (личные);
 - г) первичные и вторичные;

д) личностные и безличные.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____, 5 _____.

6. Дополните определение:

Количественный анализ (контент-анализ) – это метод _____

7. Какие виды опросов Вы знаете? Дополните ответ:

- а) почтовый;
- б) телефонный;
- в) _____;
- г) _____.

8. Соотнесите роли наблюдателя и виды наблюдений:

- 1) полное участие наблюдателя в ситуации;
- 2) участник ситуации как наблюдатель;
- 3) наблюдатель как участник;
- 4) полностью наблюдатель;
 - а) наблюдатель – прежде всего исследователь и, взаимодействуя с участниками социального процесса, не претендует быть действительным его участником;
 - б) данный вид характеризуется включенностью наблюдателя в группу. Однако подразумевается, что всем участникам ясна его роль как исследователя;
 - в) вид наблюдения предполагает включение наблюдателя в изучаемую группу как полноправного ее члена. Роль наблюдателя неизвестна членам группы;
 - г) исследователь выполняет лишь функцию наблюдателя, не взаимодействуя с участниками ситуации, оставаясь вне их поля зрения.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____.

9. Дополните определение:

Эксперимент – способ получения информации _____

10. Полевой эксперимент – это когда:

- а) исследователь создает искусственную среду (лабораторию) для его проведения, что позволяет ему более тщательно контролировать среду, в которую погружены изучаемые группы (экспериментальная и контрольная);
- б) создается максимально естественная ситуация – учебный класс, производственная среда;
- в) исследователь заранее не выбирает и не подготавливает независимую переменную, не воздействует ею на экспериментальную группу. Исследователь отводит себе роль наблюдателя и фиксатора процессов, самостоятельно происходящих в изучаемых сферах жизни.

ТЕМА 4

1. Соотнесите классификационные признаки и виды вопросов:

- 1) по форме;
- 2) по функции;
- 3) по содержанию;
 - а) вопросы о фактах сознания, о фактах поведения и о личности респондента;
 - б) открытые и закрытые, прямые и косвенные.
 - в) основные и не основные

Ответы: 1 ____, 2 ____, 3 ____.

2. Вопросы, подразделяемые по функции, – это:

- а) открытые;
- б) основные;
- в) о фактах поведения.

3. Вопросы, подразделяемые по форме, – это:

- а) открытые;
- б) основные;
- в) о фактах поведения.

4. Косвенный вопрос – это вопрос, задаваемый с целью:

- а) изучения предполагаемой ситуации;
- б) отсеять некомпетентных респондентов;
- в) выявить правдивость ответов респондентов.

5. *Контрольный вопрос* – это вопрос, задаваемый с целью:
- изучения предполагаемой ситуации;
 - отсеять некомпетентных респондентов;
 - выявить правдивость ответов респондентов;
 - установить доброжелательные отношения;
 - самостоятельного формулирования ответа респондентом.
6. *Вопрос-фильтр* – это вопрос, задаваемый с целью:
- изучения предполагаемой ситуации;
 - отсеять некомпетентных респондентов;
 - выявить правдивость ответов респондентов;
 - установить доброжелательные отношения;
 - самостоятельного формулирования ответа респондентом.
7. *Контактный вопрос* – это вопрос задаваемый с целью:
- изучения предполагаемой ситуации;
 - отсеять некомпетентных респондентов;
 - выявить правдивость ответов респондентов;
 - установить доброжелательные отношения;
 - самостоятельного формулирования ответа респондентом.
8. *Открытый вопрос* – это вопрос:
- изучения предполагаемой ситуации;
 - отсеять некомпетентных респондентов;
 - выявить правдивость ответов респондентов;
 - установить доброжелательные отношения;
 - самостоятельного формулирования ответа респондентом.
9. *Дихотомический вопрос* – это вопрос:
- когда респондент самостоятельно формулирует ответ;
 - «да – нет»;
 - когда предполагается выбор одного ответа из перечня возможных.
10. *Альтернативный вопрос* – это вопрос:
- когда респондент самостоятельно формулирует ответ;
 - «да – нет»;
 - когда предполагается выбор одного ответа из перечня возможных.

ТЕМА 5

1. *Дополните элементы логического построения анкеты:*
- _____;
 - вопросы наиболее простые и нейтральные по смыслу;
 - вопросы, требующие анализа, размышлений, активизации памяти;
 - _____;
 - паспортчика.
2. *По степени формализации интервью подразделяется на (дополните ответ):*
- формализованное (стандартизованное);
 - полуформализованное;
 - _____.
3. *Вставьте пропущенные требования к анкете:*
- _____;
 - хорошее графическое оформление;
 - _____;
 - вопросы могут объединяться в блоки по тематическому или проблемному принципам. При этом переход к новому направлению беседы должен сопровождаться пояснениями, переключателями внимания;
 - _____;
 - _____;
 - формулировка вопроса должна соответствовать шкале измерения.

4. Анкетирование – это:

- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
- в) письменный опрос респондентов.

5. Дополните определение:

_____ – интервью, когда общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера.

6. Интервью – это:

- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
- в) письменный опрос респондентов.

7. Процедура интервью предполагает (вставьте пропущенный этап):

- а) выбор объекта;
- б) _____;
- в) запись ответов и окончательное оформление материалов.

8. Фокусированное интервью – это когда:

- а) общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера;
- б) составляется общий план разговора с перечислением тематических блоков, представляющих исследовательский интерес, а также выделением аспектов, относительно которых должна быть получена более детальная информация;
- в) групповое интервью в виде управляемой модератором (исследователем) дискуссии между участниками;
- г) тематические блоки соответствуют последовательности жизненных циклов индивида: «детство», «юность», «учеба», «женитьба», «дети» и т.д.

9. Дополните достоинства фокусированного интервью:

- а) взаимодействие респондентов в группе стимулирует на более глубокие ответы и способствует появлению новых идей;
- б) _____;
- в) _____;
- г) он позволяет за короткий срок определить причины возникновения проблемы и т.д. (спонтанность, эффект снежного кома, синергетизм, огромное количество детальной информации).

10. Нарративное интервью – это:

- а) общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера;
- б) составляется общий план разговора с перечислением тематических блоков, представляющих исследовательский интерес, а также выделением аспектов, относительно которых должна быть получена более детальная информация;
- в) групповое интервью в виде управляемой модератором (исследователем) дискуссии между участниками;
- г) рассказ, представляющий собой свободное повествование о жизни рассказчика без всякого вмешательства со стороны интервьюера, кроме возможных междометий (удивление или одобрение), для стимулирования и поддерживания нити рассказа;
- д) тематические блоки соответствуют последовательности жизненных циклов индивида: «детство», «юность», «учеба», «женитьба», «дети» и т.д.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Методы в социологии – это правила и процедуры, с помощью которых устанавливается связь между фактами, гипотезами и теориями. Основное назначение дисциплины – изучение основных методов сбора социологической информации и методики и техники проведения социологических исследований. Дисциплина «Методика и техника социологического исследования» предназначена для того, чтобы показать студентам значимость проведения социологических исследований в различных областях деятельности. Социологические исследования позволяют выявить обратную связь управленческих решений, изучить отношение людей к различным сторонам деятельности организаций, их мнения, стремления, интересы, ценности и т.д. Данный курс дает будущим специалистам знания в применении научно-обоснованных методов сбора социологической информации, построения выборок, составления программы и инструментария исследования, учит студентов искусству задавать вопросы и т.д. Знание основ проведения социологических исследований позволит будущим специалистам осуществлять сбор социологической информации на практике и на основе этого более правильно формулировать профессиональные и управленческие решения в их будущей работе.

В связи с вышеизложенным основной целью данной контрольной работы является формирование у студентов знаний методики и техники проведения социологических исследований, техники составления анкет и т.д.

Задачи написания контрольной работы по курсу «Методика и техника социологического исследования»:

1. Углубление и закрепление теоретических знаний по выбранной теме изучаемой дисциплины.
2. Приобретение навыков самостоятельной работы по составлению программы социологического исследования (определение целей, задач и гипотез исследования).
3. Овладение умением составлять вопросы для анкеты, их правильно формулировать и оформлять.

Настоящие методические рекомендации разработаны в соответствии с рабочей программой курса «Методика и техника социологического исследования».

Раздел 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

2.1. МЕТОДИКА ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

2.1.1. Этапы выполнения работы

Выполнение контрольной работы по дисциплине «Методика и техника социологических исследований» складывается из следующих этапов:

- 1 этап. Подбор необходимой литературы.
- 2 этап. Непосредственная работа над литературой.
- 3 этап. Выполнение ситуационных заданий 1, 2.
- 4 этап. Выполнение тестовых заданий.

2.1.2. Последовательность и содержание каждого этапа

1 этап. К подбору литературы следует относиться серьезно, так как это – залог хорошей контрольной работы. При этом следует изучать различные виды изданий, имеющих отношение к варианту работы: информационные, библиографические, реферативные, обзорные издания, экспресс-информацию и др. В дальнейшем рекомендуется общее ознакомление с литературным источником по его оглавлению, беглый просмотр всего содержания, выборочное чтение параграфов и глав,

соответствующих по их названию изучаемому вопросу, и осуществление выписки или ксерокопирования материалов, представляющих интерес для студента. На данном этапе необходимо внимательно следить за оформлением выписок или ксерокопий: указывать название источника, его автора и страницу, так как если вы будете в дальнейшем использовать цитирование текста, то сможете легко пользоваться собранным материалом.

2 этап. Непосредственная работа над собранным материалом включает значительную часть черновой работы. Это творческий и целеустремленный процесс. Надо стремиться к объективности и достоверности используемой информации. Поэтому работу на данном этапе мы рекомендуем начать с оценки изученных материалов и лишь затем переходить к обобщению информации. Необходимо обдумать имеющуюся информацию и критически подходить к отдельным источникам, не забывая, что более достоверными являются официальные издания от имени государственных или общественных организаций, монографии, научные сборники. В статьях могут быть отражены лишь позиции авторов, могут быть и ошибочные положения, и различного рода неточности, поэтому следует разобраться в этом и дать отдельным мнениям соответствующую оценку.

3 этап. Выполнение ситуационного задания представляет собой решение практической ситуационной задачи по отдельной теме курса. Ответы на вопросы, поставленные в ситуационном задании, должны дать представления о ходе решения. Студенту следует делать сноски на источник литературы, откуда они взяты. В решении должно быть показано, как получены все приводимые цифры (если они не даны в условии задания).

4 этап. Выполнение тестовых заданий. Студент подбирает вариант решения тестового задания и в соответствии с инструкцией отмечает его в задании, т.е. решение будет излагаться в виде кода правильных ответов на предложенные тестовые задания. В контрольной работе следует помещать весь текст тестов и по инструкции делать отметки о их решении. **Не допускается приведение одних ответов, без текста и вариантов ответов.**

2.1.3. Элементы, определяющие оценку выполнения заданий

По ситуационным заданиям – теоретическая обоснованность итогового ответа, стиль ответа (логичность выводов), обоснованность механизма решения ситуации (задачи), самостоятельность изложения позиции студента.

Правильности ответа на тестовое задание оценивается в баллах.

2.1.4. Требования к объему каждого задания

Объем текста контрольной работы не должен превышать: при рукописном варианте – 16 или 10 страниц формата А4 (210x297). Объем ситуационного задания (практической задачи) – 1–2 страницы. Работа должна быть написана четко, аккуратно, без сокращения слов и названий, без зачеркиваний и поправок. Для исправления ошибок рекомендуется использовать специальную мастику («Штрих»). Должны быть озаглавлены все части работы и пронумерованы все страницы. В работе все таблицы, иллюстративный материал, приложения также должны быть пронумерованы. В связи с тем что объем работы сравнительно небольшой, рекомендуется применять сквозную нумерацию. Титульный лист контрольной работы приведен в приложении. Контрольные работы, выполненные не по своему варианту, к защите не допускаются.

2.2. ПРАВИЛА ВЫБОРА ВАРИАНТА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выбор темы осуществляется студентом по последней цифре номера зачетной книжки. Например, если номер заканчивается цифрой 1, то выполняется вариант 1; если цифрой 2 – вариант 2; если 0 – вариант 10 (см. таблицу). Выполнять другие темы, произвольно изменять теоретические вопросы, ситуационные и тестовые задания или же компоновать из нескольких заданий одно не разрешается.

Таблица выбора вариантов контрольной работы

Последняя цифра номера зачетной книжки студента	Номера вариантов контрольных работ
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5
6	6
7	7
8	8
9	9
0	10

Раздел 3. СТРУКТУРА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Внутренним стандартом университета установлена следующая структура контрольной работы дисциплины «Методика и техника социологического исследования», которая должна быть соблюдена студентом при написании контрольной работы:

1. Титульный лист.
2. Ситуационная (практическая) часть:
 - текст ситуационного задания 1 (практической задачи);
 - ответ на ситуационное (практическое) задание 1;
 - текст ситуационного задания 2 (практической задачи);
 - ответ на ситуационное (практическое) задание 2.
3. Тестовая часть:
 - содержание 10 (десяти) тестовых заданий (тесты вопросов приводятся обязательно) и ответ на каждое их задание в рекомендуемой форме.
4. Список литературы, используемой для написания контрольной работы.

Раздел 4. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Вариант 1

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Существует социальная проблема текучести кадров. Вам следует в ее границах обозначить социальные феномены, которые могут быть изучены в рамках социологического подхода (Что изучать? Зачем и для достижения каких целей? Где и при каких условиях изучать? и т.д.). Составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследования.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы не менее двух вопросов с вариантами.

Тестовое задание

1. *Какие методы сбора социологической информации Вы знаете (дополните)?*
 - а) анализ документов;
 - б) _____;
 - в) опрос;
 - г) социальный эксперимент.
2. *Пилотажное исследование – это:*
 - а) исследование, дающее информацию о состоянии социального явления на момент его проведения;

- б) разведывательное исследование с целью апробации методики;
- в) длительное изучение одной совокупности лиц.

3. Соотнесите этапы проведения социологических исследований и их содержание:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

- а) разработка инструментария исследования и сбор первичной социологической информации;
- б) анализ обработанной информации, составление выводов и предложений;
- в) подготовка к проведению исследования: разработка программы исследования;
- г) подготовка отчета о результатах исследования, практических рекомендаций;
- д) подготовка собранной информации к обработке и ее обработка.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____, 5 _____.

4. Объект социологического исследования – это:

- а) взаимоотношения в коллективе;
- б) социальная группа, совокупность людей;
- в) текучесть кадров;
- г) стиль и методы руководства.

5. Дополните определение:

Программа представляет собой научный документ, отражающий _____, к способам его эмпирического получения, т.е. объекту и инструментарию исследования.

6. Интерпретация понятий – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

7. Дополните определение:

_____ – это беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника.

8. Какая выборка называется комбинированной?

- а) случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
- б) на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
- в) когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
- г) в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом.

9. Соотнесите классификационные признаки и виды вопросов:

- 1) по форме;
- 2) по функции;
- 3) по содержанию;
- а) вопросы о фактах сознания, о фактах поведения и о личности респондента;
- б) открытые и закрытые, прямые и косвенные;
- в) основные и не основные.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____.

10. Вставьте пропущенное слово (какая выборка?):

_____ выборка – строится как модель, отражающая генеральную совокупность в пропорциях изучаемых признаков (например, 10% – женщины, 25% – с высшим образованием; 12% – занимаются тяжелым физическим трудом и т.п.).

Вариант 2

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Существует острая социальная проблема безработицы населения. Представьте, что Вам следует провести социологический опрос, чтобы выявить возможные пути повышения занятости населения. Проблема обширна. Разработайте цель Вашего изучения, какими задачами Вы ее предполагаете решить. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследований.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. Изучение лиц одного возраста на протяжении длительного времени – это исследование:

- а) лонгитюдное;
- б) когортное;
- г) панельное.

2. Соотнесите функции социологических исследований и их содержание:

- 1) пропагандистская;
- 2) организационно-внедренческая;
- 3) информационно-исследовательская;
- 4) методическая;
- а) разработка новых, изучение и использование имеющихся прогрессивным методов ведения социологических исследований;
- б) распространение основ социологических знаний;
- в) в разработке по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций;
- г) направлена на создание обновляемой и дополняемой базы социальной информации.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____ 4 _____.

4. Вопросы, подразделяемые по функции, – это:

- а) открытые;
- б) основные;
- в) о фактах поведения.

5. Экспертный опрос – это:

- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
- в) письменный опрос респондентов.

6. Что означает понятие «полевое обследование»?

- а) длительное изучение одной совокупности лиц;
- б) непосредственное обследование объекта исследования и сбор данных по выработанной методике;
- в) изучение лиц одного возраста.

7. Соотнесите достоинства и недостатки почтового опроса:

- 1) достоинства;
- 2) недостатки;
- а) простота организации;
- б) неполный возврат анкет;
- в) охват больших территорий;
- г) отсутствие эффекта интервьюера;
- д) невозможность проконтролировать процесс заполнения анкеты.

Ответы: 1 _____, 2 _____.

8. Дополните элементы логического построения анкеты:

- а) _____;
- б) вопросы наиболее простые и нейтральные по смыслу;

- в) вопросы, требующие анализа, размышлений, активизации памяти;
- г) _____;
- д) паспортчика.

9. *Гипотеза – это:*

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

10. *По степени формализации интервью подразделяется на (дополните ответ):*

- а) формализованное (стандартизованное);
- б) полужформализованное;
- в) свободное (беседа).

Вариант 3

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Существует проблемная ситуация, связанная с неудовлетворенности трудом. Сформулируйте социальную проблему, по которой можно провести социологический опрос работников предприятия. Разработайте цель и задачи исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследований.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. *Длительное изучение одной совокупности лиц – это исследование:*

- а) лонгитюдное;
- б) когортное;
- в) панельное.

2. *Организационно-внедренческая функция социологических исследований состоит в:*

- а) создании постоянно обновляемой и дополняемой базы социальной информации;
- б) разработке по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций, мероприятий, предоставлении информации заинтересованным лицам;
- в) распространении основ социологических знаний, особенно среди руководящего состава организации;
- г) в разработке новых, изучении и использовании имеющихся прогрессивных методов ведения социологических исследований.

3. *Описательные гипотезы – это:*

- а) указывающие на связи, зависимости, но не дающие ответ на вопрос «почему?»;
- б) формулирующие предположения о причинах тех или иных явлений, процессов, зависимостей.

4. *Вопросы, подразделяемые по форме, – это:*

- а) открытые;
- б) основные;
- в) о фактах поведения.

5. *Вставьте пропущенные требования к анкете:*

- а) _____;
- б) хорошее графическое оформление;
- в) _____;
- г) вопросы могут объединяться в блоки по тематическому или проблемному принципам. При этом переход к новому направлению беседы должен сопровождаться пояснениями, переключателями внимания;
- д) _____;

- е) _____;
- ж) формулировка вопроса должна соответствовать шкале измерения.
6. *Операционализация понятий (или операциональная интерпретация) – это:*
- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
 - б) уточнение, истолкование смысла понятий;
 - в) установление порядка количественного измерения показателей: единиц счета, коэффициентов, индексов, шкал.
7. *Анкетирование – это:*
- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
 - б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
 - в) письменный опрос респондентов.
8. *Косвенный вопрос – это вопрос, задаваемый с целью:*
- а) изучения предполагаемой ситуации;
 - б) отсеять некомпетентных респондентов;
 - г) выявить правдивость ответов респондентов.
9. *Дополните определение:*
- _____ – интервью, когда общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера.
10. *Дополните этапы наблюдения:*
- а) выбор ситуации для наблюдения;
 - б) _____;
 - в) налаживание контактов;
 - г) _____;
 - д) _____;
 - е) исследование;
 - ж) постепенный выход из ситуации.

Вариант 4

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Описать ситуацию, сложившуюся на Вашем предприятии с оплатой труда. Выявить проблемную ситуацию. Для правильного решения необходимо знать, что думают по этому поводу работники предприятия. Предположим, Вам надо провести социологический опрос. Разработайте цель и задачи исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследований.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. *Исследование, проводящееся по одной и той же программе, но при неизменном объекте исследования, т.е. им выступают одни и те же люди, группы (например, индивиды, семьи и др.) – это исследование:*
 - а) лонгитюдное;
 - б) когортное;
 - в) панельное.
2. *Информационно-исследовательская функция социологических исследований состоит в:*
 - а) создании постоянно обновляемой и дополняемой базы социальной информации;
 - б) разработке по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций, мероприятий, предоставлении информации заинтересованным лицам;

- в) распространении основ социологических знаний, особенно среди руководящего состава организации;
- г) в разработке новых, изучении и использовании имеющихся прогрессивных методов ведения социологических исследований.

3. Дополните определение:

Социологическое наблюдение – это _____.

4. Вопросы, подразделяемые по содержанию, – это:

- а) открытые;
- б) основные;
- в) о фактах поведения.

5. Контрольный вопрос – это вопрос, задаваемый с целью:

- а) изучения предполагаемой ситуации;
- б) отсеять некомпетентных респондентов;
- в) выявить правдивость ответов респондентов.

6. Объяснительные гипотезы – это:

- а) указывающие на связи, зависимости, но не дающие ответ на вопрос «почему?»;
- б) формулирующие предположения о причинах тех или иных явлений, процессов, зависимостей.

7. Интервью – это:

- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
- в) письменный опрос респондентов.

8. Какая выборка называется многоступенчатой?

- а) случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
- б) на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
- в) когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
- г) в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом.

9. Интерпретация понятий – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

10. Дополните определение:

_____ – это беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника.

Вариант 5

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Существует социальная проблема трудовой активности кадров. Вам следует в ее границах обозначить социальные феномены, которые могут быть изучены в рамках социологического подхода (Что изучать? Зачем и для достижения каких целей? Где и при каких условиях изучать? и т.д.). Разработайте цель и задачи социологического исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследований.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. Лонгитюдное исследование – это:

- а) исследование, дающее информацию о состоянии социального явления на момент его проведения;
- б) разведывательное исследование с целью апробации методики;
- в) длительное изучение одной совокупности лиц.

2. Пропагандистская функция социологических исследований состоит в:

- а) создании постоянно обновляемой и дополняемой базы социальной информации;
- б) разработке по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций, мероприятий, предоставлении информации заинтересованным лицам;
- в) распространении основ социологических знаний, особенно среди руководящего состава организации;
- г) в разработке новых, изучении и использовании имеющихся прогрессивных методов ведения социологических исследований.

3. Вопросы, подразделяемые по содержанию, – это:

- а) закрытые;
- б) неосновные;
- в) о фактах сознания.

4. Соотнесите этапы проведения социологических исследований и их содержание:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

- а) разработка инструментария исследования и сбор первичной социологической информации;
- б) анализ обработанной информации, составление выводов и предложений;
- в) подготовка к проведению исследования: разработка программы исследования;
- г) подготовка отчета о результатах исследования, практических рекомендаций;
- д) подготовка собранной информации к обработке и ее обработка.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____, 5 _____.

5. Вопрос-фильтр – это вопрос, задаваемый с целью:

- а) изучения предполагаемой ситуации;
- б) отсеять некомпетентных респондентов;
- в) выявить правдивость ответов респондентов.

6. Интерпретация понятий – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

7. Дополните определение:

_____ – это беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника.

8. Какая выборка называется стратифицированной?

- а) случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
- б) на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
- в) когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
- г) в генеральной совокупности выделяются однородные группы, а в них осуществляется случайная выборка любым методом.

9. Вставьте пропущенное слово (название выборки):

_____ выборка – строится как модель, отражающая генеральную совокупность в пропорциях изучаемых признаков (например, 10% – женщины, 25% – с высшим образованием, 12% – занимаются тяжелым физическим трудом и т.п.).

10. Что означает понятие «полевое обследование»?

- а) длительное изучение одной совокупности лиц;
- б) непосредственное обследование объекта исследования и сбор данных по выработанной методике;
- в) изучение лиц одного возраста.

Вариант 6

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Некоторые люди, пытаются заняться индивидуальной трудовой деятельностью, открыть свое дело. Это, в свою очередь, сопряжено с множеством проблем. Представьте, что перед Вами стоит задача опросить людей, открывших свое дело, и выявить их проблемы. Разработайте цель и задачи социологического исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследования.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. Какие методы сбора социологической информации Вы знаете?

- а) анализ документов;
- б) наблюдение;
- в) _____;
- г) социальный эксперимент.

2. Методическая функция социологических исследований состоит в:

- а) созданию постоянно обновляемой и дополняемой базы социальной информации;
- б) разработке по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций, мероприятий, предоставлении информации заинтересованным лицам;
- в) распространении основ социологических знаний, особенно среди руководящего состава организации;
- г) в разработке новых, изучении и использовании имеющихся прогрессивных методов ведения социологических исследований.

3. Вопросы, подразделяемые по форме, – это:

- а) закрытые;
- б) не основные;
- в) о фактах сознания.

4. Дополните элементы логического построения анкеты:

- а) _____;
- б) вопросы наиболее простые и нейтральные по смыслу;
- в) вопросы, требующие анализа, размышлений, активизации памяти;
- г) _____;
- д) паспортчика.

5. Соотнесите достоинства и недостатки почтового опроса:

- 1) достоинства;
- 2) недостатки;
 - а) простота организации;
 - б) неполный возврат анкет;
 - в) охват больших территорий;
 - г) отсутствие эффекта интервьюера;
 - д) невозможность проконтролировать процесс заполнения анкеты.

Ответы: 1 _____, 2 _____.

6. Предмет социологического исследования – это:

- а) взаимоотношения в коллективе;
- б) социальная группа, совокупность людей;

- в) текучесть кадров;
- г) стиль и методы руководства.

7. *Какая выборка называется многофазовой?*

- а) случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
- б) на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
- в) выборку, когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
- г) в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом.

8. *Гипотеза – это:*

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

9. *По степени формализации интервью подразделяется на:*

- а) формализованное (стандартизованное);
- б) полужформализованное;
- в) свободное (беседа).

10. *Дополните определение:*

Репрезентативность – это _____

Вариант 7

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Существует социальная проблема политической активности граждан. Вам следует в ее границах обозначить социальные феномены, которые могут быть изучены в рамках социологического подхода (Что изучать? Зачем и для достижения, каких целей? Где и при каких условиях изучать? и т.д.). Разработайте цель и задачи социологического исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследования.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. *Точечное исследование – это:*

- а) исследование, дающее информацию о состоянии социального явления на момент его проведения;
- б) разведывательное исследование с целью апробации методики;
- в) длительное изучение одной совокупности лиц.

2. *Вопросы, подразделяемые по функции, – это:*

- а) закрытые;
- б) не основные;
- в) о фактах сознания.

3. *Изучение лиц одного возраста на протяжении длительного времени – это:*

- а) лонгитюдное исследование;
- б) когортное исследование;
- в) панельное исследование.

4. *Экспертный опрос – это:*

- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;

- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
 - в) письменный опрос респондентов.
5. *Вставьте пропущенные требования к анкете:*
- а) _____;
 - б) хорошее графическое оформление;
 - в) _____;
 - г) вопросы могут объединяться в блоки по тематическому или проблемному принципам. При этом переход к новому направлению беседы должен сопровождаться пояснениями, переключателями внимания;
 - д) _____;
 - е) _____;
 - ж) формулировка вопроса должна соответствовать шкале измерения.
6. *Операционализация понятий (или операциональная интерпретация) – это:*
- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
 - б) уточнение, истолкование смысла понятий;
 - в) установление порядка количественного измерения показателей: единиц счета, коэффициентов, индексов, шкал.
7. *Какая выборка называется многоступенчатой?*
- а) случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
 - б) на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
 - в) когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
 - г) в генеральной совокупности выделяются однородные группы («страты»), а в них осуществляется случайная выборка любым методом.
8. *Интерпретация понятий – это:*
- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
 - б) уточнение, истолкование смысла понятий;
 - в) предположение о методах исследования.
9. *Дополните определение:*
- _____ – это беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника.
10. *По степени формализации интервью подразделяется на:*
- а) формализованное (стандартизованное);
 - б) полужформализованное;
 - в) свободное (беседа).

Вариант 8

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Предположим, Вам предстоит провести социологическое исследование брака и семьи. Существуют различные как внутренние, так и внешние факторы, а также различные условия, влияющие на этот процесс. Разработайте цель и задачи социологического исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследования.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. Какие методы сбора социологической информации Вы знаете?

- а) анализ документов;
- б) наблюдение;
- в) опрос;
- г) _____.

2. Соотнесите достоинства и недостатки почтового опроса:

- 1) достоинства;
- 2) недостатки;
 - а) простота организации;
 - б) неполный возврат анкет;
 - в) охват больших территорий;
 - г) отсутствие эффекта интервьюера;
 - д) невозможность проконтролировать процесс заполнения анкеты.

Ответы: 1 _____, 2 _____.

3. Дополните элементы логического построения анкеты:

- а) _____;
- б) вопросы наиболее простые и нейтральные по смыслу;
- в) вопросы, требующие анализа, размышлений, активизации памяти;
- г) _____;
- д) паспортчика.

4. Гипотеза – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

5. По степени формализации интервью подразделяется на:

- а) формализованное (стандартизованное);
- б) полужформализованное;
- в) свободное (беседа).

6. Дополните определение:

Эмпирическая интерпретация – это _____, которые могут быть количественно определены.

7. Вставьте пропущенные требования к анкете:

- а) _____;
- б) хорошее графическое оформление;
- в) _____;
- г) вопросы могут объединяться в блоки по тематическому или проблемному принципам. При этом переход к новому направлению беседы должен сопровождаться пояснениями, переключателями внимания;
- д) _____;
- е) _____;
- ж) формулировка вопроса должна соответствовать шкале измерения.

8. Операционализация понятий (или операциональная интерпретация) – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) установление порядка количественного измерения показателей: единиц счета, коэффициентов, индексов, шкал.

9. Анкетирование – это:

- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
- в) письменный опрос респондентов.

10. Косвенный вопрос – это вопрос, задаваемый с целью:

- а) изучения предполагаемой ситуации;
- б) отсеять некомпетентных респондентов;
- в) выявить правдивость ответов респондентов.

Вариант 9

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Предположим, Вам предстоит изучить состояние предвыборной ситуации в стране. Существуют различные как внутренние, так и внешние факторы, а также различные условия, влияющие на этот процесс. Разработайте цель и задачи социологического исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследования.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. Дополните определение:

Генеральная совокупность – это та совокупность элементов объекта, из которой

2. Соотнесите этапы проведения социологических исследований и их содержание:

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)
- 5)

- а) разработка инструментария исследования и сбор первичной социологической информации;
- б) анализ обработанной информации, составление выводов и предложений;
- в) подготовка к проведению исследования: разработка программы исследования;
- г) подготовка отчета о результатах исследования, практических рекомендаций;
- д) подготовка собранной информации к обработке и ее обработка.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____, 5 _____.

3. Вопрос-фильтр – это вопрос, задаваемый с целью:

- а) изучения предполагаемой ситуации;
- б) отсеять некомпетентных респондентов;
- в) выявить правдивость ответов респондентов.

4. Интерпретация понятий – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

5. Вставьте пропущенные слова:

_____ – это показатель, который может быть количественно определен при проведении социологического исследования.

6. Изучение лиц одного возраста на протяжении длительного времени – это исследование:

- а) лонгитюдное;
- б) когортное;
- в) панельное.

7. Соотнесите функции социологических исследований и их содержание:

- 1) пропагандистская;
- 2) организационно-внедренческая;
- 3) информационно-исследовательская;
- 4) методическая;
- а) разработка новых, изучение и использование имеющихся прогрессивных методов ведения социологических исследований;
- б) распространение основ социологических знаний;
- в) разработка по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций;
- г) направлена на создание обновляемой и дополняемой базы социальной информации.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____, 4 _____.

8. Вопросы, подразделяемые по функции, – это:

- а) открытые;
- б) основные;
- в) о фактах поведения.

9. Экспертный опрос – это:

- а) беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника;
- б) опрос компетентных лиц по изучаемой проблематике;
- в) письменный опрос респондентов.

10. Дополните определение:

Цель социологического исследования – _____, который может быть достигнут только с помощью проведения исследования.

Вариант 10

Ситуационное задание (практическая задача) 1

Предположим, Вам предстоит изучить спрос на услуги конкретного банка. Перед банком стоит цель, в каком направлении ему развивать свою деятельность с населением: расширять народный кредит, потребительское кредитование или, наоборот, упор сделать на развитие различных вкладов и разнообразия условий по ним, что тоже возможно привлечет дополнительных клиентов и т.д. Вам следует узнать мнение населения по этому поводу. Разработайте цель и задачи социологического исследования. В результате Вам следует составить теоретическую модель изучения, представить ее в виде схемы, где указать цель, задачи и соответственно им блоки исследования.

Ситуационное задание (практическая задача) 2

На основе ситуационного задания 1 разработать гипотезы изучения (основные и гипотезы-следствия) и по каждому блоку из схемы следует разработать не менее двух вопросов с вариантами, отвечающими предъявляемым требованиям.

Тестовое задание

1. Вопрос-фильтр – это вопрос, задаваемый с целью:

- а) изучения предполагаемой ситуации;
- б) отсеять некомпетентных респондентов;
- в) выявить правдивость ответов респондентов.

2. Интерпретация понятий – это:

- а) научное предположение, выдвигаемое для объяснения явлений или процессов, которое надо подтвердить или опровергнуть;
- б) уточнение, истолкование смысла понятий;
- в) предположение о методах исследования.

3. Дополните определение:

_____ – это беседа людей, в которой один из участников помнит, что в данной ситуации он выступает как профессиональный исследователь, имитирующий роль равноправного собеседника.

4. Какая выборка называется стратифицированной?

- а) случайный отбор проводится в несколько ступеней, при этом на каждой из них меняется единица отбора (цех – участок – бригада – работник);
- б) на каждой ступени меняется не только единица, но и техника отбора;
- в) когда на каждой ступени из большей выборки выделяют меньшую – до достижения необходимой величины;
- г) в генеральной совокупности выделяются однородные группы, а в них осуществляется случайная выборка любым методом.

5. Информационно-исследовательская функция социологических исследований состоит в:

- а) создании постоянно обновляемой и дополняемой базы социальной информации;
- б) разработке по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций, мероприятий, предоставлении информации заинтересованным лицам;

- в) распространении основ социологических знаний, особенно среди руководящего состава организации;
- г) в разработке новых, изучении и использовании имеющихся прогрессивных методов ведения социологических исследований.

6. Изучение лиц одного возраста на протяжении длительного времени – это исследование:

- а) лонгитюдное;
- б) когортное;
- в) панельное.

7. Дополните элементы логического построения анкеты:

- а) _____;
- б) вопросы наиболее простые и нейтральные по смыслу;
- в) вопросы, требующие анализа, размышлений, активизации памяти;
- г) _____.

8. Соотнесите функции социологических исследований и их содержание:

- 1) пропагандистская;
- 2) организационно-внедренческая;
- 3) информационно-исследовательская;
- 4) методическая;
 - а) разработка новых, изучение и использование имеющихся прогрессивным методов ведения социологических исследований;
 - б) распространение основ социологических знаний;
 - в) разработка по результатам анализа методических рекомендаций, инструкций;
 - г) направлена на создание обновляемой и дополняемой базы социальной информации.

Ответы: 1 _____, 2 _____, 3 _____ 4 _____.

9. Дополните пропущенное слово:

_____ – совокупность элементов объекта социологического исследования, подлежащая непосредственному изучению.

10. Какие методы сбора социологической информации Вы знаете?

- а) _____;
- б) наблюдение;
- в) опрос;
- г) социальный эксперимент.

Раздел V. ПРАВИЛА УСТАНОВЛЕНИЯ БАЛЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выполненная студентом контрольная работа оценивается преподавателем по 100-балльной шкале, которая на заключительном этапе переводится в шкалу «зачтено» или «не зачтено» следующим образом:

Оценочная шкала для итоговой проверки контрольной работы

Оценочная шкала «Зачтено» или «Не зачтено»	Не зачтено	Зачтено
Необходимое количество баллов по 100-балльной шкале	0–70	Свыше 70

Балльная шкала оценки заданий контрольной работы

Задание	Баллы
Ситуационная (практическая) задача № 1	20
Ситуационная (практическая) задача № 2	20
Тестовые задания	60

Каждое ситуационное задание будет оцениваться по следующим критериям.

Шкала распределение баллов для оценки ответа на вопросы ситуационного (практического) задания

Задание	Балльная оценка элементов задания				
	Теоретическая обоснованность итогового ответа	Стиль ответа (логичность выводов)	Обоснованность механизма решения ситуации (задачи)	Самостоятельность изложения позиции студента	Общее возможное количество баллов по вопросу
Количество баллов	От 0 до 5	От 0 до 5	От 0 до 5	От 0 до 5	От 0 до 20

Оценка тестовых заданий

Тестовое задание	Балльная оценка	
	Неправильный ответ	Правильный ответ
1	0	6
2	0	6
3	0	6
4	0	6
5	0	6
6	0	6
7	0	6
8	0	6
9	0	6
10	0	6

Распределение баллов для правил оформления текста контрольной работы, использования литературных источников, критерия самостоятельного изложения темы, выводов по работе определяется преподавателем индивидуально, исходя из особенностей учебного курса.

Раздел V1. ПРОЦЕДУРА ОЦЕНКИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Внутривузовским стандартом устанавливается срок для проверки контрольных работ – 10 (десять) календарных дней. Начало течения срока:

- для студентов ИЗО – дата поступления контрольной работы на соответствующую кафедру;
- для студентов ИДО – дата сообщения на кафедру сведений о готовности к передаче текстов контрольных работ на кафедру.

Титульный лист контрольной работы

**Федеральное агентство по образованию
Новосибирский государственный университет экономики и управления**

Номер группы _____

Наименование специальности _____

Студент _____

(фамилия, имя, отчество)

Номер зачетной книжки (студенческого билета): _____

Учебная дисциплина _____

Кафедра _____

Номер варианта контрольной работы _____

Дата регистрации институтом « ____ » _____ 200__ г.

Дата регистрации кафедрой « ____ » _____ 200__ г.

Проверил _____

(фамилия, имя, отчество преподавателя)

Год написания

СОДЕРЖАНИЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
Раздел 1. Организационно-методический.....	5
Раздел 2. Содержание дисциплины.....	6
Раздел 3. Методическое обеспечение дисциплины	8

ТЕКСТЫ ЛЕКЦИЙ

Тема 1. Социологическое исследование: понятие и виды. Этапы проведения.....	10
Тема 2. Программа социологического исследования: стадии и требования к ее построению.....	13
Тема 3. Методы сбора социологической информации	21
Тема 4. Вопросы: виды, характеристика отдельных видов.....	27
Тема 5. Социологическая анкета: виды, правила, конструирование. Интервью	31

ПРАКТИКУМ ПО РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ (ПРАКТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ)

ПО ТЕМАМ ЛЕКЦИЙ	44
ГЛОССАРИЙ	48
МАТЕРИАЛЫ ТЕСТОВОЙ СИСТЕМЫ.....	52
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ	58

Учебное издание

Воловская Нина Михайловна

МЕТОДИКА И ТЕХНИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Учебно-методический комплекс

Для студентов специальности 030602 «Связи с общественностью»

Корректор *Г.А. Есева*

Оператор компьютерной верстки *Л.В. Иванова*

Подписано в печать 19.05.2009 г. Формат 60x84¹/₈. Доп. тираж 100 экз.
Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. л. 9,5.

Новосибирский государственный университет экономики и управления
6300099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56