

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Мурманский арктический университет»

Г.В. ЖИГУНОВА, Е.Н. ШАРОВА

# МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

*Учебное пособие*

для студентов по направлениям подготовки  
39.03.01 Социология; 39.03.02 Социальная работа;  
39.03.03 Организация работы с молодежью;  
39.04.01 Социология; 39.04.02 Социальная работа

КРАСНОЯРСК  
2024

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Мурманский арктический университет"

Г. В. ЖИГУНОВА, Е. Н. ШАРОВА

# **МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

*Учебное пособие*

*для студентов*

*по направлениям подготовки 39.03.01 Социология;*

*39.03.02 Социальная работа;*

*39.03.03 Организация работы с молодежью;*

*39.04.01 Социология; 39.04.02 Социальная работа*

Красноярск  
2024

УДК 303 (075.8)  
ББК 60.50я73  
Ж68

*Учебное пособие рассмотрено и одобрено кафедрой философии и социальных наук от 12.03.2024 г., протокол № 10.*

**Авторы:**

**Жигунова Галина Владимировна**, д-р социол. наук, доцент, профессор кафедры философии и социальных наук Мурманского арктического университета;

**Шарова Екатерина Николаевна**, канд. социол. наук, доцент кафедры философии и социальных наук Мурманского арктического университета

**Рецензенты:**

**Макулин Артем Владимирович**, д-р филос. наук, доцент, и.о. заведующего кафедрой философии и социологии ФГАОУ ВО «Северный арктический федеральный университет»;

**Рябев Василий Вячеславович**, канд. социол. наук, заместитель директора по развитию ГОАУК «Мурманский областной краеведческий музей»

**Жигунова, Галина Владимировна.**

**Ж68** **Методология и методика социологического исследования: учебное пособие** / Г.В. Жигунова, Е.Н. Шарова [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые дан. – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2024. – 258 с. – Режим доступа: <http://nkras.ru/arhiv/2024/Zhigunova.pdf> – Систем. требования: IBM PC; Internet Explorer и др.; Acrobat Reader 3.0 или старше.

**ISBN 978-5-907608-36-8**

**DOI: 10.12731/978-5-907608-36-8**

*Учебное пособие содержит изложение основных вопросов учебных курсов по методологии и методике социологического исследования, предназначенных для обучающихся по программам бакалавриата по направлениям подготовки «Социология», «Социальная работа» и «Организация работы с молодежью», а также по программам магистратуры направлений подготовки «Социология», «Социальная работа». Пособие может также быть интересно всем, кто организует проведение социологических исследований, использует социологические методы сбора данных для реализации профессиональной деятельности в социальной сфере и маркетинге.*

**ISBN 978-5-907608-36-8**

© Г.В. Жигунова, Е.Н. Шарова, 2024

© ФГАОУ ВО «МАУ»

© Оформление.

Научно-инновационный центр, 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	5
<b>ГЛАВА 1. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ В СТРУКТУРЕ СОЦИОЛОГИИ</b> .....	6
1.1 Структура социологического знания.....	6
1.2 Социологическое исследование как вид познавательной деятельности.....	9
1.3 Виды социологических исследований.....	13
1.4 Этапы эмпирического социологического исследования.....	26
<b>ГЛАВА 2 ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ</b> .....	29
2.1 Программа социологического исследования.....	29
2.2 Рабочий план социологического исследования .....	50
<b>ГЛАВА 3. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ</b> .....	53
3.1 Характеристика выборки.....	53
3.2 Ошибка выборки.....	55
3.3 Виды выборочного метода.....	63
<b>ГЛАВА 4 ИЗМЕРЕНИЕ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ</b> .....	73
4.1 Поиск индикаторов.....	73
4.2 Общая характеристика шкал и их построение .....	79
<b>ГЛАВА 5 МЕТОД АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ В СОЦИОЛОГИИ</b> .....	92
5.1 Понятие документа в социологии.....	92
5.2 Традиционный метод анализа документа.....	95
5.3 Формализованный метод анализа документов.....	96
<b>ГЛАВА 6 МЕТОД НАБЛЮДЕНИЯ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ</b> .....	112
6.1 Специфика наблюдения в социологии .....	112
6.2 Подготовка и проведение исследования методом наблюдения.....	118
<b>ГЛАВА 7 ОПРОС КАК МЕТОД ПОЛУЧЕНИЯ ПЕРВИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИОЛОГИИ</b> .....	123
7.1 Специфика опроса как метода сбора данных.....	123
7.2 Техника опроса (виды вопросов).....	127
7.3 Методика составления анкеты.....	132
7.4 Виды анкетного опроса в социологии .....	139
7.5 Интервью как метод социологического исследования .....	142
7.6 Экспертный опрос и экспертная оценка.....	154
7.7 Фокус-группа .....	161
<b>ГЛАВА 8 СОЦИАЛЬНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ</b> .....	173
8.1 Специфика и виды социального эксперимента .....	173
8.2. Процедура проведения социального эксперимента.....	174
<b>ГЛАВА 9 ТЕСТЫ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ</b> .....	180

9.1 Сущность тестовых методик.....	180
9.2 Методика социометрии .....	185
<b>ГЛАВА 10 МЕТОДЫ И ТАКТИКИ КАЧЕСТВЕННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....</b>	<b>196</b>
10.1 Общая характеристика качественных методов в социологии .....	196
10.2 Разновидности качественных социологических исследований.....	198
<b>ГЛАВА 11 МЕТОДИКА ОБРАБОТКИ И АНАЛИЗА ДАННЫХ.....</b>	<b>204</b>
11.1 Процедуры обработки и анализа данных в количественном исследовании .....	205
11.2 Процедуры обработки и анализа данных в качественном исследовании .....	219
11.3 Написание научного отчета.....	226
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>233</b>
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	240
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	248

## **ВВЕДЕНИЕ**

В современное время в мире наблюдается высокая динамика социальных процессов, обусловленных глобализацией, информатизацией, цифровизацией и другими современными явлениями, способствующих трансформации социальных связей и отношений на всех уровнях социальной реальности.

В данных условиях повышается роль социологических исследований, необходимых для осмысления происходящих процессов и явлений, фиксации и анализа происходящих тенденций их динамики и состояния; систематизации и обобщения накопленных данных, а также прогноза дальнейшего развития современного общества. В этой связи специалистам необходимо владение соответствующими навыками исследовательской работы.

Целью настоящего учебного пособия является формирование представлений и навыков о методологии и методике социологических исследований, востребованных в социальных сферах. В данной работе представлены особенности планирования и организации социологического исследования, формирования выборки, социологического инструментария, сбора и анализа данных, подведения итогов и представления полученных результатов.

Предлагаемое учебное пособие «Методология и методика социологического исследования» предназначено для студентов, обучающихся по программам бакалавриата по направлениям подготовки «Социология», «Социальная работа» и «Организация работы с молодежью», а также для магистрантов, аспирантов, преподавателей и всех интересующихся данной областью знания.

# ГЛАВА 1. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ В СТРУКТУРЕ СОЦИОЛОГИИ

## 1.1 Структура социологического знания

В научной литературе нет единого подхода к определению уровней социологического знания. Можно встретить деление социологической науки на два базовых уровня - теоретический и эмпирический. К теоретическому уровню относятся различные социологические теории<sup>1</sup>:

➤ *общесоциологические теории* – выражают методологические стратегии, в которых вырабатываются обобщающие теоретические концепции, которые обосновывают формы и методы познания социальной реальности, или общества в целом (классические и современные теории, социологические школы);

➤ *отраслевые (системные, обобщающие) социологические теории* – направлены на анализ не всего общества, а его основных сфер – экономической, политической, духовной и пр. (экономическая социология, политическая социология, социология духовной жизни, социология управления и пр.)

➤ *специальные социологические теории* - направлены на анализ общественных явлений и процессов в рамках той или иной сферы общественной жизни (например, в рамках экономической социологии предполагается исследование проблем социологии труда, социологии рынка, социологии профессий и пр.).

➤ *частные (вспомогательные) социологические теории* – анализируют конкретные, отдельные явления и процессы, производные от более общих явлений и процессов (в рамках социологии труда исследуются проблемы занятости и безработицы, трудовые коллективы, процессы трудовой адаптации и мобильности и пр.).

В целом, теоретическое знание в социологии образует теория и методология этой науки. Оно представляет собой совокупность взаимосвязанных понятий и принципов, позволяющих рассматривать природу различных социальных процессов и структур.<sup>2</sup> В основании теоретического знания лежит терминология (категории и понятия) – слова

<sup>1</sup> Тощенко Ж. Т. Социология : учебник для студентов. М., 2015. С. 71-76.

<sup>2</sup> Осипова Н. Г. Профессия – социолог : учебное пособие. М., 2009. С. 145.

или словосочетания, обозначающие наиболее существенные свойства, связи и отношения изучаемых явлений или процессов.

К эмпирическому уровню относятся – такие социологические исследования, которые предполагают сбор первичных данных об объекте с помощью различных методов. Под первичными данными понимаются различные разрозненные факты, полученные в ходе опросов, наблюдений, экспериментов и т.п., которые впоследствии обобщаются и анализируются. Именно об этом уровне социологического знания и пойдет речь в данном учебном пособии.

Чаще в социологии выделяют три основных уровня (В. А. Ядов, В. Ф. Анурин<sup>1</sup>), которые могут иметь разные названия, но, в сущности, будут определяться так:

- 1 уровень - общая социологическая теория;
- 2 уровень - специальные (отраслевые) социологические теории (теории среднего уровня, по Р. Мертону);
- 3 уровень – конкретные социологические исследования.<sup>2</sup>

В фундаменте социологического знания лежат конкретные социологические исследования. У данного уровня социологического знания можно встретить тоже разные названия. Это самостоятельная научная дисциплина, которую иногда еще называют *эмпирической социологией*.<sup>3</sup> В некоторых случаях ее называют также *прикладной социологией*. При этом В. Ф. Анурин указывает на некорректность такого названия, полагая, что данное название показывает лишь практическую составляющую проводившихся исследований и теории среднего уровня,<sup>4</sup> а не отдельную дисциплину. Более того, на необходимость тесной связи фундаментальной теории и прикладных социологических исследований указывают В. Я. Ельмеев, В. Г. Овсянников.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 30-34; Анурин В. Ф. Эмпирическая социология : учебное пособие для вузов. М., 2003. С. 9.

<sup>2</sup> Бабосов Е. М. Конкретное социологическое исследование // Социология : энциклопедия / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин и др. М., 2003. 1312 с.; Добренько В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М. : ИНФРА-М, 2024. 768 с.

<sup>3</sup> Анурин В. Ф. Эмпирическая социология : учебное пособие для вузов. М., 2003. С. 9.

<sup>4</sup> Там же. С. 10.

<sup>5</sup> Овсянников В. Г. В. Я. Ельмеев - основатель концепции прикладной социологии в СПбГУ // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2018. № 1. URL:

В литературе также встречается расширенный вариант структуры социологического знания, представленный пятью уровнями (см. В. И. Добренъков и А. И. Кравченко<sup>1</sup>):

1. научная картина мира
2. общая социологическая теория
3. специальные, отраслевые социологические теории
4. эмпирическая социология (эмпирические исследования)
5. прикладная социология (прикладные исследования).

В этом случае разделяются эмпирические и прикладные исследования.<sup>2</sup> Первые представляют собой фундаментальные репрезентативные исследования, выполненные в соответствии с требованиями научного метода, нацеленные на открытие новых закономерностей и проверку теории. Вторые имеют более компактный характер, реализуются в короткие сроки на конкретном социальном объекте (организация, поселение, коллектив) с целью выработки практических рекомендаций по изменению ситуации на объекте. Первые четыре уровня – представляют фундаментальную социологию; соответственно, пятый уровень – прикладную социологию.

В данном учебном пособии мы будем придерживаться точки зрения о том, что прикладная социология является частью эмпирической социологии («младшей сестрой»<sup>3</sup>). Эти две социологии объединяет единый комплекс методик и процедур сбора первичных, фактических данных об объекте. При этом прикладная социология характеризуется подключением междисциплинарных методов (например, социометрии, тестирования и

<https://cyberleninka.ru/article/n/v-ya-elmeev-osnovatel-kontseptsii-prikladnoy-sotsiologii-v-spbgu> (дата обращения: 16.03.2023); Ельмеев В. Я., Овсянников В.Г. Прикладная социология: Очерки методологии. СПб., 1999. С. 18.

<sup>1</sup> Добренъков В. И., Кравченко А. И. Фундаментальная социология: В 15 т. Т. 2: Эмпирическая и прикладная социология. М., 2004. С. 3-9.

<sup>2</sup> Оганян К. М. Методология и методы социологического исследования : учебник для академического бакалавриата. М., 2018. С. 13-14 // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/414337> (дата обращения: 20.01.2023); Кравченко А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1: учебник для академического бакалавриата. М., 2019. С. 33-35 // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/438331> (дата обращения: 20.01.2023).

<sup>3</sup> Зборовский Г. Е., Шуклина Е. А. Эмпирическая социология. Сургут, 2016. С. 27-31. [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/41599/1/978-5-93190-328-6\\_2016.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/41599/1/978-5-93190-328-6_2016.pdf) (дата обращения: 02.02.2023).

пр.) и ориентацией на практическое решение социальных проблем на конкретном объекте.

## **1.2 Социологическое исследование как вид познавательной деятельности**

Чтобы иметь представление о социальной действительности, о состоянии и поведении того или иного субъекта, необходимо опираться на конкретные данные.

Эмпирическая база социологического знания – это обобщенные социальные факты, которые объясняются с позиций социологических теорий.

Факты можно рассматривать как в онтологическом (это независимые от наблюдателя события или состояния действительности), так и в логико-гносеологическом смыслах (обоснованное знание, получаемое посредством описания явлений, фрагментов действительности).

Э. Дюркгейм, введший в социологию понятие социального факта, выделял материальные (морфологические) и нематериальные факты. Вторые, включающие в себя коллективные представления, имеют надындивидуальное социокультурное значение и составляют предмет эмпирических исследований.

Социальные факты – это совокупные характеристики:

- массового поведения (например, типичное поведение потребителей или избирателей, досуговая активность молодежи или пожилых, вовлеченность в интернет-шопинг мужчин или женщин и др.);
- массового сознания – оценок, мнений (например, оценка условий проживания в регионе или представления о жизненном успехе, доверие социальным институтам и органам власти, религиозные убеждения и др.);
- продуктов материальной или духовной деятельности людей:<sup>1</sup> (например, язык, символы, технологии, произведения искусства, машины и приспособления, здания и др.).

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 34-35.

Наряду с понятиями социального и социально-психологического фактов используется понятие «статистический факт» как обобщенная числовая характеристика состояния массовых социальных явлений.

В особый вид выделяют единичное событие, случай, ситуацию социального взаимодействия, которые подвергаются всестороннему анализу и интерпретации. Например, это может быть жизнь незаурядного или, напротив, вполне обычного человека, в которой отражается какой-либо социальный феномен (борьба с недугом; становление профессионализма, стратегия преодоления бедности и пр.). Такое прочтение социального факта характерно для качественного подхода в социологических исследованиях (подробнее см. в параграфе 1.3). В классической (количественной) социологии социальный факт понимается как проявление надындивидуального сознания, а не индивидуального, едличного.<sup>1</sup>

В процессе познания социальных фактов необходимо придерживаться принципа описывать события в определенной социальной ситуации, т.е. учитывать ситуационный контекст в фиксируемых фактах – как общего характера, так и частного. В зависимости от этого выделяются общие или специфические социальные факты, определяющие цель и предмет исследования.

Таким образом, описанию и обобщению подлежат повторяющиеся явления, которые относятся к фактам сознания, поведения или продуктам деятельности людей и отражающие общие или индивидуальные характеристики их бытия.

Процесс получения достоверной информации о реальном состоянии какого-либо социального объекта осуществляется в ходе социологических исследований. Социологическое исследование призвано точно регистрировать социальные факты с последующим их анализом и осмыслением.

*Социологическое исследование* — это система взаимосвязанных методологических, методических и организационно-технических процедур, с помощью которых обеспечивается получение достоверных знаний о социальных явлениях и процесса, необходимых для принятий управленческих решений.

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 35.

Социологические исследования стали использоваться, начиная с рубежа XIX - XX веков, перенимая исследовательский опыт из других научных отраслей - естествознания, этнографии, психологии, благодаря Эмилю Дюркгейму и его работе «Самоубийство».

Данный термин часто используется наряду с понятием социального исследования. Однако мы, вслед за В. И. Добренковым и А. И. Кравченко,<sup>1</sup> различаем их, исходя из того, что социологическое исследование осуществляется на основе социологической теории, а социальное – на основе междисциплинарных подходов. При этом предметом и в том, и другом случаях выступают социальные факты как динамичные социальные явления и процессы социальной реальности.

К примеру, исследование текучести кадров на предприятии может объясняться как собственно социальными фактами - системой оценок, представлений, моделей поведения и типов деятельности работающих на нем индивидов, так и психологической склонностью (эмоциональным состоянием, темпераментом) отдельных людей, экономической калькуляцией выгод и издержек от сложившейся ситуации, спецификой производимой продукции или оказываемой услуги. Если в первом случае мы имеем дело с социологическим исследованием, то во втором и третьем – с социальными, поскольку в них социальные факты объясняются психологическими и экономическими фактами.

В научной литературе также встречается понятие социального обследования. Его целью является подробное описание характеристик социальных общностей, их уровня жизни, предпочтений, настроений и т.д. Данный вид деятельности тесно связан с практической пользой и социальной управленческой практикой, а не с проверкой и формированием научных теорий.<sup>2</sup>

Рассмотрим далее более подробно собственно социологическое исследование.

Признаками социологического исследования выступают: новое социологическое знание, социологические теории и концепты, система принципов и способов получения и анализа социальных фактов на

---

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 32-33.

<sup>2</sup> Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов. 2-е изд. М., 2008. С. 14.

теоретическом и/или эмпирическом уровнях, в том числе приемы сбора и обработки данных.

Совокупность принципов социологического исследования называется *методологией социологического исследования*.

*Методология* — это система принципов познания, обуславливающая отбор фактов в качестве предмета исследования, а также научных теорий и программ исследования.

Методология задается характером предмета исследования, видением и опытом исследователя, уровнем развития общества.

Все социальные явления и процессы имеют несколько уровней описания, представленных в схеме:



Первый уровень — общей методологии — фундаментальный, формирующий наше мировоззрение о природе и социуме. Он опирается на общие философские теории, подходы и методы познания социальных явлений — анализ, синтез, абстрагирование, обобщение, аналогия, индукция, дедукция, моделирование.

Второй уровень включает совокупность сложившихся знаний (и, соответственно, пробелов) об объекте и предмете исследования, на основе

которых выдвигаются новые гипотезы и продуцируется новое знание. Он опирается на принципы, методы и теоретические подходы конкретных научных областей (к примеру, социологии спорта, социологии досуга, социологии молодежи). В качестве подходов этого уровня выделим структурно-функциональные, средовой, генетический, исторический, сравнительный, типологический, компаративистский.

Третий уровень опирается на методы, методики и процедуры конкретного (практически реализуемого) исследования. Они выражают установившиеся правила сбора, обработки и анализа полученной в ходе исследования информации в рамках того или иного эмпирического социологического метода, выраженные в следующих понятиях:<sup>1</sup>

*Метод* - способ сбора, обработки и анализа данных.

*Техника* - совокупность приемов использования того или иного метода.

*Методика* - совокупность технических приемов в рамках метода, включая частные операции, их последовательность и взаимосвязь.

*Процедура* - очередность приемов и действий в ходе организации исследования.

В качестве примера проиллюстрируем:

метод – интервью (анкетирование и т.п.);

техника - способы формулировок вопросов в инструментарии;

методика – путеводитель интервью (анкета и т.п.), содержащие определенным образом составленные вопросы, расположенные в особом порядке;

процедура – последовательность этапов исследования.

Все эти термины показывают действия, которые необходимо произвести при осуществлении социологического исследования.

### 1.3 Виды социологических исследований

Социологические исследования подразделяются по разным основаниям (таблица 1).

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 51-52.

Таблица 1 - Классификация социологических исследований

Основание классификации	Вид	Характеристика
По цели	Теоретико-прикладное	Направлено на объяснение актуальных социальных проблем и разработку новых подходов к их решению.
	Прикладное	Направлено на практическое решение социальных проблем. Часто проводятся по заказу конкретных организаций.
По масштабу, сложности и глубине	Пробное  Выделяются следующие подвиды пробных исследований:	Направлено на предварительный сбор эмпирических данных в масштабных исследованиях. Проводится заведомо по ограниченной выборке (до 100 человек) с получением нерепрезентативных данных.
		<p><b>•Разведывательное</b></p> <p>Направлено на уточнение информации об объекте, предмете, гипотез и инструментария. Используется при исследовании малоизученных тем, при недостаточности источников по проблеме. Имеет упрощенную программу и методику Наиболее подходящий метод - анализ документов, анализ статистических данных; интервью (преимущественно неформализованное или фокус-групповое) с возможными респондентами, людьми, имеющими отношение к</p>

		<p>проблематике, в том числе со специалистами (экспертный опрос); наблюдение (как внешнее, так и включенное, слабо структурированное, неформализованное). Примером такого исследования может быть анализ новых или сложных, уникальных явлений и процессов, связанных с нетипичным поведением объекта, с воздействием множества скрытых факторов. Применительно к современному обществу, в частности, актуально проведение разведывательного исследования стратегий поведения бизнеса и потребителей в условиях разнообразных вызовов (пандемии, политической обстановки, внешнеэкономических ограничений и импортозамещения).</p> <p>Разновидность разведывательного исследования - экспресс-опрос (зондаж общественного мнения).<sup>1</sup> Такие опросы не отличаются строгостью методики сбора данных и объемной выборкой, но они позволяют быстро получить актуальную информацию для решения текущих задач того или иного заказчика (ведомства,</p>
--	--	---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 19 // Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 02.02.2023).

		<p>учреждения, фирмы и пр.). К примеру, зондаж отношения участников мероприятий или покупателей к услуге или товару.</p>
		<p><b>•Пилотажное</b>  направлено на апробацию инструментария в условиях небольшой выборки (30 – 100 человек) с учетом ее социально-демографической разнородности (пол, возраст, стаж работы, образование и т.д.).<sup>1</sup> Это позволяет выявить различные реакции респондентов на инструментарий. В отличие от разведывательного (поискового) исследования, данный вид характеризуется глубоко разработанной программой, инструментарий в которой по итогам пилотажа готовится к масштабному репрезентативному исследованию по плану следующих двух типов.</p>
	<p>Описательное</p>	<p>Направлено на выявление отличительных характеристик функционирования, поведения и/или действий объекта в условиях недостаточности или отсутствия системных представлений о нем. Данное исследование применяется в случае обследования большой общности людей, отличающихся разнообразными</p>

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 37.

		<p>характеристиками, позволяя получить целостное, непротиворечивое описание изучаемого явления или процесса, его основных структурных компонентов и качественных характеристик. При этом уровень знаний о проблеме недостаточен для выявления причинно-следственных связей.</p> <p>Типичный вариант описательного исследования – анализ состояния общественного сознания и поведения больших социальных групп по самым разным аспектам жизнедеятельности, а также характеристика и структура самих этих групп (например, читательская активность современной молодежи, ценностные ориентации и установки жителей малых городов, социальный портрет предпринимателя в России и др.).</p> <p>Проводится по достаточно разработанной программе и на базе методически апробированного инструментария (прошедшего пилотаж). Методы сбора разнообразнее, чем при пробном исследовании, а также в большей мере формализованы и стандартизированы. К названным ранее способам сбора данных добавляются массовый анкетный</p>
--	--	--

		опрос, (полу-) формализованное интервью или наблюдение, контент-анализ и др.).
	Аналитическое	<p>Направлено на установление причинно-следственных связей в функционировании объекта. Для этого требуются более серьезные знания об объекте, позволяющие исследователю выдвигать и проверять объяснительные гипотезы (предположения о связях между явлениями, о факторах, влияющих на объект, о причинах и механизмах его функционирования). По используемым методам информации такое исследование имеет комплексный характер, в нем могут применяться различные социологические методы, характерные для пробных и описательных исследований. Кроме того, появляется возможность проводить социологический эксперимент, являющимся одним из самых трудоемких и «сильных» методов сбора данных (ряд исследователей рассматривают социальный эксперимент как самостоятельную разновидность аналитического исследования<sup>1</sup>).</p> <p>Примеры аналитических исследований могут звучать</p>

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С.20 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 02.02.2023).

		<p>примерно следующим образом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Влияние современной поп-культуры на ценностные ориентации молодежи;</li> <li>- Факторы формирования политической культуры современных россиян;</li> <li>- Причины возникновения межэтнических конфликтов в молодежной среде и др.</li> </ul> <p>Данный вид исследования самый сложный и глубокий.</p>
По частоте	Точечное (однократное)	Направлено на фиксацию состояния объекта/социального явления в определенном отрезке времени. Проводится только один раз, и к нему уже не возвращаются
	Повторное  Выделяют следующие разновидности повторных исследований:	Направлено на выявление представлений об объекте/социальном явлении в динамике, через определенные промежутки времени. Важно проводить такие исследования по одной и той же программе и инструментарию.
		<p><b>•Трендовое:</b></p> <p>проводится на одной и той же генеральной совокупности или схожих выборках с временным промежутком по относительно одинаковой методике. Цель данных исследований – установить тенденции – тренды – социальных изменений (пример - переписи населения).</p> <p>Трендовые в свою очередь подразделяются на:</p>

		<p>- <b>когортное</b> – нацелено на анализ тенденций в установках, ценностях, образе жизни и т.п. какой-либо одной возрастной группы – когорты (к примеру, родившихся в 2003 г.), которая не меняется на всем протяжении исследования;</p> <p>- <b>историческое</b> - изучение группы в определенных возрастных границах, например, молодежи в возрасте 16-29 лет, которая обследуется через определенные промежутки времени (постоянными остаются возрастные границы группы, а ее состав изменяется в связи с тем, что со временем конкретные представители когорты перемещаются в другие, более старшие по возрасту группы). Такое исследование позволяет выявить исторически изменяющиеся характеристики ценностных ориентаций молодежи определенного возраста и уловить основные тенденции подобных изменений.<sup>1</sup></p> <p>• <b>Панельное исследование</b> - проводится на одной и той же выборке по единой методике через определенные промежутки</p>
--	--	---

<sup>1</sup> Бабосов Е. М. Конкретное социологическое исследование // Социология : энциклопедия / сост. : А. А. Грицанов [и др.]. М., 2003. 1312 с. URL: <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/sociological/articles/851/konkretnoe-sociologicheskoe-issledovanie.htm> (дата обращения: 02.02.2023).

		<p>времени с целью проанализировать динамику процесса или тенденции развития событий. Панелью можно назвать совокупность одних и тех же респондентов, опрошенную в базовом и повторном исследовании. Основная трудность при таком виде исследований – сохранить идентичность выборки при повторном и последующем обращении к объекту. С учетом этого обстоятельства могут быть предложены следующие решения: закладывается большой объем выборки (с запасом до 20%), продумываются оптимальные временные интервалы, позволяющие обеспечить максимальное сохранение исследуемой совокупности лиц, или формируется псевдопанель, т.е. совокупность лиц, подобранная по основным параметрам, напоминающая базовую выборку.</p> <p>Отдельной разновидностью панельных исследований является <i>лонгитюдное исследование</i>, пришедшее в эмпирическую социологию из детской и возрастной психологии и известное как метод «продольных срезов».<sup>1</sup> Лонгитюд предполагает длительное периодическое изучение одних и тех же лиц по</p>
--	--	--

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С.46

		<p>мере достижения обследуемой совокупностью определенной стадии своего развития. В отличие от панельных исследований, где объектом изучения могут быть любые возрастные когорты, лонгитюдные исследования проводятся преимущественно на молодежи.</p> <p>•<b>Мониторинг</b> – постоянное наблюдение за социальным явлением на протяжении длительного времени. Проводится по единой методике.</p> <p>В ряде источников его относят к разновидностям лонгитюдного исследования, но, на наш взгляд, проведение мониторинга не требует в качестве обязательного условия сохранения идентичности выборочной совокупности и может реализовываться как трендовое на аналогичных выборках в рамках одной генеральной совокупности. Основная цель социологического мониторинга - получение новой систематизированной информации об изучаемых явлениях и процессах в различных сферах общества (политической, экономической, социальной, экологической, социокультурной и пр.).</p>
По процедуре отбора респондентов	Сплошное	Проводится среди всех элементов генеральной совокупности.

	Несплошное <sup>1</sup>	<p>• <b>Метод основного массива</b> изучается большая часть объекта или его наиболее важные для исследования элементы (чаще всего реализуется при проведении контент-анализа, экспертного опроса, исследованиях трудовых коллективов в организациях).</p> <p>• <b>Выборочное</b> наиболее распространенный в социологии вид исследований, в рамках которого непосредственному изучению подлежит лишь часть генеральной совокупности, отобранная определенным образом.</p> <p>• <b>Монографическое исследование</b> всесторонний анализ единичного объекта (индивида, коллектива, организации, населенного пункта) посредством нескольких методов сбора данных.</p>
--	-------------------------	--

<sup>1</sup> Кучко Е. Е., Бузова С. Н., Филинская Л. В. Методология и методы социологических исследований. Минск, 2018. С.24-26; Рабочая книга социолога / под общ. ред. Г. В. Осипова. М., 2009. С. 200-201; Шляпентох В. Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал. М., 2006. С. 192.

По месту проведения	Кабинетные (в том числе лабораторные)	Направлены на сбор данных, не выходя за пределы своего кабинета, привычного рабочего места в учреждении, напрямую не обращаясь к объекту. Такие исследования чаще всего связаны с аналитической деятельностью (например, собирает и анализирует информацию из открытых источников – СМИ, Интернета). В случае с лабораторным исследованием наблюдение проводится в искусственной для объекта среде (например, группа или отдельный человек приглашается в специально оборудованное помещение).
	Полевые	Любые исследования, проводившиеся на эмпирическом уровне посредством выхода к объекту в естественную для него среду с целью сбора первичных социологических данных.
В зависимости от методологического подхода (стратегии) исследования	Количественные исследования	<p>Направлены на получение статистической информации. Объектом исследования, как правило, выступают большие социальные группы, массовые социальные процессы и явления, а предметом – объективные закономерности их протекания и функционирования, имеющие надындивидуальный характер.</p> <p>Для них характерна нисходящая логика получения знания (от теории к практике). При</p>

		<p>таким подходе отправной точкой исследования являются теоретическая (гипотетическая) модель исследуемого объекта, которая проверяется в процессе сбора эмпирических данных.</p>
	<p>Качественные исследования</p>	<p>Направлены на получение смысловой информации, выраженной в содержательных аспектах текстов.</p> <p>Для них характерна восходящая логика получения знания (от практики к теории). При таком подходе целью исследования является изучение социальных явлений и процессов прежде всего с точки зрения действующего индивида, интерпретирующего мир вместе с другими людьми, действующего в нем в соответствии со своими интерпретациями. Социолог-исследователь здесь должен непременно «погрузиться» в мир личностных смыслов изучаемых людей, понять мотивы и цели их поступков, их объяснения происходящего, чтобы потом строить теоретическую модель исследуемого явления или процесса, с учетом выявленных субъективных смыслов и опыта. Объектом исследования, как правило, выступают небольшие социальные группы, локальные и социальные процессы и явления, а</p>

		предметом – социальные действия и их субъективные смыслы, имеющие как типический, так и уникальный характер.
От рыночной направленности	маркетинговые	Нацелены на удовлетворение потребностей заказчика в достоверной информации о рыночных процессах, спросе и предложении на товары и услуги, определению конкурентов, выявлению целевой аудитории по различным основаниям – территориальным, социально-демографическим, поведенческим, психологическим и другим). Итогом маркетинговых исследований выступают проекты развития и маркетинговой стратегии компании заказчика.

Таким образом, заключим, что выбор вида из многообразия социологических исследований осуществляется на основе целей исследования; специфики социального явления и практического опыта исследователя.

#### **1.4 Этапы эмпирического социологического исследования**

Эмпирическое социологическое исследование осуществляется в несколько этапов.

В самом общем виде его можно представить в три этапа:

- 1) подготовительный;
- 2) основной;
- 3) заключительный.

В данные этапы входят все виды деятельности, возникающие в связи с подготовкой и проведением эмпирического социологического исследования.

1. Подготовительный этап включает: осознание проблемы, изучение литературы по проблеме, формулировка задач, определение объекта (кого изучать? возраст, пол...) и предмета (что изучать?), постановку гипотез (возможный ответ на вопросы проблемы, который необходимо проверить), что осуществляется в рамках разработки программы социологического исследования.

2. Основной этап – по сути, исследовательский, включающий сбор первичной социологической информации, фактических данных;

3. Заключительный этап включает подготовку собранной информации к обработке и обработку полученных данных, их интерпретацию и формулировку выводов, подготовку научного отчета.

Таким образом, в ходе решения исследовательских задач осуществляется поэтапная, планомерная работа по организации и проведению исследования, а также осмыслению его результатов. Однако следует отметить, что если для ученого полученные результаты используются для построения новых научных теорий и концепций, то специалист-практик, проводящий прикладные исследования, стремится использовать полученные результаты в конкретной социальной деятельности (например, для разработки маркетинговой стратегии компании и продвижения ее продукции или для улучшения трудной жизненной ситуации отдельного человека и др).

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Из каких уровней состоит структура социологического знания?
2. Что включает в себя понятие социального факта?
3. Дайте определения понятиям «метод», «методика», «методология», «техника», «процедура».
4. В чем состоит сущность, цели и задачи пилотажного (разведывательного) исследования?
5. В чем состоит сущность описательного и аналитического исследования?
6. Назовите основные виды исследований, исходя из процедуры отбора респондентов.
7. Назовите характеристики точечного и повторного исследования.
8. В чем состоит сущность количественного и качественного подходов в исследовании.

9. Укажите этапы процесса научного исследования.

***Рекомендуемая литература***

1. Анурин, В. Ф. Эмпирическая социология : учебное пособие для вузов / В. Ф. Анурин. — Москва : Академический Проект, 2003. — 288 с. — Текст : непосредственный.

2. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2009. - 768 с. — Текст : непосредственный.

3. Батыгин, Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов / Г. С. Батыгин. - 2-е изд. - Москва : РУДН, 2008. - 368 с. — Текст : непосредственный.

4. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов. — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522>. — Текст : электронный.

5. Рабочая книга социолога / под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. — Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 480 с. — Текст : непосредственный.

6. Сикевич, З. В. Социологическое исследование : практическое руководство / З. В. Сикевич.- Санкт-Петербург : Питер, 2005. — 320 с. — Текст : непосредственный.

7. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. — 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. — 567 с. — Текст : непосредственный.

## ГЛАВА 2 ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

### 2.1 Программа социологического исследования

Реализация социологического исследования требует хорошей подготовки. В начале работы создаются программа и рабочий план исследования.

Программа социологического исследования — это документ, в котором описывается общая концепция исследования, его цели и гипотезы, а также правила и последовательность операций для проверки гипотез. В программе также определяется проблема исследования, объект и предмет, а также интерпретируются и операционализируются основные понятия и формулируются гипотезы. Тщательность разработки программы сильно влияет на успех исследования и на его теоретические и практические результаты. Качественно разработанная программа является гарантией успеха всего исследования.

Содержание и структура программы социологического исследования зависят от его основной цели - теоретико-прикладной или прикладной.

Программа выполняет несколько функций: методологическую, методическую и организационную.

Методологическая функция программы заключается в определении научной проблемы, целей, задач и принципов исследования. Она помогает установить основные направления исследования.

Методическая функция программы заключается в разработке логического плана исследования. Она помогает определить последовательность проведения основных этапов исследования.

Организационная функция программы заключается в обеспечении четкой системы разделения труда, последовательности процедур и сроков проведения исследования. Что помогает контролировать проведение исследования на всех его этапах реализации.

#### ***Разделы программы социологического исследования:***

1. Методологический;
2. Методический (процедурный).

Она дополняется рабочим планом, который более подробно описывает этапы исследования.

В первом *методологическом разделе программы социологического* исследования содержатся следующие основные элементы:

1. *Анализ проблемной ситуации и постановка проблемы исследования:*

Программа начинается с анализа проблемной ситуации и формулировки проблемы. *Проблемная ситуация* — это противоречие, которое может затрагивать интересы как отдельного индивида, так и целых социальных групп и институтов. В социологических исследованиях, как правило, особый интерес представляют противоречия, имеющие надындивидуальный характер, то есть социальные проблемы.

Собственно, *социальная проблема* – это противоречие массового характера, затрагивающее интересы всего или какой-либо части социума.

Социальные проблемы могут иметь различные временные рамки действия (краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные) и масштабы охвата (местные, региональные, национальные, международные). По глубине противоречия проблемы могут быть одноплановыми (относятся к одному аспекту социального явления/процесса), системными (относятся ко всей системе) и функциональными (выражают нарушение причинно-следственных связей в функционировании социального явления).

Отметим, что обычно имеются трудности в осознании социальной проблемы как таковой и в необходимости ее решения. Когда проблема, наконец, осознается и становится предметом анализа, то важно выявлять разносторонние факторы ее состояния и особенностей, а не удобные факторы ее протекания, что, в свою очередь, может привести к серьезным ошибкам при разработке и реализации управленческих решений.

Социальная проблема, в случае ее исследования, отражается в научной проблеме, в формулировке которой констатируется недостаточность имеющегося знания.<sup>1</sup>

Научная проблема обычно ставится в поле соответствующей отрасли научного знания, отражая ее понятийный аппарат, теоретические и концептуальные рамки.

Если мы говорим не об абстрактной научной проблеме, а о проблеме именно социологического исследования, то здесь большое значение приобретает выбор языковых средств и понятийного аппарата, задающих

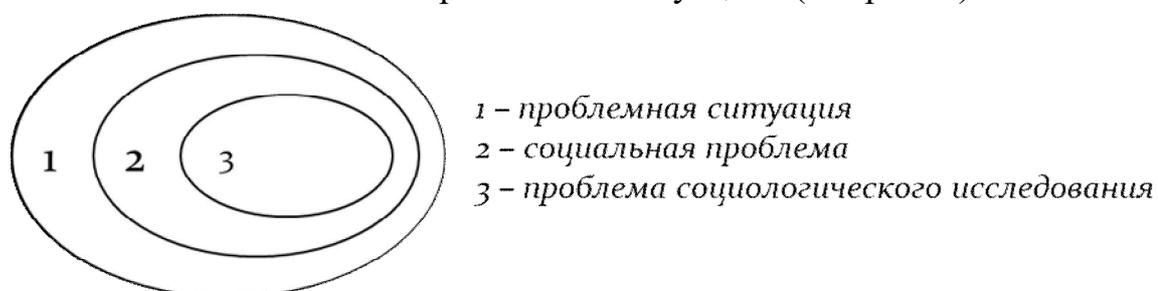
---

<sup>1</sup> Рабочая книга социолога / под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. М., 2009. С. 112.

определенные теоретические, концептуальные рамки. Так, проблема социологического исследования – это социальная проблема, сформулированная с опорой на концептуальный аппарат социологической науки.

Приведем следующие пример, иллюстрирующий смысловые нюансы обозначенных понятий. Если некий индивид остался без работы, то это становится его личной проблемой при условии имеющейся выраженной потребности быть трудоустроенным. Как только констатируется, что безработица характерна для определенных групп людей, сходных по некоторым признакам, то данная проблема получает социальный характер. Но чтобы данная социальная проблема легла в основу научного исследования, необходимо выделить в ней познавательный (гносеологический) аспект, отвечая на вопросы о том, какой информации и из каких областей знания нам не хватает для решения имеющейся социальной проблемы. Среди таких вопросов могут быть следующие: Каков социально-психологический портрет безработного человека? В чем состоят экономические последствия безработицы для домохозяйств некоторой территории? Каковы статусно-ролевые характеристики безработных и социоструктурные причины безработицы? В зависимости от того, какой вопрос мы ставим во главу угла, будет происходить выбор научного направления для проведения исследования (психологическое, экономическое или социологическое исследование) и в соответствии с этим выбором будет формулироваться проблема исследования.

Ход рассуждений от проблемной ситуации к социальной проблеме и далее к проблеме конкретного научного исследования может быть выражен через соотношение понятий с помощью кругов Эйлера, где наиболее широким понятием является «проблемная ситуация» (см. рис. 1).



*Рис. 1 Соотношение понятий*

Надо сказать, что в литературе нет единого подхода к определению данных понятий: могут использоваться как синонимы проблемная ситуация

и проблема<sup>1</sup>, социальная проблема и проблема исследования<sup>2</sup> или вовсе встречаются другие понятия – проблемная социальная ситуация и научная проблема.

Мы будем считать, что **проблемная ситуация** как объективно существующее противоречие носит надындивидуальный (групповой, массовый) характер и соответственно представляет собой социальную проблему, проявляющуюся у определенной части населения, которую предстоит перевести в исследовательскую, придав ей научный статус. Проблема социологического исследования является результатом сознательных усилий ученого, т.к. формулируется в процессе и на основе анализа проблемной ситуации посредством обращения к научной и методической литературе (в том числе, данным статистики, других социологических исследований), первичного наблюдения, экспертных оценок и пр.

Можно выделить два аспекта понимания проблемы социологического исследования, которые, в свою очередь, могут быть представлены и как два элемента анализа проблемной ситуации: предметного и гносеологического.

**Предметная сторона проблемы исследования** содержит отрицательные социальные явления и процессы в какой-либо сфере, которые несут в себе угрозу социальной стабильности.<sup>3</sup> Данный аспект имеет онтологическую природу и существует независимо от субъективных особенностей исследователя – его намерений, установок и знаний.

**Гносеологическая сторона проблемы** выражается в «знании о незнании», представляя собой несоответствие между знанием о существовании какой-либо проблемы и незнанием путей и средств ее устранения.

Анализ предметной и гносеологической сторон проблемы, по сути, позволяет раскрыть ее как противоречие между реальным и должным состоянием конкретного явления, требующего диагностики и последующего решения.

Проблема исследования формулируется следующим образом:

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 58-59.

<sup>2</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С.23-24 // Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 02.02.2023).

<sup>3</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 59.

Сначала рекомендуется поставить вопрос в общем виде, а затем уточнять его в детальных формулировках, конкретизирующих проблему.

При постановке проблемы необходимо четко разграничивать проблемное от неproblemного, а также существенное от несущественного. При этом составные элементы общей проблемы должны быть упорядочены по приоритету.

В итоге, постановка научной проблемы предполагает описание основных противоречий в функционировании социального объекта (предметный аспект), выявление пробелов в знаниях и осознание потребности в их устранении (гносеологический аспект), а также формулирование проблемы на научном языке.

В программе исследования сначала проводится анализ предметного и гносеологического аспектов проблемной ситуации (социальной проблемы) на основе вторичных данных (статистики, научных публикаций и пр.), и в итоге формулируется проблема. Так как основным результатом предпринимаемого исследования является решение поставленной проблемы, то данную проблему следует формулировать прежде всего как гносеологическую, связанную с недостатком знаний, информации о различных аспектах функционирования социального объекта или процесса. Как правило, формулировка проблемы укладывается в одно предложение и содержит типовые фразы: «недостаток информации о...», «отсутствие систематизированных представлений о...». Например, в ходе анализа предметного аспекта проблемной ситуации констатируется высокая текучесть кадров в какой-либо сфере занятости (или на конкретном предприятии). Тогда проблема исследования может быть сформулирована как недостаток систематизированных представлений о причинах увольнений работников данной сферы.

Дадим некоторые рекомендации для постановки проблемы в программе социологического исследования. Условно можно выделить три этапа в этой работе:

Этап 1. Анализ предметного аспекта проблемной ситуации (описание проблемного поля) исследования.

На данном этапе необходимо указать общие тенденции современного общества, которые содержат ряд проблем и противоречий в той области, которую планируется изучать (это могут быть также факторы или предпосылки возникновения определенной социальной проблемы).

Данные приводятся с опорой на факты (актуальную статистику и результаты других социологических исследований). Далее на основании характеристики общих тенденций выделить социальную проблему как противоречие в функционировании какого-либо социального объекта (группы, института, организации, процесса), которое может быть вызвано как столкновением (конфликтом) интересов, ценностей, установок, моделей поведения различных групп, так и расхождением между тем как должен функционировать данный объект (идеальный тип) и тем, как он функционирует в реальности (реальный тип). Кодовые слова при описании социальных проблем или противоречий: «с одной стороны..., с другой стороны...», «в то же время», «напротив», «несмотря на...».

Этап 2. Определение познавательной стороны изучаемой социальной проблемы (гносеологический аспект). На данном этапе происходит выявление той части социальной проблемы, которая не обеспечена необходимым количеством информации (поиск «белых пятен» в науке, постановка вопросов, на которые не даны ответы, либо ответы на них устаревшие или неполные).

Этап 3. Формулировка проблемы социологического исследования как познавательной проблемы в одно предложение. По сути, это основной исследовательский вопрос, обусловленный недостатком (неполнотой) систематизированных знаний (информации, данных) о закономерностях (тенденциях) функционирования и развития изучаемого объекта.

Важно, чтобы на всех этапах постановки проблемы привлекались различные социологические категории (представления, ценности, установки, модели/стратегии поведения, отношение, общественное мнение и т.д.), дающие основу для последующего изучения с помощью социологических методов. Рекомендуемый общий объем текста – 4-5 тысяч печатных знаков с пробелами (примерно 1,5-2 листа). Ниже предлагается схематичный шаблон постановки проблемы социологического исследования.

#### ШАБЛОН

Тема исследования «Ориентации на многодетность в репродуктивных установках молодежи города Мурманска».

Проблемное поле исследования [*общие тенденции, контекст*]. В современном обществе все больше преобладает внесемейный характер занятости. По результатам проведенного общероссийского опроса

ВЦИОМ, доля населения, занятого домашнем хозяйстве, составляет ...% *[привести данные]*. Социальный статус индивида в настоящее время зависит в основном от полученного образования, престижной работы, стабильных высоких доходов, и в меньшей степени определяется количеством детей или размером семьи.

Социализация современных детей, их воспитание и образование требуют увеличения материальных затрат семьи *[привести данные]*. По данной причине рождение каждого последующего ребенка объективно уменьшает его «предельную полезность». В конечном счете, это становится главной причиной снижения потребности в детях для личности.

В настоящее время социально-демографические процессы в России характеризуются нестабильностью. Уровень смертности чаще превышает уровень рождаемости, уровень разводимости превышает уровень брачности, стабильно высокий уровень детской смертности, наркотизация и алкоголизация молодежи, нарастающая депопуляция *[подтвердить данными статистики и СИ]*.

*[Социальная проблема, противоречия]* Несмотря на стабильно высокую значимость семейных ценностей для российского общества (что подтверждается результатами социологических исследований *[найти и сделать ссылки на них]*), отмечается общее снижение рождаемости *[данные статистики]*, увеличивается возраст рождения первого ребенка и желаемое количество детей *[данные статистики, социологических исследований]*.

Население страны пересматривает семейные ценности, меняются и социальные нормы детности *[см. результаты социологических исследований]*. Трансформации подвергаются и репродуктивные установки молодежи как особой социальной группы.

В частности, особого внимания заслуживает ориентация молодежи на многодетность. С одной стороны, данная репродуктивная установка является непопулярной среди современной молодежи. На современном этапе общественного развития для полного удовлетворения потребности в детях становится достаточно 1-2 детей (по результатам исследования *[указать]*). Малодетность постепенно стала нормой репродуктивного поведения в современном обществе. С другой стороны, ориентация на многодетность находится под влиянием множества факторов и может по-разному проявлять себя среди различных групп молодежи.

*[Познавательный аспекты, вопросы, «белые пятна»]* Среди таких факторов выделяются социокультурные различия групп молодежи (семейно-брачные ценности, установки, в том числе определяемые религиозной, этнической идентификацией), социально-экономические (уровень и качество жизни, статус, материальное положение, образование и пр.) и другие различия. В целом, отношение к многодетности и ориентация на рождение трех и более детей является неоднозначным и может различаться среди молодежи под воздействием указанных факторов. В связи с этим возникает вопрос о том, какие группы молодежи скорее будут поддерживать идеи родительства и лояльно относиться к многодетности, а в каких группах могут получить развитие идеи чайлдфри? Какие условия необходимы для молодежи, чтобы осознанно решиться стать родителями, и напротив, какие факторы способствуют развитию установки на бездетность?

Таким образом, *проблема исследования* заключается в недостатке систематизированных представлений об ориентации на многодетность в репродуктивных установках молодежи города Мурманска и факторах, ее обуславливающих.

## **2. Определение объекта и предмета исследования**

После того, как сформулирована проблема, необходимо уточнить объект и предмет социологического исследования.

Следует отметить, что если объект теоретического исследования — это изучаемое явление, то объект эмпирического исследования – носитель информации о проблеме.

Обычно это представители тех или иных социальных групп или, реже, - документы. К объекту можно поставить вопрос: «Кто источник информации по данной проблеме?», «Кого я буду опрашивать?», либо «Какие документы содержат информацию и должны быть рассмотрены?».

Среди требований к объекту следует особенно выделить: четкость в выделении социально-демографических, профессиональных, территориальных, временных границ; возможность количественного измерения объекта.

Предметом являются аспекты функционирования объекта, которые будут подвергнуты анализу. Предмет отражает проблему исследования, по своему объему он должен совпадать с темой эмпирического исследования.

*Например*, если объектом исследования и носителем изучаемой проблемы является студенческая молодежь определенного города (региона / страны), то предметом могут выступать самые разные стороны и аспекты данного объекта, в зависимости от того, какую проблему отражает объект, в том числе: отношение к семье, браку, рождению детей, читательская активность, экстремистские установки, трудовые ценности и удовлетворенность трудом или что-то другое.

#### ШАБЛОН.

*Тема эмпирического исследования* – Жизненные стратегии студентов-выпускников МАУ.

*Объект (кто источник?)* – студенты выпускных (последних) курсов МАУ.

*Предмет (Равен по смыслу и содержанию теме. Отвечает на вопросы: какие аспекты будут исследоваться?)* - Жизненные стратегии студентов-выпускников МАУ.

#### **3. Определение цели и постановка задач исследования.**

Затем определяется цель исследования - то, что исследование стремится достичь или выяснить.

Цель ставится на основе темы исследования и, соответственно, проблемы.

ШАБЛОН формулировки цели:

глагол + тема эмпирического исследования
--

В случае отхода от предложенной формулы возникает риск сузить или расширить тему. Поэтому в случае более детальных формулировок нужно хорошо следить за соразмерность исследуемой темы/проблемы с сформулированной целью.

Отталкиваясь от выше приведенного примера темы исследования, цель будет звучать так:

*Исследовать жизненные стратегии студентов-выпускников МАУ.*

Иные примерные формулировки цели:

- Исследовать ориентации на многодетность в репродуктивных установках студенческой молодежи города N;

- Исследовать проявления и факторы развития экстремистских установок в молодежной среде;

- Исследовать отношение выпускников высших учебных заведений города N к труду; и др.

После цели формулируются задачи - конкретные проблемные вопросы исследования, которые помогут достичь поставленной цели.

Задачи напрямую вытекают из цели проекта и должны быть сформулированы конкретно и обозримо, чтобы ясно представить ожидаемые результаты их решения. Обычно в исследовании формулируется несколько задач, которые полно раскрывают поставленную цель.

Часто задачи путают с этапами исследования, чего нельзя делать. Иными словами, задачи – это не действия, планируемые в рамках данного исследования (ознакомиться с литературой, разработать инструментарий и т.д.), а содержательные подвопросы, на которые разветвляется выдвинутая цель.

При формулировке задач принято использовать грамматические конструкции с глаголом в форме инфинитива, такие как: выявить, определить, обнаружить, раскрыть, установить, проанализировать, обобщить и т.д.<sup>1</sup>

Например: определить основные мотивы рождения детей; проанализировать иерархию трудовых ценностей; выявить установку на участие в экстремистских движениях и пр.

Обычно задачи на протяжении исследования уточняются и даже видоизменяются в связи с появлением новых данных об объекте.

#### ***4. Интерпретация и операционализация основных понятий.***

В этом пункте происходит разъяснение основных понятий, которые будут использоваться в исследовании. Они должны быть определены ясно и однозначно, чтобы исключить двусмысленность.

В самом общем виде под *интерпретацией основных понятий* понимается процедура раскрытия (определения) содержания ключевых понятий, которые применяются в исследовании. Она помогает осуществить адекватный «перевод» понятий с теоретического языка на

---

<sup>1</sup> Жигунова Г. В., Кузнецов Ю. В. Методика исследований в социальной работе: учебное пособие. Мурманск, 2011.

эмпирический и обратно, служит созданию опорной схемы понятий для анализа собранной первичной социологической информации.

Условно можно выделить несколько видов интерпретации понятий, которые также могут быть рассмотрены и как этапы данной процедуры (рис. 2):

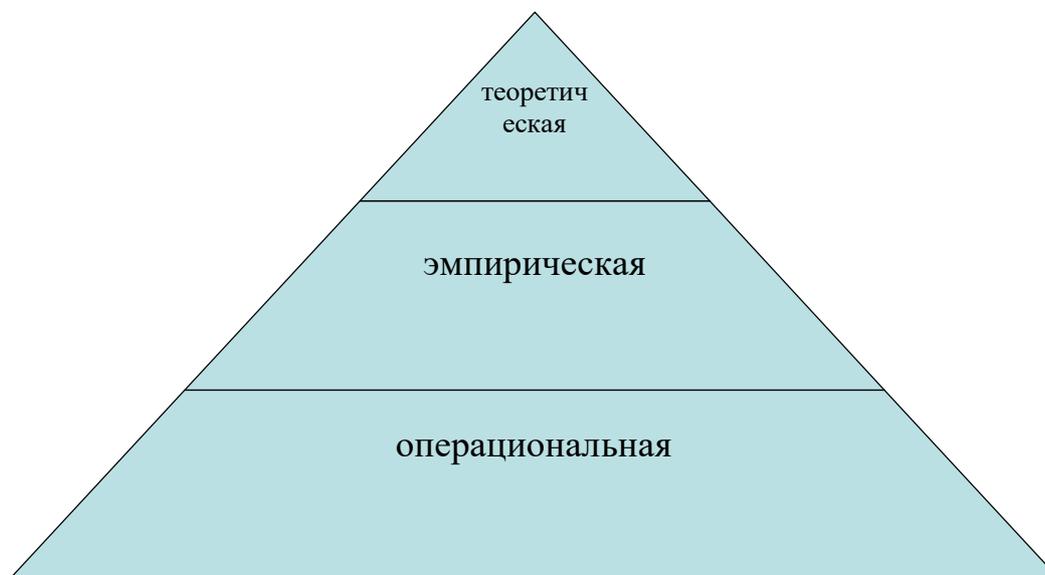


Рис. 2. Этапы (виды) интерпретации понятий

Первый шаг на пути уточнения какого-либо понятия заключается в том, чтобы дать ему теоретическое определение путем сопоставления данного понятия с другими, большими по объему, и указания отличительных признаков. Как правило, теоретическая интерпретация проводится с опорой на справочную (словари, энциклопедии и пр.) и научную (статьи и монографии) литературу.

Следует внимательно отнестись к широким понятиям - уровень жизни, потребительские установки и т.д., которые имеют большое количество разноплановых дефиниций, требующих выбора наиболее подходящей из них.

Например, можно рассмотреть следующие определения понятий в качестве образцов теоретической интерпретации:

*Молодежь - социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно.*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ "О молодежной политике в

*Социальная установка – ценностное отношение к социальному объекту, психологически выражающееся в готовности к положительной или отрицательной реакции на него; индивидуальное отношение к объекту, определяемому как ценность в данной социальной общности.<sup>1</sup>*

*Репродуктивная установка – это психический регулятор поведения, предрасположенность личности, определяющая согласованность разного рода действий, обусловленных положительным или отрицательным отношением к рождению определенного числа детей.<sup>2</sup>*

Далее стоит обратить внимание на отдельные – ключевые - понятия, описывающие предметную область социологического исследования, которая подлежит непосредственному изучению в ходе эмпирического исследования. Именно с такими понятиями предстоит более детально поработать на следующем этапе - эмпирической интерпретации

**Эмпирическая интерпретация понятия** означает подбор индикатора (показателя), отражающего важный содержательный аспект понятия, некий измеряемый признак, раскрывающий термин.

Известную трудность представляют явления, не поддающиеся прямой фиксации (есть или нет) и количественному анализу в тех или иных единицах измерения. Так, ценностные ориентации и установки, отношение к какому-либо явлению, процессу едва ли можем напрямую зафиксировать и измерить без создания промежуточной модели, состоящей из более простых и наглядных признаков (показателей, индикаторов) этого явления или процесса). Например, чтобы исследовать качество жизни молодежи, предстоит не только дать определение данному понятию на теоретическом уровне, но и выделить основные элементы и критерии оценки качества жизни, конкретизированные применительно к группе молодежи.

В качестве примера эмпирической интерпретации репродуктивных установок приведем следующие показатели, по которым предполагается проводить непосредственное измерение: наличие планов (желания, готовности) к рождению детей в целом, к определенному их количеству, предпочтения в отношении пола детей, их очередности, временным

---

Российской Федерации" // Гарант. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/?ysclid=lrt0kvogzg551158637> (дата обращения: 25.01.2024).

<sup>1</sup> Социологический словарь / отв. ред.: Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев. М., 2008. С. 539.

<sup>2</sup> Хадиева Л. Г. Репродуктивные установки: методологические основы исследования // Вестник Казанского технологического университета. 2006. № 6. С. 290.

интервалам между рожденьями детей, возрасту рождения первого и последующих детей и т.д.

Чтобы убедиться в правильности и точности подобранного эмпирического индикатора (его доступность для непосредственной фиксации), далее необходимо осуществить операциональную интерпретацию, или дать операциональное определение выделенным эмпирическим индикаторам.

В самом общем виде, данная процедура предполагает указание правил (или способов) фиксирования соответствующих эмпирических признаков. Иначе говоря, если возможно привести конкретные экспериментальные (практические) действия, результаты которых, доступные эмпирическому наблюдению и/или измерению, будут свидетельствовать о наличии/отсутствии явления, выраженного в теоретическом понятии, то эмпирическую интерпретацию можно считать завершенной, а выделенный эмпирический показатель – пригодным для исследования.

Например, такой эмпирический индикатор, как готовность к рождению детей, может быть зафиксирован несколькими способами: через субъективную самооценку своей готовности, посредством согласия с рядом суждений, отражающих ту или иную степень готовности, или через фиксацию представлений о предполагаемом/желаемом периоде (возрасте) рождения ребенка и пр. Очевидно, что в случае использования опроса как метода сбора данных результатом проведенной операциональной интерпретации является та или иная формулировка вопроса.

Параллельно с процедурой уточнения содержания (интерпретации) понятий, проводится анализ их соотношения и структуры. Так, интерпретация центрального понятия, описывающего предметную область будущего исследования, предполагает вычленение понятий, которые входят в его состав. С логической точки зрения, центральное понятие является родовым, а все остальные – видовыми.

*Такая процедура называется операционализацией.* Она детализирует основное понятие, в том числе зачастую углубляя его интерпретацию.

Если результатом этой детализации является отношение или структура понятий, то это называется структурной операционализацией. Ее суть заключается в разделении центрального понятия и его составляющих на элементы, которые затем также интерпретируются.

Полученные в результате структурной операционализации более простые и конкретные понятия называются операциональными понятиями.

Например, при исследовании жизненного самоопределения студентов выпускающих курсов вуза, в ходе операционализации понятия жизненного самоопределения мы можем получить такие его аспекты как:

- профессиональное определение (которое, в свою очередь, далее может быть дальше операционализировано на трудоустройство, дальнейшее обучение и переобучение и т.д.);

- смысложизненное самоопределение;

- статусно-ролевой самоопределение (в семье, карьере, общественной жизни и т.п.).

Надо понимать, что определение операциональных понятий (видов/элементов/составляющих изучаемого явления или процесса) – это верхний уровень структурной операционализации, который требует дальнейшего уточнения и детализации с помощью эмпирических показателей (индикаторов) и их операциональных определений.

В самом общем виде **операционализация** заключается в таком преобразовании понятий, который позволил бы осуществить переход от теории (абстрактных концептов) к практике (эмпирическим показателям, доступным непосредственному наблюдению и регистрации)

В ходе операционализации логическому анализу подвергаются не все понятия, а только ключевые, которые отражают исследуемую проблематику.

Этапы логического анализа ключевых понятий:

1. нахождение его существенных характеристик ключевого понятия в ходе его интерпретации;

2. на основе выявленных характеристик ключевого понятия определение операциональных понятий, показывающих, что именно будет измерено или исследовано;

Процесс интерпретации и операционализации можно представить следующим образом (см. рис.3)

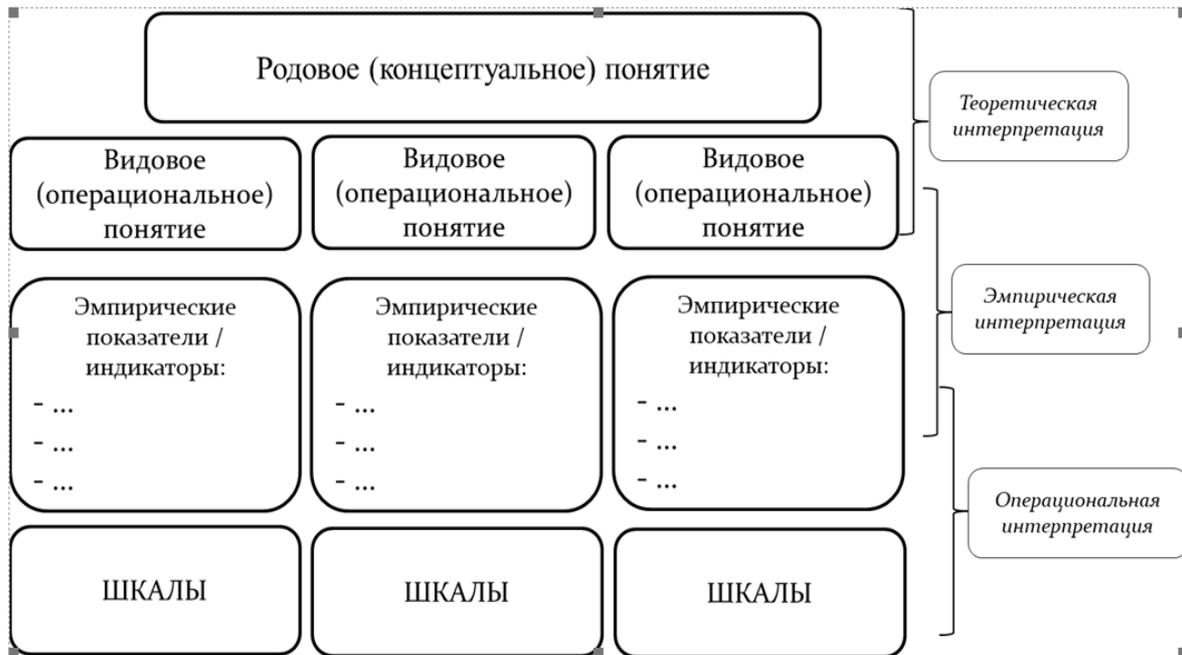


Рис. 3 Логический анализ понятий (структурная операционализация)

В качестве примера проведем структурную операционализацию репродуктивных установок молодежи.

Исходя из определения репродуктивной установки, представленного в теоретической интерпретации выше, а также основываясь на анализе дополнительной научной литературы, предлагается выделить два класса установок: установки детности и обратные им установки на контрацепцию и прерывание беременности. Эти классы образуют операциональные понятия, которые необходимо раскрыть в системе эмпирических показателей. К установкам детности, например, можно отнести такие, как: установка на рождение детей в целом, установки в отношении количества, пола, очередности детей, интервалов между рожденьями детей, установки на усыновление или удочерение и пр. Выделенные конкретизирующие установки являются эмпирическими показателями установок детности при условии, что известны правила их фиксации, т.е. проведена их операциональная интерпретация. Так, например, установка в отношении количества детей может быть зафиксирована посредством оценки планируемого и/или желаемого числа детей, а также посредством представлений об идеальном количестве детей в семье в целом.

Далее или, чаще всего, параллельно, производится **предварительный системный анализ объекта**, представляющий собой систематизацию имеющихся сведений об исследуемой предметной области применительно к данному объекту.

**Выполнить системный анализ объекта** означает, прежде всего, то, что будут выделены факторы и условия, оказывающие влияние на данный объект в контексте поставленной проблемы исследования. По сути, системному анализу подлежит объект исследования, а в результате выделения элементов объекта и их взаимосвязей мы получаем более четкое представление о предметной области исследования. Данная процедура также называется факторной операционализацией предмета исследования, но в отличие от структурной операционализации, системный анализ объекта концентрируется на установлении связей между различными явлениями и их структурными элементами. Основная цель такого анализа состоит в выделении факторов, значимых с точки зрения поставленной проблемы, которые могут влиять на предмет исследования и влияние которых можно проверить в ходе эмпирического исследования.

Так, например, анализируя репродуктивные установки молодежи, стоит проверить влияние таких факторов, как возраст, материальное положение, характеристики занятости и семейного положения молодежи. При определении значимых факторов исследователь опирается на уже имеющиеся научные данные (результаты теоретических и эмпирических исследований), а также на обыденное знание актуальной социальной действительности. В соответствии с этим, в данный конкретный момент исследования едва ли будут значимы политические установки или литературные предпочтения и соответственно они не будут рассматриваться как факторы, влияющие на репродуктивные установки. При этом влияние указанных факторов может быть актуализировано в процессе различных социальных изменений и соответственно появиться в фокусе исследовательского внимания.

Важно помнить, что эмпирическое исследование призвано на практике проверить влияние тех или иных факторов, поэтому не стоит включать в системный анализ такие общие факторы, как социально-экономическая ситуация в стране или семейное воспитание. Если такие факторы и появляются в программе эмпирического исследования, то они также должны быть подвергнуты процедуре структурной операционализации (уточнение содержания понятия на теоретическом уровне, выделение элементов и их эмпирических индикаторов).

Конечная задача предварительного системного анализа - построение концептуальной модели объекта как системы взаимосвязанных элементов, позволяющей далее сформулировать гипотезы исследования.

**5. Выдвижение рабочих гипотез.** Работая над программой исследования, необходимо выдвинуть и сформулировать гипотезы, которые будут проверяться в ходе исследования

**Гипотеза** — сформулированное по результатам знакомства с теорией в предметной области исследования обоснованное предположение, которое проверяется (верифицируется) в ходе эмпирического исследования.

Гипотеза методологически организует исследование, она охватывает предварительными предположениями структуру социальных объектов, характер содержащихся в объектах элементов и связей, механизмы их функционирования и развития.<sup>1</sup>

Гипотеза логически конструируется по формуле: *«Если..., то...»*. Иными словами, гипотеза обычно содержит некое условие (если) и следствие, предполагаемое из имеющегося условия. При этом в формулировке данная конструкция может лишь подразумеваться, без буквального использования этой конструкции.

*Например, если рассмотреть гипотезу «Мужчины чаще занимают руководящие должности, чем женщины», мы увидим, что в ней словесная конструкция «если..., то» не используется, но подразумевается, где условием является посылка «если работники – мужчины», а следствием - «то они имеют большую вероятность занять руководящую должность», что подразумевается в представленной формулировке.*

*Еще один пример формулировки гипотезы: «Школьники, правильно питающиеся в полярную ночь, меньше болеют». Здесь в качестве условия выступает правильное питание школьников, а следствия – уровень заболеваемости (буквально логическая конструкция выглядит так: если школьники будут правильно питаться, то они будут меньше болеть).*

Сколько гипотез должно быть – на этот вопрос разные исследователи отвечают по-разному. Однако студентам мы однозначно рекомендуем опираться на задачи исследования, на каждую выдвигая обоснованное предположение, тем самым обеспечивая научную обоснованность работы.

---

<sup>1</sup> Рабочая книга социолога / под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. М., 2009. С. 128.

### ***Классификация гипотез:***

1. По степени общности предположений различают: гипотезы-основания и гипотезы-следствия.

Гипотезы-основания разворачиваются в целую цепочку гипотез-следствий.

Проверка гипотез-следствий (выводных) возможна лишь в том случае, если они сформулированы на языке эмпирических индикаторов. Например, у нас есть исходная гипотеза (гипотеза-основание) о том, что в репродуктивных установках молодежи не выражена (слабо выражена) ориентация на многодетность. Здесь как минимум три понятия нуждаются в интерпретации и операционализации: «репродуктивные установки», «ориентация на многодетность», «не выражена (слабо выражена)». Репродуктивные установки и многодетность уточняются на теоретическом уровне (проводится их теоретическая интерпретация), далее на эмпирическом уровне выделяются конкретные показатели, продумываются способы их фиксации. Ориентация на многодетность и степень ее выраженности также нуждается в конкретизации и сопоставлении с эмпирическими показателями: какие репродуктивные установки, условно, будут свидетельствовать о сильной или слабой ориентации на многодетности (или на отсутствие такой ориентации вовсе). Результаты такой работы находят свое отражение в системе эмпирических показателей в разделе программы, посвященному интерпретации и структурной операционализации понятий, с опорой на которые формулируются выводные гипотезы (гипотезы-следствия). В частности, представленная гипотеза-основание может быть раскрыта через следующие гипотезы-следствия: большинство молодежи не планируют иметь более 1-2 детей; большинство молодежи готовы сделать аборт в случае незапланированной беременности; большинство молодежи негативно оценивают различные характеристики благополучия многодетной семьи и др. Очевидно, что проверить такие гипотезы не составит труда, включив соответствующие вопросы в инструментарий сбора данных (в анкету).

2. По содержанию предположений о предметной области проблемы различают: описательные и объяснительные гипотезы.

В описательных предположениях фиксируются существенные свойства объектов (классификационные гипотезы), либо характер связей

между отдельными элементами изучаемого объекта (структурные гипотезы).

Примером классификационной описательной гипотезы является предположение о том, что большинство молодежи не планирует иметь более 1-2 детей. Структурная описательная гипотеза может быть сформулирована как предположение о связи между полом и ориентацией на многодетность.

Ко второму типу относятся предположения о функциональных и причинно-следственных зависимостях в изучаемых социальных процессах и явлениях. Это наиболее сильные гипотезы, требующие экспериментальной проверки.<sup>1</sup>

Примером функциональной гипотезы является следующее предположение: чем выше уровень образования, тем ниже ориентация на многодетность. Формулировка причинно-следственной гипотезы требует глубокого проникновения в предметную область и может быть выражена так: высокий уровень образования обуславливает отсутствие ориентации на многодетность.

3. По степени разработанности и обоснованности - первичные (рабочие) и вторичные, выдвигаемые взамен первичных, если те опровергаются.

4. По задачам исследования: основные и неосновные.

***Требования к построению гипотез:***

- 1) соответствие общесоциологической теории;
- 2) непротиворечие общеизвестным фактам;
- 3) содержание только эмпирически интерпретированных понятий;
- 4) проверяемость;
- 5) внутренняя непротиворечивость;
- 6) содержательность;
- 7) потенциальная опровергаемость;
- 8) альтернативность в формулировке;
- 9) открытость для последующей проверки;
- 10) ненормированность по количеству, кроме эксперимента, где количество гипотез ограничивают до двух – основной и альтернативной;
- 11) не принимается окончательно.

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 86.

***Для повышения подтверждаемости гипотезы необходимо:***

- выдвигать как можно больше взаимосвязанных гипотез;
- указывать для каждой гипотезы большое число эмпирических показателей входящих в нее переменных.

Итак, весь исследовательский процесс можно представить как непрерывный поток постановки и проверки гипотез. При этом внимание должно быть сконцентрировано на центральной гипотезе и вытекающих из ее содержательно проверяемых следствий.

После разработки методологических основ, необходимо перейти к следующему разделу программы.

**Второй, методический (процедурный) раздел программы включает в себя следующие ключевые элементы:**

1. Принципиальный (стратегический) план исследования, который определяет общие направления работы и основные цели исследования.
2. Определение единиц обследуемой совокупности и обоснование системы выборки, то есть определение того, какие объекты или группы будут включены в исследование и как будет происходить их отбор.
3. набросок основных процедур сбора, обработки и анализа первичных данных, описывающий основные этапы и методы, которые будут использованы для сбора информации, ее обработки и последующего анализа.

Исходя из разработанных гипотез, целей и задач исследования, в каждом конкретном случае строится собственная исследовательская стратегия - стратегический план. Основная предпосылка для выбора принципиального плана — это состояние наших знаний к моменту сбора эмпирических данных и возможность разработки гипотез.

**Существуют четыре варианта стратегического плана исследования:**

1. Разведывательный (формулятивный) план, который используется для уточнения проблемы и формулировки гипотез в случае отсутствия ясных представлений об объекте исследования (с помощью работы с источниками, проведения разведывательного интервью или наблюдения). Не путать с пилотажным исследованием, которое проводится исключительно для корректировки инструментария и методов исследования.

2. Описательный план, направленный на строгое описание качественно-количественных особенностей объекта, и часто используется для проведения опросов общественного мнения.

3. Аналитико-экспериментальный план, который используется для установления причинно-следственных связей в объекте и может включать проведение социального эксперимента. Используется только при наличии достаточной информации с применением объяснительных гипотез.

4. Повторно-сравнительный план, который применяется для выявления тенденций социальных процессов и предполагает сравнение данных в определенном временном интервале.

Каждый из этих вариантов плана имеет свои особенности и применяется в зависимости от целей исследования, доступных знаний и методов сбора данных.

В одном исследовании могут реализоваться несколько планов.<sup>1</sup>

Также в методическом разделе дается логическая структура методического инструментария, а сам инструментарий прилагается к программе в качестве самостоятельного документа.

Пример программы социологического исследования, проведенного на кафедре философии и социальных наук Мурманского арктического государственного университета, приведен в приложении А.<sup>2</sup>

В качестве требований к программе социологического исследования отметим четкость, ясность изложения, логическая последовательность всех компонентов, возможность внесения в программу корректив в ходе реализации исследования.

Рекомендуется оформить программу как отдельный документ исследования, на который будет осуществляться опора при подготовке научного отчета или публикации по проблеме.

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 88-94.

<sup>2</sup> См.: Шарова Е. Н. Профессиональное самоопределение молодежи в условиях социокультурной трансформации российского общества (на примере Мурманской области) : дисс. ... канд. соц. наук. Архангельск, 2012. 214 с.

## 2.2 Рабочий план социологического исследования

Основные шаги и процедуры, необходимые для проведения качественного социологического исследования, описываются в его рабочем плане.

Рабочий план представляет собой детальный план действий, который помогает организовать все этапы исследования в соответствии с программой, установленными сроками, ресурсами и бюджетом, способами контроля и результатом исследования.

Структурные элементы рабочего плана включают в себя различные этапы и научно-исследовательские и технические процедуры и операции. Эти процедуры обычно группируются в четыре основных блока:

1. Подготовка и утверждение программы и методологического инструментария, подбор и обучение персонала (анкетеров, интервьюеров, модераторов, кодировщиков), проведение пилотных исследований, корректировка программы и инструментария на основе результатов пилотных испытаний, подготовка анкет, бланков, наблюдений и прочее, составление бюджета и расчет материальных и финансовых затрат.

2. Выполнение всех работ, связанных с проведением полевого исследования, где объект изучается в реальных условиях. Здесь важно выбрать подходящее время и место исследования, информировать участников об исследовании, собирать заполненные анкеты, бланки или протоколы.

3. Операции, связанные с подготовкой первичной информации к обработке и самим процессом обработки: кодирование открытых и полуоткрытых вопросов, ввод данных в компьютер и другие процедуры.

4. Работы, связанные с анализом результатов, подготовкой итогового отчета, аналитической записки, разработкой практических рекомендаций и возможных прогнозов.

План можно представить в качестве таблицы, отражающей деятельность и этапы исследования (см. таблицу 2).

Таблица 2 - Примерный рабочий план

№	Вид деятельности	Сроки исполнения	Ответственные	Финансы / ресурсы
1				
2				

При планировании надо исходить из того, что ресурсы ограничены.

Рассчитанный по времени, ресурсам и затратам, план выступает в качестве управленческого средства осуществления исследования и контроля за его реализацией.

Итак, для проведения качественного эмпирического исследования необходимо разработать программу и рабочий план, в которых обозначены ключевые моменты методологии и методики проведения исследовательских процедур.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. В чем состоит специфика и назначение программы социологического исследования?
2. Обозначьте требования к программе.
3. Перечислите элементы методологического раздела программы.
4. Укажите, что входит в методический раздел программы.
5. Каковы компоненты рабочего плана исследования?

### ***Рекомендуемая литература***

1. Горшков, М. К. Задачи социологического исследования и принципы измерения социальных явлений / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги // Социология образования. - 2010. - № 5. - С. 8 - 30. — Текст : непосредственный.

2. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов. — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. — Текст : непосредственный.

3. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 768 с. — Текст : непосредственный.

4. Луков, В. А. Социальное проектирование : учеб. пособие. - 3-е

изд., перераб. и доп. / В. А. Луков. - Москва : Изд-во Моск. гуманит.-социальн. академии : Флинта, 2003. – 240 с. — Текст : непосредственный.

5. Рабочая книга социолога / под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. — Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 480 с. — Текст : непосредственный.

6. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. — Текст : непосредственный.

## ГЛАВА 3. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

### 3.1 Характеристика выборки

В социологических исследованиях, как правило, стоит задача получить обобщенные систематизированные данные о каких-либо социальных объектах, чаще всего представленных различными социальными группами.

В тех случаях, когда объект исследования не является многочисленным, исследователь может охватить каждого респондента, не превышая временные и энергетические ресурсы по сбору информации и обработке анкет. Когда же объект исследования (молодежь, пожилые граждане, малообеспеченные семьи, подростки с девиантным поведением, работники организаций; население города, региона и др.) насчитывает более 500 человек, необходимо применение выборочного метода.

Выборку используют все люди на протяжении своей жизни. Например, чтобы узнать, насколько горячий чай в кружке, достаточно сделать один глоток, а приправленность блюда определить можно, съев всего одну ложечку, а не всю кастрюлю. Так и с выборкой.

Преимущества выборки по сравнению со сплошным исследованием:

- сокращает затраты на сбор и обработку данных;
- увеличивает скорость исследования;
- дает широкую область применения;
- позволяет получить достоверные сведения.

Выборочная совокупность не существует в реальности как таковой и моделируется исследователем.

Выборка основана на двух моментах:

- на взаимосвязи качественных характеристик и признаков социальных объектов;
- на правомерности выводов о целом на основании изучения его части, являющейся микромоделью целого.

Рассмотрим ключевые понятия, без которых невозможно понимание и построение выборки.

**Обследуемый объект** - целенаправленно конструируется процедурой отбора респондентов для проведения исследования. Отбор осуществляется

из большей совокупности, называемой генеральной, которая очерчена в программе как объект исследования, носитель изучаемой проблемы. При этом стоит различать объект исследования и генеральную совокупность.

**Генеральная совокупность** – это совокупность всех возможных социальных объектов, локализованных во времени и пространстве и подлежащих изучению в пределах программы исследования.

**Объект исследования** — это понятие, в соответствии с которым осуществляется идентификация и отбор конкретных единиц наблюдения (например, респондентов). Можно сказать, что это совокупность всех представителей выделенного для исследования объекта, доступных для исследования.

Теоретически объем объекта исследования соответствует объему генеральной совокупности, но в реальности выборка происходит с учетом доступных единиц для исследования (за вычетом тяжело больных, в тюрьмах, военнослужащих, удаленных локаций, выехавших на отдых и др.). В этом случае следует также говорить о реальной выборке.

**Реальный объект** - совокупность, сформированная на стадии полевого исследования с учетом ограничений в доступности первичной социологической информации.

**Выборочная совокупность** – часть объектов генеральной совокупности, отобранная с помощью специальных приемов для получения информации о всей совокупности.

**Репрезентативность** - свойство выборочной совокупности воспроизводить параметры и значимые элементы структуры генеральной совокупности. Репрезентативные выборки необходимы лишь тогда, когда целью исследования является получение суммарных данных в отношении объекта в целом.

**Единицы отбора** - элементы генеральной совокупности, отобранные в ходе формирования выборки (например, для исследования жителей города можно отбирать районы, улицы, дома, квартиры).

**Единицы наблюдения (анализа)** - элементы сформированной выборочной совокупности, подлежащие изучению (как правило, это респонденты). В литературе встречаются другие названия этой единицы. Так, например, предлагается различать единицы исследования и единицы наблюдения, где в качестве единицы наблюдения выступает непосредственный источник информации, который может быть элементом

единицы исследования (член семьи, рассказывающий о жизни семьи), состоять в определенных отношениях с единицей исследования (учитель, рассказывающий о своих учениках), а также быть внешним наблюдателем единицы исследования (например, экспертом или ученым)<sup>1</sup>. В Рабочей книге социолога используется термин «единица наблюдения» и указывается о наличии двух разновидностей таких единиц: единицы анализа (о которых собирается информация) и единицы сбора (от которых поступает информация)<sup>2</sup>.

В связи с тем, что исследование носит несплошной характер и для него заранее продумываются специальные приемы и способы отбора, формирующие выборку, а также в силу различных объективных и субъективных ограничений доступа к единицам наблюдения, возникают так называемые ошибки выборки.

### 3.2 Ошибка выборки

Мера подобия выборочной модели структуре генеральной совокупности оценивается *ошибкой выборки*, пределы которой зависят от цели исследования.<sup>3</sup>

Рассмотрим, каким образом контролируется ошибка выборки в массовых опросах.

Предположим,  $N$  - генеральная совокупность, обладает среднестатистической характеристикой  $x_{ген}$ . Это может быть средний возраст, доход, количество людей, испытывающих счастье. Из генеральной совокупности  $N$  отобрана совокупность  $n$  - выборочная, которая обладает средней характеристикой  $x_{выб}$ . Ясно, что  $n < N$ . Тогда задача заключается в сопоставлении  $x_{ген}$  и  $x_{выб}$ . Отклонение выборочной средней от генеральной средней называется ошибкой выборки:  $\Delta = |x_{выб} - x_{ген}|$

<sup>1</sup> Шляпентох В. Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал. М., 2006. С. 304.

<sup>2</sup> Рабочая книга социолога / под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. М., 2009. С. 115.

<sup>3</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 97.

Из формулы следует, что исчисление  $\Delta$  - ошибки выборки - возможно лишь при известных значениях переменных в выборочной и генеральной совокупностях.

Практически ошибка выборки определяется путем сравнения известных характеристик генеральной совокупности с выборочными средними. В социологической практике при обследованиях взрослого населения чаще всего используют данные переписей населения, текущего статистического учета, предшествующих опросов на том же объекте. В качестве контрольных параметров обычно применяются социально-демографические признаки (пол, возраст, уровень образования, место жительства и др.).

Важно, чтобы в выборке были представлены все значимые, с точки зрения задач исследования, подгруппы генеральной совокупности. Так, например, при опросе студенческой молодежи в регионе важно включить в выборку студентов, обучающихся как в региональном центре, так и в других населенных пунктах, учитывать тип и профиль места обучения, курс, форму обучения и другие критерии. Безусловно, перечень значимых критериев должен быть ограничен в соответствии с основными положениями программы исследования. В противном случае, излишняя дробность может приводить к увеличению объемов выборки и затрат всего исследования.

Ошибки выборки подразделяются на два типа: случайные и систематические.

**Случайные ошибки** уменьшаются при возрастании объема выборочной совокупности. Так кубик при достаточно большом числе бросаний будет падать примерно равное количество раз на каждую грань. При нескольких бросаниях он может показать преимущественное выпадение, например «шестерки». Таким образом, *случайная ошибка* - это вероятность того, что выборочная средняя выйдет (или не выйдет) за пределы заданного интервала. Имеющееся свойство случайных ошибок уменьшаться при возрастании объема выборочной совокупности приводит к пониманию о бессмысленности обследования огромных массивов.

Случайная ошибка вызывается причинами, носящими вероятностный характер.

Ярким примером является первая национальная выборка в США, спроектированная в 1935 г. Джорджем Гэллапом, численностью 1327

человек, пропорционально отражающая основные группы населения. Чтобы узнать, изменятся ли выборочные параметры при увеличении ее объема, Дж. Гэллап провел дополнительные обследования той же генеральной совокупности выборками нарастающего объема таким образом, что величина максимальной из них составила 12 494 человека. Результаты расширения выборки почти в десять раз были практически одинаковыми.

Даже если выборка невелика, она может быть репрезентативной, если хорошо представляет генеральную совокупность. Увеличение объема выборки повышает точность результатов исследования, однако не гарантирует абсолютной точности. Например, плохо сбалансированная выборка из 15 миллионов человек может быть менее точной, чем хорошо сбалансированная выборка из трехсот человек.

В целом, случайная ошибка выборки обусловлена несплошным характером исследования и при соблюдении принципов случайного отбора может быть количественно определена. Именно такую ошибку выборки также называют ошибкой репрезентативности.

Второй тип ошибок выборки, который считается наиболее опасным, называется *систематическими ошибками или ошибками смещения*.

Эти ошибки представляют собой неконтролируемые искажения в распределении выборочных наблюдений, которые приводят к искажению исследуемого объекта. В отличие от случайных ошибок, систематические ошибки не равномерно распределяются и не уменьшаются с увеличением объема выборки, а наоборот, могут увеличиваться. Это означает, что происходит постоянное искажение значения изучаемого признака в исследуемой группе, которое повторяется при каждом наблюдении или исследовании объекта. В этом случае количество наблюдений уже не имеет значения, поскольку фактическая генеральная совокупность, соответствующая выборке, уже отличается от задуманной, исследователь же продолжает полагаться на представительность выборки. В отличие от случайных ошибок, систематические ошибки не могут быть заранее сконтролированы.

Источники систематических ошибок могут быть следующими: неверная статистическая информация о ключевых параметрах генеральной совокупности, ошибочная модель выборки, неправильное формирование выборки, недостатки в инструментарии и организации сбора данных,

неправильная интерпретация результатов первичных измерений и, соответственно, ошибки при последующей обработке и анализе информации.

Систематические ошибки выборки могут проявляться в различных случаях, таких как давление со стороны доступных объектов, иллюзия постоянства, недостаточное внимание к аномальным и труднодоступным единицам выборки, а также отказы от ответов.

Первая и наиболее распространенная ошибка связана с давлением со стороны доступных объектов, что может привести к неправильной экстраполяции реальных данных на исследуемый объект. Например, при использовании прессовых опросов респонденты, которые согласились ответить на вопросы, могут быть не репрезентативны для всей генеральной совокупности.

Второй тип систематической ошибки связан с иллюзией постоянства, когда некоторые переменные не являются стабильными и могут изменяться в зависимости от различных факторов. Это может привести к неправильной интерпретации данных и их анализу.

Третий тип систематических ошибок - недостаточный учет аномальных и труднодоступных единиц исследования. Это означает, что некоторые группы или объекты из-за определенных обстоятельств могут иметь меньшую вероятность быть включенными в выборку, что также может исказить результаты исследования.

Поэтому исследователь уже на стадии проектирования генеральной совокупности должен решить, стоит ли пренебрегать малодоступными группами лиц, которые не всегда к тому же малочисленны. Если учет малодоступных единиц не имеет существенного значения для исследования, следует указать, что они исключены из выборочной совокупности.

Недостаточный учет отсутствующих в месте сбора данных, как правило, по месту проживания, - четвертый тип систематических ошибок. Так, не оказаться дома в момент посещения интервьюера может любой человек (канон полевого исследования требует, как минимум, трехкратного посещения - однократное посещение обеспечивает опрос примерно 55% респондентов, второе и третье посещения увеличивают это число до 95 - 96%).

Пятый тип систематических ошибок - отказы от ответа, которые в зависимости от темы опроса могут составлять довольно значительный процент запланированных интервью. По мнению А.А. Яушевой, проблема респондентов, не желающих участвовать в опросе, не может решаться посредством многократных посещений. Излишняя назойливость интервьюера или анкетера может привести в итоге к еще большему проценту отказавшихся от участия в опросе в последующих исследованиях.<sup>1</sup> Такие отказы могут быть обусловлены, например, отсутствием обратной связи (неверием, что опрос поможет решить проблему, или сомнением в беспристрастности и объективности представления результатов исследования).<sup>2</sup> Еще одна причина отказов - личные обстоятельства, препятствующие контакту, несмотря на желание респондента сотрудничать.

Вряд ли возможно предвидеть все систематические ошибки, встречающиеся в массовых опросах. Например, в исследовании воспроизводства трудовых ресурсов г. Киева в 1984 г. применялся отбор респондентов по избирательным спискам - выписывался адрес каждого сотого избирателя. В. И. Паниотто заметил, что, если начинать отбор по алфавитному списку, получают преимущество респонденты, фамилия которых начинается на букву «А». Возникнет систематическая ошибка: в частности, большие шансы на то, чтобы попасть в выборку в г. Киеве, получают армяне, поскольку их фамилии часто начинаются на «А».<sup>3</sup>

Систематические ошибки могут появиться на любом этапе исследования, поэтому нужно стремиться к тому, чтобы по возможности исключить ситуации, способствующие возникновению ошибок.

**Оценка надежности результатов выборочного обследования** опирается, как правило, на расчет случайной ошибки выборки. В литературе встречается следующая классификация надежности результатов проведенного исследования в зависимости от величины случайной ошибки выборки, которой задается исследователь перед началом сбора данных:

<sup>1</sup> Яушева А. А. Формирование выборки: поиск новых возможностей // Социс. 2007. № 8. С. 91.

<sup>2</sup> Богдан И. В., Гурьлина М. В., Чистякова Д. П. Отказы от участия в опросах: общеметодологические проблемы и специфика медико-социологических исследований // Вестник НГУЭУ. 2019. №3. С. 244.

<sup>3</sup> Паниотто В. И. Качество социологической информации. Киев, 1986. С. 82.

- повышенная надежность - ошибка выборки до 3%;
- обыкновенная надежность - ошибка выборки 3-10%;
- приближенная надежность - ошибка выборки от 10 до 20%;
- ориентировочная надежность - ошибка выборки от 20 до 40%;
- прикидочная надежность – ошибка выборки более 40%.<sup>1</sup>

Большинство исследований проводится при условии, что ошибка выборки не превысит 5%.

В аналитическо-экспериментальных исследованиях проблема репрезентативности выборки является второстепенной в сравнении с необходимостью обеспечить качественное представительство изучаемых объектов.

Качество выборки зависит:

- от меры однородности социальных объектов по наиболее существенным характеристикам (чем более они однородны, тем меньшая численность может обеспечить статистически достоверные выводы);
- от степени дробности группировок анализа, планируемых по задачам исследования (чем больше дробность, тем большая численность может обеспечить статистически достоверные выводы);
- от целесообразного уровня надежности выводов из предпринимаемого исследования.

Таким образом, величина средней ошибки выборки, т. е. средняя всех отклонений выборочной средней от генеральной средней, зависит от двух параметров: от степени однородности распределения изучаемого признака в генеральной совокупности и объема выборки.

Выборка должна быть достаточно большой, но, как мы знаем из опыта, ее объем выше определенного предела расширять нецелесообразно - на точность результата это уже не влияет. Поэтому прежде всего требуется определить точность предстоящего измерения. Вряд ли нужно измерять сумму наличных денег с точностью до рубля или затраты времени с точностью до минуты. Если требуются самые высокие гарантии и самая точная информация, выборка должна быть большой. Кроме точности и надежности результатов выборочного наблюдения, на объем выборки влияет независимый от исследователя фактор - степень

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 98.

однородности генеральной совокупности. В однородной совокупности не нужны многократно повторяющиеся замеры.

Исходя из возможной максимальной вариации признака в генеральной совокупности В. И. Паниотто рекомендует следующие объемы выборочной совокупности (см. таблицу 3) в зависимости от величины генеральной совокупности (при допущении, что с вероятностью 0,954 генеральная средняя попадает в интервал), которая рассчитывается по формуле  $x_{ген} = +/- 5\%$ , где 5% - это величина случайной ошибки выборки).<sup>1</sup>

Таблица 3 - Соотношение объемов выборочной и генеральной совокупностей  
(при  $P = 0,954$  и ошибке 5%)

Генеральная совокупность	Выборочная совокупность
500	222
1000	286
2000	333
3000	350
4000	360
5000	370
10 000	385
100 000	398
	400

Таким образом, для выборки с пятипроцентной ошибкой достаточно обследовать 400 единиц при практически бесконечной генеральной совокупности и уровне надежности 95%. Повышение требований к точности предсказания до 4% при сохранении прочих условий увеличивает объем выборки до 625 единиц, точность 3% предполагает объем 1111 единиц, 2% - 2500 единиц и 1% - 10 000 единиц.

Объем выборки определяется аналитическими задачами исследования, а также имеющимися ресурсами (бюджетом исследования). Объем выборки обратно пропорционален величине ошибки репрезентативности (случайной ошибки выборки): чем больше величина выборки, тем меньше возможная ошибка. Для увеличения точности в два раза необходимо увеличить выборку в четыре раза. Так, для пробных

<sup>1</sup> Паниотто В. И. Качество социологической информации. Киев, 1986. С. 82.

опросов достаточна выборочная совокупность объемом 100-250 человек, массовых опросах достаточный объем выборочной совокупности, гарантирующий достоверные результаты исследования, составляет порядка 400 человек. Для пробных опросов достаточна выборочная совокупность объемом 100-250 человек.

Фактически объем выборки зависит не столько от величины генеральной совокупности и допустимой ошибки, сколько от количества градаций, используемых при анализе массива. Например, если требуется сделать выводы в разрезе групп по полу, возрасту, месту проживания и т.д., то каждая анализируемая группа выступает как отдельная подвыборка, для которой должны быть определены соответствующие объемы.

Кроме случайных и систематических ошибок выборки, выделяются также случайные и систематические ошибки регистрации, которые характерны как для выборочных, так и для сплошных обследований. Ошибки регистрации – это отклонения между значением показателя, полученного в ходе статистического наблюдения, и фактическим, действительным его значением. Они возникают при изучении каждой отдельной единицы исследования (респондента, домохозяйства, документа и пр.)<sup>1</sup>. Как и случайные ошибки выборки, случайные ошибки регистрации не имеют накопительного эффекта и взаимно погашаются при большом количестве наблюдений. Систематические ошибки регистрации приводят к смещению всех полученных результатов и представляют наибольшую опасность для получения достоверной информации об объекте исследования.

Ввиду того, что выборочное исследование сопряжено с множеством причин возникновения ошибок, то зачастую требуется применение специальной процедуры *корректировки выборки*. Эта процедура заключается в приведении структуры совокупности выборочной в соответствие со структурой совокупности генеральной по одному или нескольким контролируемым признакам. Контролируемыми могут быть любые признаки, инвариантные задачам исследования, генеральные распределения которых известны. Как правило, для корректировки используют социально-демографическую информацию: распределения по

---

<sup>1</sup> Шляпентох В. Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал. М., 2006. С. 211.

полу, возрасту, образованию, семейному положению, типу местожительства и др., но в общем случае выбор контролируемых признаков зависит от специфики исследования и источников рассогласования. Различают несколько способов корректировки данных опросов. Простейший из них предполагает добор недостающего числа анкет (по квоте или в целом) непосредственно в полевых условиях. Другие способы корректировки используют технику взвешивания<sup>1</sup> данных и могут выполняться вручную или с помощью технических вычислительных средств.

### 3.3 Виды выборочного метода

Итак, выборочный метод реализуется посредством отбора респондентов для опроса из генеральной совокупности в соответствии с определенными правилами.

Существуют две основные группы методов формирования выборочной совокупности: случайная (вероятностная) выборка и неслучайная (невероятностная) выборка.

**Случайная выборка** предполагает, что каждый элемент генеральной совокупности имеет определенную вероятность попасть в выборку, что позволяет исследователю оценить, насколько точно выборка отражает популяцию. В отличие от этого, **неслучайная выборка** не позволяет заранее определить вероятность отбора каждого элемента, что делает ее менее репрезентативной.

Для осуществления случайной выборки необходимо соблюдать несколько условий, включая *принцип рандомизации*, который обеспечивает равные шансы для всех элементов генеральной совокупности попасть в выборку, а также наличия полного списка всех элементов генеральной совокупности (*основы выборки*). Отсутствие такого списка может затруднить реализацию случайного отбора.

При наличии основы выборки производится нумерация всех элементов списка, после чего можно использовать несколько различных методик реализации принципа рандомизации.

Рассмотрим методы случайного (вероятностного) отбора.

---

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2009. С. 138.

### 1. *Простой случайный отбор.*

Реализуется двумя способами - методом жребия/лотереи и методом таблиц случайных чисел.

Метод жребия может реализовываться обычной жеребьевкой посредством помещения жетонов с номерами всех элементов генеральной совокупности в урну с их перемешиванием и извлечением определенного количества ( $n$ ) жетонов, где  $n$  — объем выборочной совокупности. После извлечения жетона он либо возвращается на место (простой случайный повторный отбор) или откладываются в сторону (простой случайный бесповторный отбор). Данный способ весьма трудоемкий и длительный и может применяться на относительно небольших выборках.

В условиях доступности электронной среды вместо жеребьевки гораздо удобнее использовать рандомайзер, который автоматически генерирует случайные цифры в заданном диапазоне от 1 до 99 999 999.<sup>1</sup> Но следует помнить, что отбор производится только если каждая единица генеральной совокупности должна быть пронумерована.

Для больших совокупностей рекомендуется применять методы систематической и серийной выборки<sup>2</sup>, или можно использовать метод таблиц случайных чисел.

### 2. *Метод систематической или механической выборки*

Этот метод используется чаще всего. Он осуществляется путем отбора нужного количества респондентов из пронумерованного списка через равные интервалы ( $k$ ). При этом шаг выборки ( $k$ ) рассчитывается по формуле:  $k = N/n$ , где  $N$  — численность генеральной совокупности,  $n$  — численность выборочной совокупности.

Например, проектирование выборки объемом 100 человек из списка в 2000 работников предприятия. Сначала рассчитывается шаг выборки путем деления числа элементов в списке на размер выборки (в нашем примере шаг равен 20). Затем необходимо систематически двигаться по списку и отбирать каждого десятого работника, чтобы набрать 100 человек. Можно начало движения по списку сделать случайным - по таблице случайных чисел (это называется случайный старт) либо с

<sup>1</sup> Рандомус. URL: <https://randomus.ru/?ysclid=lsu7cngpm3480746228> (дата обращения: 19.02.2024).

<sup>2</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 199 // Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 18.02.2024).

помощью рандомайзера (в диапазоне от 1 до 20), и от полученного числа отсчитываем шаги по 20 пунктов. То есть, если случайно выбрана точка старта под номером 8, то в выборку будут включены студенты, стоящие под номерами 28, 48, 68 и т.д.

Иногда данная выборка приводит к систематической ошибке. Это может происходить из-за специфической комплектации списков, ранжированных по каким-то заданным характеристикам. Можно привести пример опроса военных, проведенного американскими исследователями во время II Мировой войны. Военнослужащие были распределены по спискам в соответствии с подразделениями, где ранжировались по званиям – от высшего к низшему. Используя шаг выборки 10 для отбора подразделений и лиц внутри них, были отобраны респонденты в одном и том же звании, что не было репрезентативно ко всем военным Второй Мировой войны.

Еще одной проблемой, с которой может столкнуться исследователь, производя расчет систематической выборки, — неполнота списка элементов генеральной совокупности. Классический пример, который обычно приводят во многих учебниках по прикладной социологии, — расчет выборки для опроса, проведенного на президентских выборах в США, по заказу авторитетного издания *Literary Digest* в 1936 г.<sup>1</sup> Размер выборки был чрезвычайно обширен — 4 миллиона человек. Результаты этого опроса предсказали победу на президентских выборах Альфу Ландону, а не Франклину Д. Рузвельту, победившему в противовес полученным данным. Это произошло из-за использования в качестве источников об элементах генеральной совокупности телефонных книг и списков регистрации автомобилей. В то время обладание телефоном и автомобилем не было столь широко распространено среди американцев, поэтому репрезентативность выборки изначально была завышена по уровню благосостояния, не давая шансов попасть в нее людям более низкого уровня жизни. Однако в голосовании приняло участие беспрецедентное число бедняков (обычно игнорировавших выборы), голосующих за Рузвельта. А Джордж Гэллап, проводивший опрос по выборке в 40 раз меньшей, сумел предсказать правильный результат.

### *3. Метод серийной выборки (гнездовой, кластерной)*

---

<sup>1</sup> Кудрявцева Н. Ф. «Опрос, который изменил опросы» // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 87. С. 160-167.

Серийная выборка позволяет отбирать в качестве единицы отбора статистические серии, в качестве которых выступают семья, бригада, класс, группа, небольшие производственный коллектив, врачебные участки, населенные пункты, территориальные общности и т.п. Затем отобранные в выборку серии подвергаются сплошному или выборочному обследованию. Собственно говоря, любая многоступенчатая выборка представляет собой гнездовую выборку, в которой единицы отбора на высших ступенях являются гнездами из единиц отбора нижних ступеней.

Преимуществом серийной выборки является легкость в отборе единиц, представляющий собой коллективы, находящихся на одном месте, чем нескольких сотен разрозненных в пространстве людей.

Серийная выборка может организовываться по схемам простой случайной и систематической выборок. Наконец, она может формироваться после предварительного районирования генеральной совокупности. В первых двух случаях к информации о генеральной совокупности — основе выборки — предъявляются те же требования, что и ко всем вероятностным выборкам: размещение элементов генеральной совокупности (серий) не должно быть каким-либо образом систематизировано.

К примеру, составление опросного списка на 1000 человек (размер выборки) для изучения общественного мнения населения города. Поскольку мы не располагаем списком всех жителей города, мы могли бы начать с получения карты города, чтобы определить все его кварталы и составить их список. Этот список кварталов становится основой выборки, из которой случайным образом или систематически проводится выборка кварталов. Затем будет случайным или систематическим образом спроектирована выборка жилых домов из каждого квартала, выборка семей, проживающими в отобранных домах, и членов семьи. Предположим, что на карте города обозначено 500 кварталов, и из них случайным образом отобрано 25. В этих 25 кварталах идентифицированы 4000 семей. Связь будет установлена с четвертью этих семей, потому что требуется выборка из 1000 индивидов.

Наиболее популярным методом организации серийной выборки является *метод маршрутного опроса*. Часто в рамках этого метода исследуют семьи / квартиры. Для этого на карте населенного пункта нумеруются все улицы. С помощью таблицы случайных чисел отбираются

большие числа, которые позволяют идентифицировать семьи или квартиры, попавшие в выборку. Каждое большое число рассматривается как состоящее из трех компонентов: первые две или три цифры в нем указывают номер улицы, следующая цифра — номер дома, последняя цифра — номер квартиры в выбранном доме. Например, числа 42/25/3 указывают квартиру № 3 дома № 25 на 42-й улице. Организация серийной выборки методом маршрутного опроса наиболее приспособлена к городам, где преобладают отдельные квартиры, или к населенным пунктам, где еще сохраняется частное домовладение (в последнем случае отпадает необходимость выбирать номер квартиры).

Ограничением серийной выборки является занижение, по сравнению с генеральной совокупностью, дисперсии изучаемого признака в силу определенного сходства единиц в сериях (между членами семьи, трудового коллектива, учебного класса). Это приводит к избыточности однотипной, повторяющейся информации. Социолог должен учитывать этот аспект, выбирая в качестве гнезд такие общности, которые содержат максимально разнородные конечные единицы наблюдения. Так, при изучении качества медицинского обслуживания населения города разумно в виде гнезд выбрать совокупность жителей, обслуживаемых отдельными почтовыми отделениями, но не врачебные участки, поскольку последний выбор привел бы к искажению результатов.

#### *4. Метод стратифицированной выборки.*

Вероятностная выборка с применением любой техники отбора, такой как простая случайная, систематическая или серийная, становится стратифицированной, когда перед процессом отбора происходит разделение генеральной совокупности на однородные части, называемые стратами. Стратификация необходима в случаях, когда совокупность неоднородна по социальным, экономическим и другим характеристикам наблюдаемых единиц.

Например, при изучении профессиональной ориентации школьников в одном городе можно разделить школы на страты: школы в старых районах и школы в новых районах. Затем можно отобрать выпускников из каждой страты для опроса. Если различия между районами действительно важны для исследования, то колебания признаков внутри каждой страты должны быть меньше, чем между стратами.

Стратифицирующий признак — это признак, по которому

производится разделение генеральной совокупности. Стратификация может быть выполнена по одному или нескольким признакам. Для успешной организации стратифицированной выборки необходимо понимание распределения признаков по всей совокупности, которые будут основой для формирования страт. Неверный выбор признака для стратификации может не привести к увеличению репрезентативности выборочных данных по сравнению со случайной выборкой.

Организация стратифицированной репрезентативной выборки может столкнуться с трудностями на практике, особенно если страты имеют неравные размеры. Обычно при организации отбора из страт генеральной совокупности производится отбор пропорционально их размеру (доле) в общей численности совокупности по формуле:

$$n_i = \frac{N_i \times n}{N}$$

где  $n_i$  – представительность страты в выборке,  $N_i$  – размер страты,  $n$  – установленный размер выборки;  $N$  – генеральная совокупность.

Весь объем выборки равен сумме объемов отобранных страт (подвыборок).

Кроме этого, в социологии встречается отбор одинакового количества единиц наблюдения из неравных типических групп. Это возможно, если не требуется репрезентировать объект исследования (генеральную совокупность) в целом, а стоит задача проводить анализ по подгруппам.

Рассмотрим далее методы неслучайной (невероятностной) выборки.

**Неслучайная (или невероятностная) выборка** — это способ формирования единиц выборочной совокупности без возможности попасть в нее на равных условиях всем элементам генеральной совокупности. В отличие от вероятностной выборки, в этом случае статистические выводы распространять на всю генеральную совокупность не вполне корректно.

К основным видам неслучайного отбора относятся *направленный / целенаправленный отбор* и *стихийный*.

К формам направленного отбора относятся собственно целевая выборка, выбор типичных представителей, квотная выборка, метод снежного кома. Раскроем каждую из этих форм.

1. *Целевая / целенаправленная выборка* – формируется произвольно, путем обращения к представителям с заданными (целевыми) параметрами.

Например, необходимо опросить сотрудников сферы образования, маркетинга либо социальных служб, которые в каждом случае составляют некую целевую группу. Бывают такие задачи исследования, когда важно обеспечить статистическое представительство существенно различающихся по численности различных социальных групп. Часто такая выборка нужна при экспериментальном исследовании и в экспертных опросах.

2. *Выбор типичных представителей.* Метод типичных представителей включает в себя отбор среднестатистических объектов в соответствии с заданными параметрами. В 60-е годы в издании «Юность» на основании данного метода был подготовлен очерк о самом типичном студенте того времени - «Лебедев против Лебедева». Для поиска типичного студента сначала был отобран среднестатистический вуз, затем факультет, специальность и, наконец, герой очерка. За основу для среднестатистических расчетов была взята численность студентов, а при отборе «героя» - еще и среднестатистическая успеваемость.<sup>1</sup>

3. *Квотная выборка* конструируется на основе ряда заданных параметров объекта (не больше четырех, чтобы не увеличить риск систематической ошибки), взятых из статистических сборников/ресурсов.

Приведем в пример расчет выборки по таким квотам, как пол и возраст, произведенном для опроса общественного мнения жителей Мурманской области, с опорой на данные Мурманскстата о половозрастной структуре населения региона.

Поскольку опрос проводился среди лиц от 14 лет и старше, в расчет выборки вошло половозрастное распределение населения от 14 до 60 лет. Более старшие группы было решено не включать в расчет, т.к. тема опроса касалась проблем наркомании, где основной группой риска являлась молодежь. Итог выборки представлен в таблице 4.

*Таблица 4.* - Половозрастная структура генеральной и выборочной совокупности

Возраст, лет	Все население, чел.			Все население, %			Выборка, чел.		
	Всего	Муж.	Жен.	Всего	Муж	Жен.	Всего	Муж.	Жен.
				о	.		о		

<sup>1</sup> См. подробнее: Анурин В. Ф. Эмпирическая социология : учебное пособие для вузов. М., 2003. С. 73.

14-17	31608	16276	15332	6,6	3,4	3,2	79	41	38
18-20	23861	14352	9509	5,0	3,0	2,0	60	36	24
21-25	38713	22744	15969	8,1	4,7	3,3	97	57	40
26-30	44262	25103	19159	9,2	5,2	4,0	111	63	48
31-35	65074	35429	29645	13,6	7,4	6,2	163	89	74
36-40	63561	32784	30777	13,3	6,8	6,4	159	82	77
41-50	11483 5	56514	58321	24,0	11,8	12,2	288	142	146
51-60	96980	44600	52380	20,3	9,3	10,9	243	112	131
Всего	47889 4	24780 2	23109 2	100,0	51,7	48,3	1200	621	579

Число представителей каждой половозрастной группы в выборке пропорциональна численности каждой из соответствующих групп в генеральной совокупности.

4. *Метод снежного кома.* Это разновидность целенаправленной выборки, применяемая для отбора экспертов и редко встречающихся групп респондентов, таких как потребители с высокими/низкими доходами, представителей каких-либо профессиональных групп и др. Суть метода заключается в том, что каждый последующий респондент выбирается по указанию уже включенных в выборку респондентов. Каждый участник указывает интервьюеру, где можно найти других людей, соответствующих критериям исследования, и таким образом выборка с каждым шагом увеличивается, что похоже на наращивание снежного кома.

В отличие от целенаправленной выборки, стихийные выборки формируются произвольно и независимо от исследователя. Примерами стихийного отбора могут служить опросы через средства массовой информации, выбор «первого встречного», опросы покупателей в супермаркетах или пассажиров на остановках общественного транспорта. При стихийной выборке исследователю часто сложно предсказать размер выборки заранее, и возможны неконтролируемые систематические ошибки.

5. *Многоступенчатая выборка* - это метод выборки, чаще всего применяемый на практике. Она строится поэтапно, где объекты, отобранные на предыдущем этапе, становятся исходной совокупностью для отбора на следующем этапе. Объекты на разных ступенях называют

единицами отбора, а объекты на нижней ступени, от которых собирается информация, - единицами наблюдения.

Например, при проведении опроса среди студентов вуза необходимо отобрать сначала факультеты, далее в рамках отобранных факультетов осуществляется отбор направлений подготовки, далее – курсов обучения, на последнем этапе можно подвергнуть сплошному обследованию отобранные группы, либо продолжить отбор конкретных индивидов. Таким образом, получается 3-4 единицы отбора, на последней ступени отобранные единицы выступают в качестве единиц наблюдения (анализа).

Примером многоступенчатой выборки может быть расчет выборки объемом в 400 человек для опроса в городе Мурманске в 2021 году. Единицей отбора на первой ступени был выбран один городской район из трех. На данной ступени отбора применялась целевая выборка – был отобран тот район, где в наибольшей степени оказались представлены оцениваемые объекты торговой инфраструктуры. Для выборки на второй ступени были взяты списки улиц, входящих в состав отобранного района. На основе карты были отобраны улицы, расположенные в разных частях района для обеспечения территориального разброса (всего 5 улиц). На третьей ступени методом случайного отбора был определен перечень домов (по 5 домов на каждой улице). Далее методом систематической выборки определялись квартиры в каждом доме (16 квартир). На последней ступени отбирался житель квартиры в соответствии с возрастными критериями – от 18 до 60 лет (объектом исследования являлись жители города, выступающие самостоятельными экономическими агентами рынка в качестве покупателей).

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Раскройте ключевые понятия выборочного метода.
2. Что такое репрезентативность?
3. Что такое ошибка выборки?
4. Назовите основные виды ошибок выборки
5. Каковы причины ошибок выборки?
6. Как соотносятся между собой ошибка и объем выборки?
7. Назовите виды и методы формирования выборки.
8. Дайте общую характеристику вероятностным видам выборки.
9. Дайте общую характеристику невероятностным видам выборки.

## 10. В чем сущность многоступенчатой выборки?

### *Рекомендуемая литература*

1. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 334 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10789-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511895> (дата обращения: 13.02.2024).
2. Паниотто, В. И. Качество социологической информации / В. И. Паниотто. - Киев : Наукова думка, 1986. - 209 с. - Текст: непосредственный.
3. Рабочая книга социолога / под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. — Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 480 с. - Текст: непосредственный.
4. Тюсова, О. В. Формирование выборки в социально-эпидемиологических исследованиях / О. В. Тюсова // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2007. - Том X. № 1 (38). - С. 199 – 203. - Текст: непосредственный.
5. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. — 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. — 567 с. - Текст: непосредственный.
6. Яушева, А. А. Формирование выборки: поиск новых возможностей / А. А. Яушева // Социс. - 2007. - № 8. - С. 90 - 96. - Текст: непосредственный.

## ГЛАВА 4 ИЗМЕРЕНИЕ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

### 4.1 Поиск индикаторов

*Измерение, или квантификация*, — это процедура, направленная на сравнение объекта с неким эталоном, выраженным в определенных числах в рамках установленной шкалы.<sup>1</sup>

Для проведения измерения необходимо определить качественные признаки объекта, которые можно выразить числовыми значениями.

В социологии измерения могут касаться как количественных (например, возраст, заработок, образование), так и качественных характеристик социальных объектов. Для количественных показателей существуют установленные эталоны измерения, в то время как для качественных приходится разрабатывать специальные методы измерения.

Социальные измерения часто называют *квалиметрическими*, т.е. условно количественными аналогами качественных отношений.

В качестве количественного свойства объекта выступает индикатор.

*Индикаторы* — это внешне наблюдаемые признаки, которые помогают определить наличие или отсутствие характеристики объекта.<sup>2</sup> Они играют важную роль в выборе методов сбора информации и формулировании вопросов для исследования.

Иными словами, выбор индикатора предопределен операциональным понятием. Здесь следует иметь в виду, что есть операциональные понятия, которые сами выполняют роль индикатора, такие, как пол, возраст, национальность и др.) – в этом случае ответ на вопрос определяется строго этими понятиями. Имеются такие операциональные понятия, которые требуют нескольких индикаторов.<sup>3</sup>

Так как в социологическом инструментарии индикаторы выступают в качестве вариантов ответов на вопросы, они в целом образуют *шкалу измерения*. Например, одним из операциональных понятий является понятие «обучение». В соответствии с ним выбран индикатор «форма

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 113.

<sup>2</sup> Там же. С. 116.

<sup>3</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов — М. : Юрайт, 2019. С. 59.

обучения». Его характеристики (очная, заочная, заочно-ускоренная, дистанционная) и становятся позициями шкалы измерения.

При конструировании измерительного инструмента важен вопрос о возможном отклонении результата от эталона.

**Надежность** — это вероятность отклонения приписываемого объекту значения от истинной его характеристики.

Для оценки уровня надежности имеются в виду такие ее составляющие как: обоснованность (валидность), устойчивость, точность и правильность измерения.

**Обоснованность** шкалы определяется по тому, насколько целенаправленно измеряется определенное свойство объекта, а не какое-либо иное, смешивая его с другими.

Например, при опросе студентов выявлялось, на какие дисциплины вуз дает больше времени на изучение, при этом предлагая студентам шкалу «очень много», «достаточно» и «очень мало» времени. Однако в действительности данным вопросом измеряются представления студентов о задействованном времени на изучение предметов, а реальное время на изучение дисциплин можно узнать лишь проанализировав действующие учебные планы. Такая подмена происходит достаточно часто, в результате чего шкала не выдерживает проверки на обоснованность.

Таким образом, обоснованность – это уверенность в том, что фиксируется запланированное свойство.

Обоснованность измерения можно повысить следующим образом:

1. Логически рассуждать, опираясь на опыт и здравый смысл.

Например, нам нужно выявить время, которое студенты проводят дома за выполнением учебных заданий. Формулировка вопроса: «Сколько приблизительно часов в день Вы проводите дома за выполнением учебных заданий?» Шкала ответов с интервалами: «менее 1 часа», «1-2 часа», «2-3 часа», «3-4 часа», «свыше 4 часов» не будет отвечать требованиям обоснованности, так не ясно, будний это или выходной день. Следовательно, в вопросе нужно обязательно выделить дни недели и указать понятный эталон оценки. Более правильная шкала для измерения ответов на этот вопрос такая:

Первый вопрос: «Сколько дней в неделю Вы уделяется выполнению домашних заданий?»: 1) почти все дни недели; 2) 3-4 дня; 3) 1-2 дня; 4)

менее одного раза в неделю, т. е. не каждую неделю; 5) практически не занимаюсь.

Второй вопрос: «Приблизительно оцените, сколько в среднем часов Вы тратите на выполнение учебных заданий в будние и выходные дни? (ответ дайте в каждой строке)» (см. таблицу 5).

Таблица 5. - Сколько времени респонденты проводят за выполнением заданий на дом

Дни недели	Время				
	Не больше часа	1-2 часа	2-3 часа	3-4 часа	Более 4 часов
Будние дни					
Суббота					
Воскресенье					

Далее можно рассчитать среднее время за неделю и составить шкалу. Обозначив будние дни как  $d$ , субботние как  $s$ , воскресные как  $w$ , можно рассчитать среднее время за неделю  $T$ :

$$T = \frac{ab+sb+wb}{3} a.$$

2. Тест по «эталонной группе» на обоснованность заключается в сравнении данных, полученных путем измерения по шкале, с достоверными сведениями об объекте измерения. Так, построенная шкала на отношение к правилам дорожного движения может быть обоснована опросом оштрафованных нарушителей правил, взятых как эталон негативного полюса шкалы, а опросом законопослушных граждан как эталон положительного полюса. Дихотомизация полярных групп по шкале должна совпадать с фактической поляризацией эталонных групп в пределах допустимой ошибки, величина которой зависит от задач исследования.

3. Независимый критерий – используется с применением объективных регистраторов, счетчиков и иных приборов, дающих четкое представление о параметрах шкалы.

4. Метод судей - применяется посредством обращения к компетентным судьям для отбора пунктов шкалы. В качестве судей выступают пользователи исследуемого явления, представляющие собой микромодель основной массы опрашиваемых. Это могут быть телезрители,

отвечающие на вопросы: в каких единицах считать время просмотра телепередач? В днях, часах, в частоте просмотров? Какие понятия выбрать для построения шкалы? При этом судей следует отличать от экспертов.

5. Совмещение нескольких показателей для регистрации определенного одного свойства, или построение индекса. Типы индексов крайне разнообразны. Суть индексной обоснованности в том, что, согласно гипотезе, данному свойству находится множество его проявлений, для каждого из которых формируют отдельную шкалу. Затем измерения по частным шкалам либо суммируются, либо из них образуют логические конструкции.

**Устойчивость измерения** выражается в однозначности и неизменности информации, получаемой при многократных замерах. Устойчивость обратно пропорциональна точности. Чем чувствительнее инструмент, тем больше вариация получаемых данных. В отличие от правильности, устойчивость нарушается по причине случайных ошибок.

Устойчивость контролируется путем повторного измерения через 3-х недельный интервал с помощью одинаковой процедуры. Шкала считается устойчивой, если совпадения между первой и второй сериями измерений будут достаточно высокими.<sup>1</sup>

При проверке результатов на устойчивость у участников опросов имеют место психологические установки человека, возникающие после первого замера, выражающиеся в подгоне своих ответов под предыдущие, либо, напротив, указание противоположных данных.

Чтобы устранить такой дефект, используют контрольную группу. Простейший же способ снять влияние установки первого замера — производить повторный замер спустя достаточное время после первого (например, две недели) и на достаточно большой выборке испытуемых (около 50 человек). Составив таблицу замеров для всех обследуемых, мы далее анализируем, какова общая устойчивость данных и от чего зависят отклонения между двумя замерами.

При повторных измерениях используют различные оценки устойчивости данных, одна из которых — это процент полных совпадений ответов на серию вопросов в двух последовательных пробах методики. Соответствующая формула:

---

<sup>1</sup> См.: Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 125-126.

$$W = \frac{n}{N} = p,$$

где в числителе  $n$  - количество полностью совпавших пар ответов, а в знаменателе  $N$  - общая численность испытуемых,  $p$  - процент устойчивости.<sup>1</sup>

Одним из показателей полной устойчивости является мера сдвига, оцененная как среднеарифметическая ошибка различения градаций шкалы. Он указывает, какую долю градации данной шкалы (в среднем) все испытуемые не улавливают, т. е. каковы истинные границы различения градаций.

Помимо показателей полной устойчивости шкалы, возможны также показатели ее относительной устойчивости. Они полезны при сравнении разных шкал, например для выбора из нескольких вариантов наиболее правильной и точной шкалы или для того, чтобы сопоставить уровни устойчивости измерения разных свойств, каждое из которых фиксируется шкалами разного типа и разной степени дробности.

Но прежде всего показатели следует соотносить с уровнем реальной стабильности - изменчивости изучаемого объекта, измеряемых свойств.

Еще один прием контроля эталона измерения на устойчивость - *расщепление шкалы*, т.е. ее раздвоение на две половины. Пример: создаем две шкалы, где пункты отвечают одному из пяти уровней удовлетворенности своей работой, после чего каждому уровню (пункту) шкалы формулируем по два высказывания.

Например, в одной стороне суждения по поводу удовлетворенности работой от Моя работа очень нравится до Моя работа совершенно не нравится (исходная шкала, в которой 5 пунктов). В другой части размещается расщепленная шкала, где по первому пункту сформулировано два суждения: «Считаю свою работу лучше других» и «Моя работа одна из лучших», и т.д. по каждому пункту. Например:

Моя работа очень нравится	Считаю свою работу лучше других
	Моя работа одна из лучших
Моя работа в целом нравится	Считаю свою работу в целом лучше других
	Моя работа в целом одна из лучших

<sup>1</sup> Там же. С. 146.

Моя работа когда нравится, когда не нравится	Считаю свою работу ни лучше, ни хуже других
	Моя работа такая же как другие
Моя работа в целом не нравится	Считаю свою работу в целом хуже других
	Моя работа в целом одна из худших
Моя работа совершенно не нравится	Считаю свою работу хуже других
	Моя работа одна из худших

Далее в пилотажном исследовании предлагается оценить данные шкалы на адекватность формулировок группе численностью около 50 человек, например, по 5-балльной шкале, и отобрать наиболее релевантные.

**Точность измерения** - определяется количеством градаций переменной в рамках задачи исследования

Чтобы обеспечить устойчивое и безошибочное измерение, важно иметь достаточно чувствительную шкалу с оптимальной дробностью. Например, разница в несколько месяцев может быть так же значима для младших дошкольников, как и разница в несколько лет для взрослых.

Количество градаций шкалы напрямую влияет на точность данных, получаемых исследователем. Однако, с увеличением количества градаций возрастает вероятность ошибок измерения, что может снизить надежность результатов. Поэтому важно найти баланс между точностью и устойчивостью измерения.

Так, шкала в 9 делений, безусловно, измеряет точнее, чем в 4, но она имеет меньшую устойчивость в связи с тонкой гранью (чувствительностью) между ее позициями, которые бывает весьма сложно однозначно идентифицировать. Причиной неправильности может быть плохая различительная способность соседних пунктов шкалы с высокой дробностью, что может возникнуть, например, в методике ценностных ориентаций М. Рокича, где предлагается ранжировать 18 терминальных и 18 инструментальных ценностей.

В связи с этим дробность пунктов шкалы нельзя увеличивать беспредельно. Надо придерживаться требования: максимум градаций шкалы при условии высокой устойчивости результатов измерения.

Следует помнить и об обратной ситуации, когда шкала имеет минимум пунктов и теряет свою чувствительность. Поэтому важно подбирать оптимальную дробность шкалы с учетом устойчивости измеряемого свойства, чтобы достичь точных результатов. Итак, важно стремиться к устойчивым данным при максимальной дробности шкалы, чтобы обеспечить точность измерений и избежать систематических ошибок.

Также измерение может быть точным, но при этом неправильным из-за систематических ошибок.

Систематические ошибки могут возникнуть из-за отсутствия равномерного распределения ответов по шкале из-за того, что некоторые ее пункты оказываются неинформативными или неприемлемыми для опрашиваемых. Например, если все ответы в опросе сконцентрированы только в положительной или только в отрицательной части шкалы, это может быть результатом неудачного формулирования шкалы с пунктами, накладывающими сильное нормативное давление на респондентов. Например, если вопрос о потреблении алкоголя содержит крайне негативный вариант ответа, который может показаться чрезмерным или несоответствующим реальности, респондент скорее всего выберет менее резкий вариант ответа, даже если он употребляет алкоголь чаще. Таким образом, отрицательный пункт шкалы может оказаться неэффективным и оттолкнуть опрашиваемых от искреннего ответа, делая шкалу неправильной.

Таким образом, для обеспечения точности измерения необходимо учитывать устойчивость объекта измерения, чувствительность шкалы, отсутствие систематических ошибок и проверять устойчивость измерения. Соблюдение этих принципов позволит получить надежные и точные данные при исследованиях.

## 4.2 Общая характеристика шкал и их построение

*Измерение* - способ отображения эмпирической системы в числовую, выражающую порядок отношений между объектами.

Одним из способов приписывания объектам значений переменных является *оценивание*. Отображение свойства объекта на шкалу осуществляется здесь в условных единицах.

Собственно измерение требует определения единицы — эталона шкалы. Причем в социальных науках принят весьма широкий взгляд на измерение как на приписывание объектам значений в соответствии с заданной системой отношений на различных уровнях.

Переменная - не то же самое, что реальные признак или свойство. Это своего рода линейка, используемая для квалификации события, свойства, отношения - всего того, что принято понимать под фактами. Здесь важны градуировка шкалы, а также умение правильно производить замеры. Аналогичным образом обстоит дело и при измерении поведения, только «линейка» в данном случае имеет вид вопросника (или бланка наблюдения), а «прикладывание» их к объекту есть не что иное, как операциональное определение.

Как измерительный инструмент, переменная конструируется исследователем путем установления континуума значений (градаций).

Переменная содержит три компонента:

- 1) некоторую не всегда отчетливо сформулированную концепцию измеряемого признака (стабильность семьи; качественное образование и т.п.);
- 2) шкалу - совокупность значений, задающих критерии классификации объектов;
- 3) операциональное определение - совокупность инструкций, регламентирующих процесс идентификации объекта по установленной шкале значений.

Применяют различные классификации измерительных эталонов, из которых мы будем использовать континуальную классификацию, в которой шкалы упорядочены по мере повышения их способности удовлетворять требованиям более многообразных операций с числами.

*Первую группу шкал составляют номинальные шкалы* (шкалы наименований). Она включает *неупорядоченную шкалу наименований, частично упорядоченную номинальную шкалу, порядковую шкалу или полностью упорядоченную ординарную шкалу*. Данная группа шкал предназначена для измерения качественных, нечисловых признаков, например, таких как: пол, семейное положение, уровень образования, удовлетворенность трудом, отношение к профессии и многих других. Такие признаки объединяет отсутствие установленных единиц измерения, в связи с чем требуются дополнительные усилия по их разработке.

**Вторую группу составляют метрические шкалы.** К ним относятся *интервальная шкала (шкала равных интервалов, например типа шкалы Тёрстоуна), идеальная или абсолютная шкала (шкала пропорциональных оценок).* Все эти шкалы предназначены для измерения показателей в линейной протяженности. Как правило, они используются для измерения количественных признаков, таких как: возраст, количество (человек, штук, единиц и пр.), время (длительность), доход (например, в рублях) и др.

Метрические шкалы, являясь количественными, числовыми, относятся к шкалам более высокого типа, так как позволяют подвергать их различным преобразованиям, анализу (корреляционному, регрессионному и др.), вычислениям, рассчитывать средневзвешенные величины, коэффициент дисперсии (степень разбросанности признака), высчитывать индексы.

Порядковые, ранговые, интервальные шкалы иногда называют шкалами отношений, так как в них с помощью чисел выражается отношение респондента к чему-либо, кому-либо. В номинальных шкалах этого нет.

Рассмотрим данные шкалы подробнее.

**Номинальная шкала (шкала наименований).** Номинальный уровень измерения - элементарный. При ее помощи измеряют как объективные (фактические) признаки респондентов (пол, семейное положение, место проживания, национальность, профессия, политические убеждения), так и субъективные (предпочтения, ценностные ориентации, установки, планы и т пр.).

Данные шкалы ничего не измеряют, а только показывают свойства объекта.

Например, в вопросе об уровне образования (объективный признак):

- *среднее общее*
- *среднее специальное (профессиональное)*
- *высшее*

Пример измерения субъективного признака в выявлении мнения респондента о мотивах его трудовой занятости:

- *высокая заработная плата*
- *интересный вид деятельности*
- *возможности карьерного роста*
- *недалеко от дома и др.*

В шкале наименований значения строятся согласно логическим правилам классификации.

Первое правило - правило непротиворечия, - требует, чтобы каждый параметр принадлежал только одному классу (применяется только для альтернативных вопросов с одним вариантом ответа, дающим в сумме частот всех градаций 100%. Например: да, нет, затрудняюсь ответить).

Второе правило - единого основания классификации, - запрещает смешивать разные категории в одном вопросе. Например, красивых и невысоких, так как красивые могут быть невысокого роста.

Третье правило - полноты, требующее, чтобы каждый объект был однозначно идентифицирован.

Эти требования также применимы к шкалам более высоких уровней - упорядоченным, интервальным и метрическим.

Номинальная шкала служит предпосылкой всех шкальных процедур. Она устанавливает отношения равенства между явлениями, которые включены в один класс.

Для номинальной шкалы *операции с числами* включают следующее:

1. Нахождение частот распределения по категориям шкалы в абсолютных и относительных значениях (в процентах). Это позволяет, например, определить отношение какой-либо категории к общему числу группы (частоты).

2. Определение средней тенденции по модальной частоте, которая является группой с наибольшей численностью.

3. Установление взаимосвязи между неупорядоченными рядами свойств с помощью перекрестных таблиц. В таблицах перекрестной классификации можно рассчитать критерий сопряженности по Пирсону - хи-квадрат ( $\chi^2$ ). Этот показатель позволяет делать выводы о наличии или отсутствии связи между сопоставляемыми характеристиками. Коэффициент Чупрова (Т-коэффициент) позволяет определить напряженность связи, если хи-квадрат показывает ее наличие.

Существует несколько разновидностей номинальной шкалы: неупорядоченная, частично упорядоченная и полностью упорядоченная (порядковая) шкала.

**Неупорядоченная номинальная шкала** – это шкала, состоящая из значений признаков, не упорядоченных по степени возрастания или убывания.

Пункты/значения шкалы - эталоны качественной классификации свойств. Например, следующая группировка (по мотивам изменения места жительства):

- *далеко от места работы*
- *отсутствие парковки*
- *недостаточная жилая площадь*
- *неудовлетворительная экологическая среда*

Эти пункты никак нельзя упорядочить, т.к. они не располагаются в логическую цепочку и предполагают выбор либо-либо.

Когда значения упорядоченной шкалы оценивания не имеют четко определенных границ, шкала превращается в полуупорядоченную (частично упорядоченную).

**Частично упорядоченная шкала** служит для установления отношений равенства между явлениями в каждом классе и отношений последовательности в значениях  $>$  или  $<$  между несколькими, но не всеми классами (минимум двумя из  $p$  классов, где  $p > 2$ ).

Такая шкала обычно используется при невозможности ранжировать весь ряд. Провалы в частично упорядоченной шкале объясняются тем, что не все позиции могут быть в ней сравнимы. Например:

- неквалифицированная работа;
- ручная работа, требующая высокой квалификации;
- механизированная работа средней квалификации на специальном оборудовании;
- механизированная работа высокой квалификации;
- работа наладчика.

В данной шкале не везде отражены позиции квалификации и механизации, в связи с чем трудно сравнимы.

**Полностью упорядоченная (порядковая) шкала наименований** устанавливает отношения равенства между явлениями в каждом классе и отношения последовательности в значениях  $>$  и  $<$  между всеми классами без исключения.

Градации упорядоченной шкалы располагаются в определенном порядке относительно возрастания или убывания интенсивности явления. Важно: В порядковой необходимо соблюдать последовательность расположения вариантов ответа.

К упорядоченным шкалам относятся преимущественно оценочные шкалы, установки и предпочтения. Кроме того, порядковые шкалы могут быть использованы при измерении ряда фактических признаков объекта (например, уровень образования или материального положения и пр.).

Построение упорядоченных шкал происходит от нейтрального центра в положительную и отрицательную стороны с одинаковым шагом. Важно, чтобы число градаций справа и слева от центра было одинаковым. Обычно за нейтральный центр берется неопределенное значение (затрудняюсь ответить) либо неопределенное «когда как». Например:

- 1) *полностью доволен;*
- 2) *частично доволен;*
- 3) *не могу сказать;*
- 4) *частично не доволен;*
- 5) *полностью не доволен.*

Некоторые примеры наименований пунктов таких шкал:

1. вполне согласен	1. всегда
2. пожалуй, согласен	2. часто
3. затрудняюсь ответить	3. когда как
4. пожалуй, не согласен	4. редко
5. совершенно не согласен	5. никогда

Упорядоченные номинальные шкалы имеют и более сложные конструкции (например, шкала Л. Гуттмана). Шкала Луи Гуттмана предназначена для измерения субъективного отношения к объекту (установок), отражая крайнее «отношение» респондентов (положительное или отрицательное). Респонденты выражают согласие или несогласие с какими-либо суждениями, выстроенными в порядке нарастания интенсивности. Например:

- я не смогу это делать
- возможно, я смогу это делать
- я буду пытаться это делать
- я смогу это делать
- я это сделаю

После этого этим суждениям придается вес и респонденты ранжируются в соответствии с суждениями, с которыми они согласились (например, положительным суждениям присваивается 1 балл, а отрицательным – 0 (согласен (1)-не согласен (0)), далее респонденты

распределяются по количеству согласий). Таким образом, человек, выражая согласия с 5 утверждениями, максимально лоялен ситуации, если он набрал 5 баллов, а минимально лоялен – если 0 баллов. Кроме ранжирования респондентов в зависимости от согласий, подсчитывается балл по каждому суждению. Предполагается, что согласие каждого уровня включает в себя согласия по предыдущим суждениям более низких уровней.

В социологических исследованиях используются еще два вида упорядоченных шкал: ранги (рейтинги) и баллы.

*Ранговые шкалы* предполагают полное упорядочение объектов от самого значимого к наименее значимому или наоборот. Ранги устанавливаются путем присвоения каждому объекту места в последовательности, где количество мест соответствует количеству объектов.

Например, ранжирование может использоваться для определения важности каких-либо действий в решении имеющейся проблемы. Задание на ранжирование обычно формулируется так:

*Из перечисленных ниже суждений выберите самое предпочтительное для Вас, затем - наименее предпочтительное и т.д, присвоив им номера по степени значимости.*

№	Суждение	Ранг
1	.....	
2	.....	
3	.....	
4	.....	
5	.....	

Список объектов для ранжирования не должен быть слишком большим. В противном случае данные ранжирования крайне неустойчивы.

Для повышения надежности ранжирования рекомендуется провести пробный опрос на небольшой выборке, чтобы объединить объекты с наибольшей неустойчивостью.

При большом количестве объектов (более 15) можно воспользоваться процедурой ранжирования методом парных сравнений. Для этого объекты предлагается сопоставить попарно путем их различного комбинирования и затем предложить выбрать из каждой пары наиболее предпочтительное наименование, обведя в кружок. Результаты такого ранжирования весьма устойчивы.

*Балльные шкалы* оперируют не местами, а значениями, не зависящими друг от друга. Их можно сравнивать. Например, относительно среднего балла либо их стандартного отклонения.

Балльная порядковая шкала, по сути, измеряет температуру при заболеваемости, а также уровень знаний, успеваемость, выраженность какого-либо свойства объекта в заданных баллах (например, от 1 до 5).

Пример:

*В какой мере Вы готовы оказать помощь своему соседу? Ответ дайте по 5-балльной шкале, где 1 – в минимальной, а 5 – в максимальной:*

1    2    3    4    5.

Еще один пример - шкала суммарных оценок – «кафетерий» Лайкерта. По шкале Лайкерта респонденты должны выразить согласие или несогласие с предложенными суждениями, сопровождающимися баллами. Прежде чем суммировать итоговый балл, следует оценить порядок всех пунктов десяти шкал, составляющих «кафетерий». Важно, чтобы число позитивных и негативных суждений было одинаковым, или различалось не более, чем на 1/10. Тогда для положительных утверждений ответ «совершенно согласен» оценивается баллом «5» и «совершенно не согласен» - баллом «1», а для отрицательных - в обратном порядке. В итоге складывается общая оценка по рядам.

Пример при ответе на вопрос: «Выразите свое согласие или несогласие со следующими суждениями»:

Суждение	Совершенно согласен	Согласен	Трудно сказать	Не согласен	Совершенно не согласен
Детей должны воспитывать родители	5	4	3	2	1
Детей должны воспитывать школа/сад	1	2	3	4	5

По результатам данного опроса респондент, максимально положительно относящийся к институту семьи, получит 10 баллов, а максимально отрицательно – 2.

*Операции с числами.* В данных шкалах интервалы неравные, так как числа выражают порядок расположения признаков. Поэтому приходится оперировать с рангами, а не с количественным выражением свойств по каждому пункту:

1. В этой шкале числа можно менять на другие с сохранением прежнего порядка (поэтому шкалы и называются порядковыми). Так, вместо ряда от 1 до 10 можно предложить числа от -5 до +5. При этом отношения между рангами останутся неизменными.

2. Можно использовать суммарные оценки по ряду упорядоченных номинальных шкал для измерения одного и того же свойства по набору разных индикаторов (шкала Лайкерта).

3. Поиск средней тенденции с помощью медианы (*Me*), которая делит ранжированный ряд пополам. Медиана применяется для обнаружения порогов на шкале: справа и слева от нее располагаются признаки, тяготеющие к противоположным полюсам.

4. Корреляция рангов (по Спирмену - *r* или по Кендаллу - *R*) - позволяет показать наличие или отсутствие функциональных связей в двух рядах признаков, измеренных упорядоченными номинальными шкалами.

**Метрические шкалы** выражают отношения между пунктами как в понятиях «больше-меньше», так и в величине интервала.

*Метрические (или абсолютные) шкалы* включают все требования, предъявляемые к шкалам более низких классов, они имеют не только нулевую метку отсчета, но и единицу измерения времени, расстояния либо численности единиц.<sup>1</sup> Данная шкала показывает, на сколько или во сколько раз отличается одно значение от другого, а также дает возможность фиксировать величину интервала. Например, стаж работы либо возраст респондента больше или меньше другого.

*Интервальные шкалы* основаны на процедурах, обеспечивающих равные или примерно равные расстояния между градациями переменной. В данном случае сравниваются не значения переменных, а расстояния между значениями. Иными словами, любые два измерения данной

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Задачи социологического исследования и принципы измерения социальных явлений // Социология образования. 2010. № 5. С. 20.

эмпирической системы, осуществленные по шкале интервалов, переводятся друг в друга с помощью линейной функции.

Если по номинальной шкале последовательность объектов устанавливается без особых затруднений, интервальная шкала предполагает решение проблемы сравнения расстояний между объектами.

Самые известные методы построения шкал интервалов разработаны Л. Терстоуном, Р. Ликертом, Л. Гуттманом. Однако сегодня они используются нечасто. В основном эти шкалы измеряют значения, выражающиеся числом: период трудовой занятости, возраст, число детей, величина дохода и т.д. Позиции в этой шкале располагаются, как правило, через равные интервалы, но иногда могут через неравные, что искажает точность вычислений.<sup>1</sup>

*Метрическая шкала равных интервалов* представляет собой полностью упорядоченный ряд с измеренными интервалами между пунктами, причем отсчет начинается с произвольно избранной величины.

Так, шкала равных интервалов, разработанная к вопросу о возрасте, может иметь следующий вид:

- 15-24 лет;
- 25-34 лет;
- 35-44 лет;
- 45-54 лет;
- 55-64 лет.

Шкала с неравными интервалами на вопрос о стаже работы имеет вид:

- до 1 года;
- 1 - 3 года;
- 4 - 5 лет;
- 6 - 10 лет;
- более 10 лет.

Построить интервальную шкалу можно с помощью парных сравнений, судейских процедур Луи Терстоуна. Сначала создается множество однозначно понятных позитивных и негативных суждений (около 30), выражающих отношение к некоторому явлению, социальной проблеме и т.п. Суждения должны быть сформулированы так, чтобы с ними не смогли согласиться люди, придерживающиеся прямо

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Задачи социологического исследования и принципы измерения социальных явлений // Социология образования. 2010. № 5. С. 27.

противоположных взглядов. Затем экспертам (около 50 человек) предлагается расположить суждения по категориям от наибольшей интенсивности признака до наименьшей. Судьи сортируют все суждения одно за другим, последовательно в 11 групп, обозначенных буквами от А до Л. Под буквой «А» надо поместить суждения, в которых выражено максимально положительное отношение к данному явлению, а под буквой «Л» - максимально негативное. Под буквой «Е» помещают суждения нейтрального характера, а остальные - в зависимости от их содержания в промежутках от «А» до «Е» и от «Е» до «Л». Судей предупреждают, что не надо стараться распределить суждения по всем группам поровну, но только в зависимости от их смысла. После окончания сортировки начинается тщательный анализ, с тем чтобы установить: (а) степень согласованности судебных решений и (б) цену каждого суждения на шкале в 11 интервалов (эта шкала найдена оптимальной). Анализ распределения судебных оценок производится путем исчисления медианы и отклонений от медианной точки. Отбираются те суждения, которые получили согласованные оценки судей. В окончательном виде шкала обычно содержит от 15 до 30 суждений, каждое из которых имеет «цену» или «вес», определенный по медиане судебных решений.

Для использования в массовом опросе все суждения тасуются как игральные карты. Опрашиваемые выражают согласие или несогласие с каждым из предложенных суждений. Цена суждения в опросном листе не проставлена: веса всех суждений записаны в инструкции по обработке данных. Ранговая позиция группы опрошенных определяется как среднеарифметическая рангов всей совокупности, составляющей группу.

Не обязательно начинать отбор суждений со столь большого числа вариантов, как это делал Л. Терстоун (для сведения, он предлагал брать 100-200 суждений и 50-100 экспертов). Практика показывает, что 30-50 суждений вполне достаточны для судебного отбора, после которого определится десяток вполне приемлемых пунктов шкалы.

*Операции с числами* в интервальной метрической шкале многообразнее по сравнению с номинальной.

1. Числа в таких шкалах остаются неизменными после линейных преобразований:  $y=ax+b$ . Начало (точка отсчета) на шкале избирается произвольно (b); также произвольно избирается размерная величина (a). Например, максимальный балл по шкале  $y=21$ , если размерная величина

$a=2$ , число интервалов  $x=10$  и отсчет начинается с  $b=1$ , т. е.  $ax+b=y$ , или  $2x+1=21$ . Ранги переменных на этой шкале равны в отношении « $x$ » и « $y$ ». Это значит, что можно свободно менять точку отсчета и числовое значение размерной величины. Например, от шкалы в 100 делений можем легко перейти к шкале с любым другим числом делений, притом отсчет можно начать с любой точки натурального ряда чисел. Так обычно переходят от измерения температуры по Цельсию к термометру по Реомюру или Фаренгейту - ранги температур остаются прежними.

2. Увеличиваются возможности корреляционного и регрессионного анализа. Вместо рангового коэффициента можно использовать более чувствительный коэффициент парной корреляции по Пирсону ( $r$ ) и коэффициенты множественной корреляции. Последние позволяют соотнести (оценить) изменения в одной переменной с изменениями в другой или в целом ряде других переменных.

*Шкала пропорциональных оценок.* Такая шкала является идеальной метрической, напоминающей шкалу равных интервалов, но отсчет в этой шкале начинается не с произвольной точки, а с экспериментально установленного нулевого пункта. Для таких шкал применимы все операции с числами.

В социологии такие шкалы имеют ограниченное применение. Ими пользуются для измерения протяженностей во времени и пространстве, для отсчета натуральных единиц (денежных единиц, продуктов деятельности, поступков). Во всех этих случаях нулевой пункт четко фиксируется.

Что касается измерения качественных свойств социальных явлений, поиск нулевого пункта как точки отсчета заведомо обречен на неудачу, он может быть установлен только как среднестатистическая величина в большой массе событий.

*Операции с числами* для идеальных шкал не имеют никаких ограничений. Можно использовать все доступные математике операции с натуральными числами.

Итак, можно заключить, что в шкалах равных интервалов (типа шкал Гуттмана) и в шкалах пропорциональных оценок измерение начинается с введения обоснованной метрики. Номинальные упорядоченные шкалы предполагают ранжирование объектов (свойств), а простые номинальные шкалы есть лишь их классификация. Однако классификация в

номинальной шкале, а тем более ранжирование объектов - это тоже измерение, так как с помощью данных процедур мы фиксируем меру, протяженность, континуум. В социологии, приходится, как правило, довольствоваться такими элементарными способами первичного измерения, но этого в целом достаточно для того, чтобы фиксировать тенденцию изучаемого социального процесса.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Раскройте основные понятия теории измерения.
2. Обозначьте этапы поиска эталона измерения.
3. Как обеспечивается надежность измерения?
4. Что представляет собой простая номинальная шкала?
5. Что представляет собой порядковая (ранговая) шкала?
6. Дайте общую характеристику частично упорядоченной шкале.
7. Что представляет собой интервальная (метрическая) шкала?
8. Какие существуют особенности шкалы пропорциональных оценок?
9. В чем состоят особенности шкалы Л. Гутмана?
10. Дайте характеристику шкале равных интервалов Л. Терстоуна.

### ***Рекомендуемая литература***

1. Батыгин, Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов / Г. С. Батыгин. - 2-е изд. – Москва : РУДН, 2008. – 368 с. – Текст: непосредственный.
2. Горшков, М. К. Задачи социологического исследования и принципы измерения социальных явлений / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги // Социология образования. - 2010. - № 5. - С. 8 - 30. – Текст: непосредственный.
3. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. – Текст: непосредственный.
4. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст: непосредственный.

## ГЛАВА 5 МЕТОД АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ В СОЦИОЛОГИИ

### 5.1 Понятие документа в социологии

Любое социологическое исследование не обходится без анализа документов. Это прежде всего касается сбора информации по проблеме исследования, которая может быть отражена в статистических сборниках, научных отчетах и публикациях, данных прессы, в законодательных актах и др.

В документах содержится информация. При этом, по мнению В. И. Добренькова и А. И. Кравченко, документы не содержат готовых ответов для исследователя, а представляют лишь информационное сырье.<sup>1</sup> Анализ документов может выступать как в роли единственного метода, когда достаточно лишь фактографической информации, так и в роли дополнительного метода сбора информации. Он хорошо дополняется методами опроса и наблюдения.

*Документ* - созданный человеком носитель и передачи информации.

Каждый документ имеет определенную форму, содержание и назначение.

Документы имеют определенную идентификацию, состоящую из трех частей: название; оформляющая часть (кто выпустил документ, кому он адресован, срок выпуска, подтверждение подлинности, в указании ответственности за содержание); текстовая часть.<sup>2</sup>

Классификация документов производится по различным основаниям.<sup>3</sup>

1. По способу фиксации информации различают:

- а) текстовые документы (рукописные, печатные);
- б) иконографические документы (видео-, кино-фото документы, картины);
- в) фонетические документы (аудиозаписи);
- г) статистические данные (числовые данные в табличной и графическое форме);
- д) информация в машиночитаемой форме (дискеты, компакт-диски).

---

<sup>1</sup> Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2009. С. 563.

<sup>2</sup> Там же. С. 557.

<sup>3</sup> Жигунова Г. В., Кузнецов Ю. В. Методика исследований в социальной работе : учеб. пособие. Мурманск : Изд-во МГТУ, 2010. С. 56-57.

## 2. По статусу источника:

- а) официальные;
- б) неофициальные.

*Официальные документы* — это все документы, которые носят служебный характер. Они подразделяются на:

- текущую документацию (переписка, директивы и т.д.);
- документы периодического характера (периодическая отчетность);
- документы непериодического характера (доклады, акты).

Более подробное описание некоторых явлений могут дать *неофициальные документы*. Это письма, дневники, мемуары, результаты творчества людей.

## 3. По функциональным особенностям выделяют:

- а) информационные;
- б) регулятивные;
- в) коммуникативные;
- г) культурно-просветительские.

## 4. По форме изложения различают документы:

- а) статистические;
- б) вербальные.

Один из самых важных документальных источников в работе социолога - *статистические данные*. Они содержат данные в числовой форме, обычно систематизированы, сведены в таблицы, схемы.

Статистические данные выполняют ряд функций в социологическом исследовании: могут использоваться для характеристики исторического контекста изучаемого явления или процесса; могут стать предметом специального анализа; могут обеспечивать концептуальные рамки конкретного исследовательского процесса.

Основные источники статистической документации:

- переписи населения;
- выборочные опросы населения, проводимые государственными статистическими учреждениями;
- специальные выборочные опросы населения, проводимые научно-исследовательскими организациями;
- статистическая отчетность организаций.

## 5. По содержанию:

- а) исторические (описание событий);
- б) правовые (законы, постановления, договоры);
- в) научно-технические (книги, чертежи, патенты);
- в) экономические (финансовые, бухгалтерские, налоговые)).

6. По источнику информации:

а) первичные (стенограммы, бланки анкет, массивы с данными опросов);

б) вторичные (справки, обобщения, отчеты, публикации).

6. По степени персонификации различают:

а) безличные (статистика, архивы, данные прессы, протоколы собраний);

б) личные документы.

*Личными документами* называются документы, составленные частным лицом по собственной инициативе (дневники, мемуары, письма и т.д.). Личные документы могут быть и основными и дополнительными источниками информации. К недостаткам личных документов относят субъективизм в изложении реальных событий, отсутствие репрезентативности и т.д.

7. По целевому назначению:

а) целевые (спровоцированы исследователей для целей исследования);

б) наличные (созданы независимо от исследования, для других целей).

Очень часто единственно надежным источником информации выступают документы, специально созданные для целей исследования: анкеты, тесты, опросные листы, протоколы наблюдения. Кроме того, большое значение могут иметь наличные документы, которые сопровождают разнообразную деятельность объекта исследования.

Для получения достоверной информации из документов необходимо:

1. Выяснить общую обстановку составления документа.

2. Определить намерения составителя документа.

3. Не смешивать описание событий с их оценкой.

4. Знать метод получения первичных данных.

5. Учитывать, что официальные документы более достоверны, чем неофициальные, личные более надежны, чем безличные, первичные надежнее вторичных.

Особое значение имеет отбор документов для изучения социальной ситуации. Прежде всего исследователю необходимо обратить внимание на

надежность и достоверность документа. Для этого рекомендуется произвести изучение обстановки возникновения документа, выявить его исторический и социальный контекст – так называемый внешний анализ документа.

## 5.2 Традиционный метод анализа документа

В социологической практике применяются два основных метода анализа документов: традиционный (качественный) и формализованный (количественный - контент-анализ) методы.

*Традиционный метод* — это метод содержательного (т.н. качественного) анализа документов на основе интерпретации и понимания содержащейся в них информации. Он позволяет определить глубинное логическое содержание документа.

Традиционный анализ документов считается классическим. Его нужно отличать от простого ознакомления или прочтения текстов, поскольку это именно метод исследования, который, как и всякое научное исследование, предполагает выдвижение гипотез, тщательное изучение материала, логики текста, обоснованности и достоверности приводимых сведений.<sup>1</sup>

Можно выделить два этапа традиционного анализа:

- *внешний анализ*, включающий анализ обстоятельств появления документа;
- *внутренний анализ*, предполагающий непосредственный анализ и систематизацию содержания документа.

Внешний анализ призван изучить обстоятельства возникновения документа, его контекста. Внутренний анализ – это и есть собственно изучение содержания документа.<sup>2</sup>

В ходе проведения традиционного анализа необходимо обозначить:

1. вид и форму документа
2. контекст его создания
3. авторство

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 188

<sup>2</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С.132 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

4. надежность
5. достоверность содержащейся информации
6. фактическое содержание документа и его оценка
7. цели создания документа
8. выводы в отношении автора документа

Традиционный анализ документов рекомендуется использовать в следующих случаях:

- при анализе уникальных документов с целью всесторонней интерпретации материала;
- при описании весьма сложных событий и фактов;
- при недостатке документальных данных при массовых обследованиях (данные нерепрезентативны, неполные данные).

Основной недостаток традиционного анализа - возможность субъективной интерпретации материала.

### 5.3 Формализованный метод анализа документов

*Формализованный метод* (контент-анализ) — это перевод качественной информации в количественные показатели с последующей ее статистической обработкой и содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей.

Формализованный анализ имеет дело с текстом, но ориентирован он прежде всего на изучение реальности, стоящей за текстом. Внетекстовой реальностью являются не только события, факты человеческие отношения, отраженные в тексте, но и принципы отбора материалов при подготовке текстов.<sup>1</sup>

Основная задача контент-анализа заключается в систематизации содержательных компонентов текста, таких как идеи, темы, проблемы, образы, оценки, утверждения, аргументы, формальные конструкции, конкретные имена и другие, делая их наглядными и проверяемыми. Используя этот метод, исследователь может извлечь больше информации из текста, чем мог задумать его автор, так как повторяющиеся темы или конструкции могут быть неосознанными для автора, но могут быть обнаружены и интерпретированы исследователем. Поэтому контент-

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 133 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

анализ часто описывается как научно обоснованный метод чтения между строк. Контент-анализу присущ количественный характер, который является формой прикладного информационного анализа текста, направленный на выделение интересующих исследователя компонентов и представление их в удобной для дальнейшего анализа форме. Различные методы контент-анализа могут варьироваться в зависимости от того, какие компоненты текста рассматриваются и как понимается сам текст.

Наиболее ранний упоминаемый в литературе опыт контент-анализа - в XVIII в. в Швеции, где анализировался сборник из 90 церковных гимнов на соответствие религиозным догматам путем подсчета в текстах гимнов религиозных символов и сравнения их с другими религиозными текстами. Далее этот метод к концу XIX - началу XX вв. стал использоваться для анализа текстов массовой информации (США), а к 1950-м гг. стал применяться практически во всех науках, имеющих дело с текстовыми источниками. С помощью контент-анализа в социальных науках можно выявить объективную информацию об актуальности той или иной проблемы, о смысловой направленности того или иного документа, об отношении общественности к тому или иному социальному явлению.

Контент-анализ применяется в следующих случаях:

- если требуется высокая степень точности;
- при наличии объемного несистематизированного материала;
- если материал нельзя охватить без суммарных оценок;
- при условии, что изучаемые качественные характеристики

появляются с достаточной частотой в тексте.

Цель контент-аналитического исследования в том, чтобы отыскать индикаторы, указывающие на наличие в документе темы, значимой для анализа, и раскрывающие содержание текстовой информации.<sup>1</sup>

Прикладные цели контент-анализа - описание тенденций в изменении содержания социальных процессов; сравнение различных средств массовой информации; выявление используемых пропагандистских приемов; определение намерений и иных характеристик участников коммуникации; выявление установок, интересов и ценностей различных групп населения и общественных институтов; выявление фокусов

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 133 // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

внимания индивидов, групп и социальных институтов и др.

Процедура контент-анализа реализуется через подсчет необходимых компонентов в анализируемом тексте по выделенным категориям.

Перед проведением контент-анализа нужно ответить на вопросы, *что* и *как* считать. Для этого необходимо определить качественные и количественные единицы контент-анализа.

Качественные единицы еще называют смысловыми единицами или категориями анализа. К ним относятся категории как наиболее общие, ключевые понятия (слово, словосочетание, термин и пр.), составляющие концептуальную схему исследования и соответствующие исследовательским задачам, или их индикаторы; категории могут подразделяться на подкатегории (более частные – операциональные – понятия).

При этом качественные единицы могут быть весьма разнообразными в зависимости от целей анализа и типа документа. Они должны легко идентифицироваться в тексте и при этом быть интересными для интерпретации. Между тем такие единицы (например, темы) носят собственно содержательный характер, и упоминание их в тексте может осуществляться многими способами. Их идентификация в общем случае предполагает семантический анализ текста. Чаще всего подсчитывают «интересные» или «ключевые» слова или словосочетания, однако чаще исследователя интересуют не отдельные слова, а тематическое целое, стоящие за отдельными словами категории.

При всем разнообразии качественных единиц контент-анализа наиболее популярными являются макроединицы: темы или проблемы, пропозиции, образы и идеологемы. Таковых в отдельно взятых текстах и особенно в небольших по объему текстах СМИ обычно немного, поэтому оценить их динамику можно лишь на большом временном промежутке или при широком «горизонтальном сопоставлении» (на большом массиве документов).

Количественные единицы представляют собой единицы контекста и единицы счета. Единицы контекста используются для обозначения того сегмента текста, в пределах которого определяется частота упоминания соответствующих категорий и подкатегорий (предложение, фраза, абзац, статья и пр.). Единицы счета необходимы для осуществления статистических процедур подсчета. Наиболее популярной разновидностью

единиц счета является частота упоминания некоторой смысловой единицы, выраженной словом или сочетанием слов и пр. В этом случае подсчет может быть двух типов: сплошным, или терминологическим (при котором учитываются все встретившиеся в рамках единицы контекста смысловые единицы); сегментарным, или тематическим (когда смысловая единица учитывается один раз в пределах обозначенной единицы контекста, независимо от реального числа упоминаний). Другой разновидностью единиц счета является объем, отражающий долю внимания к смысловой единице, выраженного в количестве страниц, строк, печатных знаков, а также занимаемой площади или продолжительности времени трансляции.

Среди единиц контент-анализа можно выделить несколько основных типов:

1. Физические единицы - предметы с четкими физическими, геометрическими или временными границами, как, например, экземпляры книги, газет, фотографии и т.п. Подсчет их не составляет особого труда, однако чаще всего контент-анализ осуществляется с ними с целью выявления представленности какой-то тематики или оценки.

2. Структурно-семиотические единицы, к которым относятся:

- лексика языка (слова и их эквиваленты, фиксируемые в словарях, например, выражение «пост охраны»);

- грамматические показатели (например, отрицательные частицы).

Количественный подсчет встречаемости слов в тексте — это самый простой вариант контент-анализа, который, однако, способен давать интересные результаты. Чаще всего подсчитываются интересные, или ключевые слова (например, упоминание ценностей - свобода, любовь, доверие; сценариев типа предательства или дружбы; обозначения тех или иных общественно значимых явлений, например коррупция, преступность или терроризм; значимые атрибуты наподобие жесткий, решительный; эмоционально окрашенная оценочная лексика типа разрушительный, неудержимый, подлый, кошмарный, человеконенавистнический; слова-пароли типа патриоты, коммунофашисты и т.д.

Контент-анализ грамматических категорий используется достаточно редко, что объясняется гипотезой о том, что употребление грамматических форм в меньшей степени, чем употребление лексики, контролируется автором текста и поэтому может послужить источником таких сведений о нем, которые он сам вовсе не собирался делать доступными своим

читателям. В политической психологии существует специальная исследовательская методика, так называемый анализ когнитивной сложности, которая на основе фактически контент-аналитической процедуры позволяет делать выводы о том, насколько простым или сложным является видение политической ситуации автором текста и как оно меняется со временем. Единицами контент-анализа, лежащего в основе оценки когнитивной сложности, являются, например, относимые обычно к служебной лексике категорические квантификаторы типа всегда, никогда, всякий, которым противостоят квантификаторы типа иногда, некоторый и т.п.; категорические оценки истинности в противоположность осторожным возможно или не исключено, что; языковые средства дифференцированного рассмотрения ситуации наподобие с одной стороны..., с другой стороны, и т. д.

Поскольку объектами контент-анализа могут быть не только вербальные (языковые), но и другие виды текстов (например, карикатуры, фотоснимки, рекламные клипы), постольку в числе структурно-семиотических единиц контент-анализа могут присутствовать визуальные и звуковые (чаще всего музыкальные) образы и символы, которые могут анализироваться на тех же основаниях, что и единицы естественного языка.

3. Понятийно-тематические единицы. В большинстве случаев контент-аналитик интересуется не словами как таковыми и не грамматическими категориями, а стоящими за словами значимыми для него понятиями, темами, проблемами. Исследователь, интересующийся тем, какое место в общественном сознании занимает, скажем, проблема преступности, обязан принимать во внимание не только присутствие в информационном массиве слова «преступность», но и упоминания заказных и всяких прочих убийств, бандитского беспредела, крыши, братков, авторитетов, власти криминала и т.д.<sup>1</sup> Интересующийся отношением общественного сознания к каким-то реалиям должен принимать во внимание самый широкий спектр позитивных, негативных и некоторых более конкретных оценок, которые могут быть даны этим реалиям, причем эти оценки вовсе не обязательно должны присутствовать в виде оценочных суждений.

---

<sup>1</sup> Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 571.

4. Референциальные и квазиреференциальные единицы. К референциальным, точнее, конкретно-референциальным единицам относятся обозначения реальных личностей (как современных, так и исторических деятелей), событий, городов, стран, организаций и т. д. Этот блок, особенно в части персоналий, весьма важен и диагностичен, поскольку позволяет определять личностные рейтинги, оценивать идеологические системы с точки зрения присутствующих в них референтных знаковых фигур, своего рода идеологических героев. Примером интересного исследования роли референтных фигур в российском оппозиционном дискурсе 1996-1997 может послужить работа А. В. Дуки, в которой показано, что способы обозначения в тексте конкретных фигур могут различаться (В. В. Жириновский, Владимир Вольфович, Вольфыч, Жирик, сын юриста, лидер ЛДПР, самый провосточный российский политик, главный либеральный демократ, либералиссимус), однако конкретно-референтная единица здесь во всех случаях одна.

Квазиреференциальные единицы в политических текстах чаще всего бывают представлены обозначениями всякого рода сил - коллективных актеров политической сцены, референция которых может колебаться от реальной (типа КПРФ) через обобщенную (коммунисты, либералы, Запад, исламисты) к откровенно мифологизированной (мировая закулиса). Независимо от своей референции все эти персонажи присутствуют в идеологическом пространстве, им могут приписываться действия и оценки, и отношение к ним является немаловажным политико-идеологическим фактором.

5. Пропозициональные единицы и оценки. Это примеры высказываний, в основе которых лежат пропозиции - описания конкретных ситуаций. Наряду с пропозициями для контент-анализа могут представлять большой интерес оценки. Изучение динамики оценочных суждений, высказываемых в адрес тех или иных лиц, событий, институтов, - весьма распространенный тип контент-аналитического исследования.

6. Макроструктурные единицы. Это достаточно сложные понятийные конструкции, образующие «верхние этажи» человеческих представлений о мире и, в частности, идеологических систем. Эти конструкции, как правило, носят характер сценариев и описывают стереотипные модели развития, с которыми сопряжены ожидания будущего, соображения о

прошлом, эмоциональные ассоциации и т.д. Часто эти конструкции имеют литературные или фольклорные прототипы, что отражается в их названиях. Для их обозначения чаще всего используются термины идеологема, мифологема и т.д. Среди подобного рода конструкций, присутствующих в общественном сознании современной России, имеются, например, следующие подобные конструкции: беспредел, новая нормальность и др.

7. Единицы, представляющие результаты концептуальных операций. Их довольно много, однако наибольший интерес для контент-анализа представляют метафоры, примеры и аналогии, которые в общем плане уже были охарактеризованы выше. Например, в политических текстах часто встречается упоминавшаяся военная метафора, проявляющаяся в таких выражениях, как война с бедностью, удар по оппозиции, атака со стороны оппозиции, разгромная публикация и т. д.

8. Поэтические единицы. Под таковыми имеются в виду допускающие количественное измерение средства художественной выразительности - каламбуров, аллитераций и т. п.

Рассмотрим далее частотные и системные характеристики в контент-анализе.

Контент-аналитические исследования можно разделить на два больших класса, которые можно назвать фронтальными и рейдовыми.

Задачей фронтального контент-аналитического исследования является составление максимально более полного представления об информационном потоке - либо на моментальном срезе, либо на протяжении некоторого периода с целью оценки динамики. Это попытка получить ответ на вопрос «Что пишут?» Единицы такого анализа в принципе могут быть любыми, но чаще всего в таком качестве выступают либо тематические единицы, либо ключевые слова, реже оценки и пропозиции и еще реже макроструктурные единицы. Такой анализ обычно носит сугубо прикладной характер и ведется в режиме мониторинга. Поскольку целью его является составление общего представления о содержании СМИ и через него - об общественном сознании, он должен в идеале стремиться к возможно более широкому охвату информационного потока. На практике, однако, полный охват чаще всего бывает невозможен, да зачастую и не нужен. Тем самым на повестку дня контент-аналитического исследования встает проблема составления

репрезентативной выборки - традиционная проблема эмпирического социологического исследования, которая при неудачном решении может полностью дискредитировать его результаты. Решается она в случае контент-анализа традиционными социологическими методами.

Рейдовый анализ, в противоположность фронтальному, ориентирован на решение частных и порой довольно экзотических задач, вытекающих, как правило, из каких-то скорее исследовательских, нежели прикладных интересов, и применительно к нему проблема выборки решается в связи формулировкой этих исследовательских целей и определением единиц анализа. Обоснование выборки при этом производится с учетом стандартных социологических критериев, но может допускать и их нарушение; важно лишь, чтобы факт этого нарушения осознавался и необходимость нарушения специальным образом обосновывалась.

Процедура контент-анализа следующая:

1. Определение проблемы, цели, задачи, объекта и предмета исследования. Разрабатывается программа контент-аналитического исследования, формируется репрезентативная выборка, отбираются необходимые документы. При определении надежности документа необходимо четко определить, что это за документ, с какой целью он создавался, кто его автор.

2. Выделение в текстовой информации качественных единиц (категорий анализа, *смысловых единиц*), которые получают путем интерпретации понятий.

Категории анализа должны выражать теоретические понятия исследования, иметь смысловые единицы в тексте, обладать возможностями однозначной регистрации признаков. Категории анализа выражаются определенными признаками со своей интенсивностью, направленностью, значимостью проблемы или идей.

В качестве смысловых единиц анализа могут выступать:

- понятия, выраженные в словах и отдельных терминах;
- тема, выраженная в смысловых абзацах, частях текста, статьях;
- имена исторических личностей, политиков, организаторов производства, наименования учреждений и т.д.;
- общественные события, факты, случаи и т.д.

3. Выделение единиц анализа, которые являются результатом операционализации понятий. Единицы анализа выделяются на основе

содержания гипотез исследования. По сути, это индикаторы категорий анализа, или смысловых единиц. Если категории анализа представляют собой достаточно абстрактные понятия, то указание индикаторов позволяет их конкретизировать и уточнить. Индикаторы представляют собой те элементы текста, те единицы содержания, которые служат референтами, качественными признаками соответствующих категорий и подкатегорий (могут выражаться в качестве отдельных слов, словосочетаний, суждений, тем и т.д.). Так, индикаторами категории «экономический кризис» могут выступать такие индикаторы, как падение курса рубля, рост цен, безработица, санкции и пр.

С целью установления соответствия между категориями (в том числе подкатегориями) анализа и их индикаторами разрабатывается специальный методический инструмент – классификатор. Он необходим для последующей согласованной работы кодировщиков, особенно если это не один, а несколько лиц, одновременно работающих над одним массивом документов.

Пример классификатора для проведения контент-анализа содержания региональной прессы представлен в таблице ниже:

Категория (тема)	Подкатегории (подтема)	Индикаторы (фрагменты текста)
1. Экономика	1.1 Экспорт	Ограничение экспортной деятельности Санкции
	1.2 Финансы	Падение курса рубля Курс доллара Вклады физических лиц
	1.3 Рыбный вопрос	Стоимость рыбы, доступность рыбы
	1.4 Малый бизнес	Поддержка малого бизнеса Проблемы малого бизнеса
	1.5 Сельское хозяйство	Стоимость натуральных продуктов Нехватка продовольствия

	1.6 Вопросы рынка труда	Вакансии, безработица
2. Значимые мероприятия (достижения)	2.1 В сфере экономики	Международный экономический форум
	2.2 В сфере культуры	Открытие музея, художественная выставка, выпуск публикаций
3. Развитие инфраструктуры	3.1. Строительство, обновление социально-значимых объектов	Образовательные учреждения, спортивные учреждения, театры
	3.2 ЖКХ	Отопительный сезон, модернизация ресурсных организаций (котельная)
4. Социальная сфера	4.1 Пенсии	Законопроект о пенсии
	4.2 Мониторинг объектов социальной сферы	Статистическое обследование объектов социальной сферы
	4.3. Материнский капитал	Мотивация семей к рождению детей
	4.4. Борьба с бедностью	Вопросы о сокращении бедного населения
	4.5 Борьба с алкоголем	Меры по увеличению возраста для продажи алкоголя
5. Право и правонарушения	5.1 Экстремизм	Призыв к насилию в социальных сетях
	5.2 Судебные разбирательства	Незаконное осуждение, намеренное торможение дела
	5.3 Семейно-бытовые преступления	Избиение женщин (содержанок)
	5.4 Законы	Закон о защите персональных данных, авторское право
6. Политика	6.1 Выборы	Выборы губернатора,

		оппозиция, освещение деятельности политических партий
	6.2 Государственно-муниципальное управление	Назначение региональных руководителей
	6.3 Международные (военные) конфликты	Сирия
	6.4 Международные сотрудничества	Беларусь
7. Развлекательный контент	7.1 Кроссворды, ребусы	Разгадай
	7.2 Афиша	Кино, театры
8. Реклама	8.1 Коммерческая реклама	Реклама организаций
	8.2 Социальная реклама	
	8.3 Самореклама	

Перечень индикаторов, как правило, шире, т.к. они являются своего рода «подсказкой» для однозначного отнесения содержательной части документа к той или иной категории (подкатегории). Детализация самих категорий и подкатегорий определяется исследователем с точки зрения поставленной проблемы, выдвинутых гипотез, сформулированных цели и задач исследования.

4. *Единица счета* — это количественная характеристика качественных единиц анализа, фиксирующая регулярность, с которой встречается в тексте та или иная смысловая единица (число слов, строк, абзацев, знаков, колонок, длительность звучания, метраж пленки и т.д.).

5. *Процедурный подсчет* употребления качественных единиц анализа и подсчет частоты встречаемости этих единиц в выборке.

Сбор информации, регистрация единиц анализа осуществляется с помощью обязательного инструментария - заранее разработанных макетов таблиц, специальных карточек или при помощи специальных кодировальных матриц. Бланк кодировки составляется в соответствии со схемой операциональных понятий, содержит единицы анализа и все элементы описания проблемной ситуации.<sup>1</sup> Такой бланк может быть

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 134

дополнен кодировочной инструкцией, где содержится наиболее полная информация о процедуре проведения контент-анализа, в том числе способе фиксации выделенных качественных категорий посредством присвоения им числовых значений (кодов). Бланк кодировки является методическим инструментом сбора данных в контент-аналитическом исследовании. По аналогии с бланком анкеты (или формализованного интервью), который используют для регистрации ответов респондентов при проведении массового опроса населения, в кодировочном бланке содержится весь перечень вопросов и вариантов ответов, адресованных содержанию анализируемых документов.

Пример бланка кодировки и кодировочной инструкции для проведения контент-анализа содержания региональной прессы с помощью программы SPSS представлен ниже:

**1. – Название газеты**

1. Вечерний Мурманск
2. Мурманский Вестник
3. Аргументы и факты
4. Полярная Правда
5. Комсомольская Правда

**2. Название статьи (скопировать) – текстовая переменная**

**3. Место в газете**

- 1 - первая страница
- 2 - последняя страница
- 3 - другие страницы

**4. Тип материала**

- 4.1. текст (1 – да, 2 - нет)
- 4.2. фото (1 – да, 2 - нет)

**5. Объем (площадь) материала (измерить и вписать кв.см) – метрическая шкала**

- 5.1 Площадь текста
- 5.2 Площадь фото

**6. Основная тема (категория)**

- 1 –политика
- 2 - экономика

- 3 – инфраструктура
- 4 - культура
- 5- социальная сфера
- 6- безопасность, порядок
- 7 – люди
- 8 – экология
- 9 – реклама
- 10 – развлекательный контент
- 11 – другое

**6\_др** – другие варианты (*выписать*) - *текстовая переменная*

### **7. Отношение к жизни в регионе**

- 1- статья посвящена жизни в регионе
- 2 – статья не посвящена жизни в регионе (*завершить кодирование*)

### **8. Характеристики жизни в регионе**

**8.1 названия** (в том числе географические) – (*выписать*) - *текстовая переменная*

**8.2. эпитеты, прилагательные** и пр. – (*выписать*) - *текстовая переменная*).

### **6. Обработка, презентация и интерпретация результатов.**

Кодирование данных при контент-анализе обычно осуществляется с помощью достаточно простых анкет или компьютерных программ, в которых фиксируется каждое появление в анализируемом тексте искомой единицы. Эта элементарная схема может быть усложнена многими разными способами. Прежде всего, наборы единиц с сопоставленными им количественными оценками, как правило, сопоставляются с другими количественными оценками тех же единиц. Это могут быть, например, результаты подсчета частотности упоминания одних и тех же тем для различных выпусков одного и того же печатного издания или одной и той же регулярно выходящей в эфир новостной программы (временные ряды); результаты аналогичного подсчета для различных изданий/программ или обобщенных категорий изданий. Очевидно, что такие данные могут быть представлены с помощью разнообразных графических средств - диаграмм, графиков и т.д., обеспечивающих наглядность. Классификации зачастую бывают многомерными, и для представления это также могут использоваться различные формальные средства. На практике результаты контент-анализа чаще всего представляются рядами диаграмм, столбчатых

или круговых, хотя понятно, что в распоряжении контент-аналитика имеется все разнообразие средств представления количественных данных. Для отображения качественных данных – отношений между единицами контент-анализа и результатов их категоризации - используются такие стандартные средства отображения структур, как различные графы.

Квантификация данных создает необходимые предпосылки для применения к ним средств математического анализа. Помимо анализа частотного распределения, к ним относится анализ различного рода корреляций между переменными, ассоциаций, анализ сопряженности, кластерный анализ. Связь между категориями устанавливается методом совместной встречаемости слов различных категорий: для каждого текста выясняется, слова каких категорий в нем встречаются. После этого подсчитывается коэффициент корреляции, выражающий силу связи между категориями и знак этой связи.<sup>1</sup>

В ходе контент-аналитического исследования как для анализа текста, так и для последующей обработки его результатов может использоваться вычислительная техника. После квантификации, т. е. перевода данных в числовую форму, их математическая и, в частности, статистическая обработка может осуществляться многими программными средствами, в том числе стандартными статистическими пакетами типа SPSS. При анализе текста и последующем сохранении результатов этого анализа в базах данных могут использоваться специальные программы, предназначенные для целей лингвистических исследований (программа *Dialex*, способная осуществлять составление частотных словарей и конкордансов, а также поиск лексических единиц с их контекстами и сохранять его результаты в базе данных). Пакет *Lekta* – лексико-семантический текстовый анализатор – был создан с целью проведения контент-анализа больших текстовых массивов<sup>2</sup>. Подсистема контент-анализа входит составной частью в отечественную систему прикладного анализа текстов ВААЛ. Имеется также ряд зарубежных контент-аналитических компьютерных систем, а также систем, потенциально применимых для целей контент-анализа - в частности, система *KEDS*).

---

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 575.

<sup>2</sup> Иудин А. А., Рюмин А. М. Контент-анализ текстов. Компьютерные технологии. Учебное пособие. Нижний Новгород, 2010. 37 с.

Разумеется, весь этот инструментарий должен применяться корректно. Содержательная интерпретация результатов зависит от целей анализа; она является прежде всего творческим актом, результаты которого во многом предопределены квалификацией и интуицией исследователей.<sup>1</sup>

Обоснованность (валидность) разработанной методики можно проверить:

- при помощи экспертов,
- получением аналогичных данных другими методами,
- повторным кодированием тех же документов по единой инструкции.

Преимущества метода контент-анализа:

- обеспечивает высокую степень надежности получаемой информации;
- избегает влияние исследователя на изучаемый объект;
- позволяет исследовать проблемы прошлых лет.

Основной недостаток метода - громоздкость процедур и техники проведения исследования.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Дайте определение документу.
2. Назовите основные виды документов в социологии?
3. В чем состоит специфика традиционного (качественного) анализа документов?
4. В чем состоит специфика формализованного (количественного) метода?
5. Укажите этапы проведения контент-анализа.

### ***Рекомендуемая литература***

1. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblionline.ru/bcode/431522>. (дата обращения: 19.04.2023). — Текст:

---

<sup>1</sup> Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2009. С. 575.

электронный.

2. Добренков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 768 с. – Текст: непосредственный.

3. Иудин, А. А. Контент-анализ текстов. Компьютерные технологии учебное пособие / А. А. Иудин, А.М. Рюмин. - Нижний Новгород : ННГУ, 2010. - 37 с. – Текст: непосредственный.

4. Рабочая книга социолога / под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. — Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 480 с. – Текст: непосредственный.

5. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст: непосредственный.

## ГЛАВА 6 МЕТОД НАБЛЮДЕНИЯ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

### 6.1 Специфика наблюдения в социологии

В самом общем виде практически каждый научный поиск начинается с наблюдения, подразумевающего прежде всего непосредственное (визуальное, слуховое) восприятие действительности.

*Наблюдение* – это один из методов сбора первичных данных в социологии, в основе которого лежит использование органов чувств в процессе восприятия и регистрации интересующих исследователя социальных процессов и явлений.

При этом важно, что полученные в результате научного наблюдения эмпирические данные с необходимостью подвергаются контролю и проверке.

Своего рода спецификой проведения наблюдения в социальных науках является тот факт, что непосредственному восприятию и регистрации доступны только те проявления социальной реальности, которые мы можем отнести к внешнему поведению.<sup>1</sup>

Мы можем наблюдать как самостоятельно, так и пользоваться данными других лиц. Отметим наиболее существенные характеристики научного наблюдения, которые отличают его от обыденного:

- постановка цели и задач, формулировка объекта и предмета наблюдения;
- наличие определенного, заранее подготовленного плана;
- систематичность, позволяет выявить закономерные процессы;
- аналитичность (объяснение наблюдаемых фактов);
- оперирование специальными терминами;
- фиксация результатов наблюдения в документах (протоколах, дневниках) по определенному алгоритму;
- данные, полученные по итогам наблюдения, проходят проверку на обоснованность и устойчивость.

Важной сильной стороной метода наблюдения является его способность фиксировать проявления поведения человека «здесь и

---

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 529.

сейчас», т.е. в момент их совершения. Кроме того, это один из базовых методов получения информации на разведывательной ступени исследования (при использовании формулятивного стратегического плана). Такая ступень сопряжена с получением первоначальных представлений об объекте, его поведении, которые лягут в основу выдвижение рабочих гипотез и определения более детальных процедур. Важную роль играет наблюдение в так называемых организационных исследованиях, посвященных анализу принципов деятельности различных предприятий и учреждений. Как правило, такие исследования являются прикладными и включают в себя целый комплекс различных методов. Наряду с наблюдением реализуются также интервью и анализ доступных документов конкретной организации.

Зачастую наблюдение становится дополнительным методом сбора данных, обогащая данные, полученные в ходе разнообразных опросов и работы с документальными источниками. Например, проведение включенного наблюдения совместно с массовым опросом дополняет количественные данные, имеющие формальную структуру, более живыми и яркими свидетельствами, позволяющими повысить обоснованность и углубить интерпретацию данных<sup>1</sup>.

Как самостоятельный метод наблюдение применяется для достаточно маломасштабных, монографических исследований (например, при анализе каждодневной практики участников трудового коллектива, деятельности администрации, стиля руководства и пр.). Как правило, в рамках таких исследований, направленных на углубленное и всестороннее изучение одного или малого числа объектов, применяется метод провоцирующего наблюдения, или метод наблюдающего участия. В рамках такого подхода наблюдатель является активным участником изучаемых событий и даже становится «как бы» членом группы, вступая в непосредственное взаимодействие с объектом наблюдения. В таком случае наблюдение образует самодостаточную методологию, а остальные методы лишь дополняют полученные данные.<sup>2</sup>

Наблюдение – это профессиональный атрибут общения не только для социологов, но и для таких специалистов, как: психолог, медицинский и

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С.184.

<sup>2</sup> Там же. С.185.

социальный работник, сотрудник правоохранительных органов, маркетолог и других профессий сферы услуг, определяющим для которых является система «человек-человек».

В процессе наблюдения специалист воспринимает как вербальную (словесную), так и невербальную (мимика, например) информацию. Этот метод позволяет получить более достоверные данные о реакциях, поведении индивидов в конкретных социальных ситуациях. Однако очень важно, чтобы наблюдатель сам был близок к наблюдаемым для обеспечения адекватного понимания происходящего и правильной оценки ситуации.

Исключительная роль наблюдений в значимых ситуациях, которые могут возникать в игровой, учебной, трудовой и других видах деятельности людей. Так, в процессе наблюдения за детьми можно зафиксировать бурную реакцию на появление новичка, необычного человека и даже сказочного персонажа; на подарок, похвалу, или наоборот, на критические замечания и т.д. В малых группах с помощью наблюдения можно проанализировать специфику межличностного взаимодействия, ролевое поведение отдельных индивидов, их статусы и т.д.<sup>1</sup>

Несмотря на то, что наблюдение часто бывает вспомогательным методом сбора информации, оно является одним из самых дорогостоящих среди других методов сбора данных. Это метод, требующий больших усилий и времени от исследователя.

Следует отметить следующие специфические черты наблюдения:

- тесная взаимосвязь субъекта наблюдения (исследователя) и объекта, обуславливающая характер интерпретации наблюдаемых явлений;
- эмоциональная окрашенность восприятия и интерпретации различных явлений наблюдателем, что может стать источником искажений результатов наблюдения;
- практически недостижимая идентичность повторного наблюдения в силу изменчивости даже регулярных, типичных социальных явлений и процессов, которые находятся во взаимосвязи и под влиянием других социальных явлений и процессов, выступающих в качестве факторов по

---

<sup>1</sup> Волков Б. С., Волкова Н. В. Методы исследований в психологии : учебно-практическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. М. : Педагогическое общество России, 2002. С. 19.

отношению к ним.

Областью применения метода наблюдения является достижение следующих целей:

- источник появления рабочих гипотез;
- средство проверки данных, полученных с помощью других методов;
- метод получения дополнительных (более живых и непосредственных) сведений о конкретном социальном объекте.

Социологическое наблюдение применяется как в разведывательных, так и в описательных, и в аналитических исследованиях.

Выделим разновидности наблюдений по нескольким основаниям.

По условиям организации различают:

1. *Полевое наблюдение.*
2. *Лабораторное наблюдение.*

Если полевые наблюдения проводятся в так называемых естественных условиях, привычных для исследуемой группы, то лабораторные реализуются в искусственно сконструированных условиях (игровые, имитационные модели, в том числе с использованием специального оборудования). Как правило, ограничением лабораторного наблюдения является тот факт, что участники знают о проведении исследования (их специально куда-то пригласили) и могут вести себя неестественно.

В зависимости от регулярности наблюдения:

1. *Систематическое наблюдение* – реализуется по определенному плану с некоторой периодичностью на протяжении какого-то времени.
2. *Несистематическое наблюдение* – не имеет конкретного плана и носит ситуативный характер, возникает «по поводу».

По частоте проведения различают:

1. *Однократное наблюдение.*
2. *Многократное наблюдение.*

В зависимости от сроков проведения:

1. *Долговременное наблюдение*, осуществляемое в течение нескольких лет.
2. *Кратковременное наблюдение*, проводившееся в течение небольшого периода - одного дня, часа.

По положению субъекта и объекта наблюдения подразделяются на:

1. *Включенные наблюдения* (участвующее, соучаствующее).
2. *Невключенные наблюдения* (внешнее, простое).

В рамках включенного наблюдения исследователь «как бы» становится частью изучаемой группы, участвует в ее деятельности, находится внутри среды ее жизнедеятельности. Если имеет место быть «полное включение» ученого, то он работает в данном коллективе на равных правах с другими.

При использовании невключенного наблюдения исследователь дистанцирован от группы, изучение объекта происходит со стороны, т.е. не предполагает прямых контактов и участия в деятельности группы.

В зависимости от осведомленности о наблюдении выделяют:

1. *Явное наблюдение.*
2. *Скрытое наблюдение.*

При явном наблюдении осознан факт присутствия посторонних лиц, в результате часто меняется поведение наблюдаемых (потому важно, чтобы цель наблюдения прямо не сообщалась). При скрытом наблюдении используются скрытые камеры, однонаправленные зеркала. В такой ситуации актуализируются этические вопросы в работе исследователя.

По характеру контактов с наблюдаемым объектом выделяют:

1. *Непосредственное (прямое) наблюдение.*
2. *Косвенное наблюдение.*

Прямое наблюдение исследователь реализует самостоятельно, без помощи других лиц. Косвенное наблюдение возможно при использовании готовых результатов наблюдений, полученных другими исследователями (сообщения каких-либо лиц, аудио, видеозаписи).

Можно также выделить внешнее (наблюдение со стороны за другим человеком) внутреннее (за собой, самонаблюдение).

По степени формализации процедуры различают:

1. *Формализованное* (структурированное, стандартизированное) наблюдение.
2. *Неформализованное* (неструктурированное, нестандартизированное).

Формализованное наблюдение осуществляется по детально разработанной процедуре (наличие системы эмпирических индикаторов, описательных и объяснительных гипотез). Как правило, такие наблюдения применяются в лабораторных экспериментах. Неформализованное проводится по общему принципиальному плану.

В зависимости от наличия элементов контроля:

1. *Контролируемое наблюдение.* Способы осуществления контроля: интенсификация, использование вспомогательных технических средств.

2. *Неконтролируемое наблюдение*

Опыт наблюдения позволил сформулировать такую методическую рекомендацию: «Хочешь побольше узнать – поменьше спрашивай».<sup>1</sup> Чрезмерная любознательность действует разрушающе на наблюдаемую обстановку, нарушая ее естественность.

Надо отметить, что если общей стратегией исследования является количественный («жесткий») подход, то наблюдение чаще всего используется как дополнительный метод: помогает определиться с гипотезами и системой эмпирических индикаторов для последующего массового сбора данных или проводится на финальной стадии для уточнения и интерпретации полученных количественных данных.<sup>2</sup>

Слабые стороны метода наблюдения условно можно разделить на объективные и субъективные. Объективные слабые стороны касаются прежде всего возможностей органов чувств. Так, за пределами непосредственного восприятия остаются мысли и чувства человека; события прошлого времени. Кроме того, есть просто риск пропустить информацию, не увидеть, не услышать.

Субъективные слабые стороны обусловлены способностями и опытом самого исследователя, его личностными и профессиональными качествами, ценностными установками, наличием чувств и эмоций.

К достоинствам его этого метода относится возможность получать информацию о тех или иных явлениях, событиях, фактах, не вступая в прямое взаимодействие с объектом исследования и тем самым практически не зависеть от его желания или намерения участвовать в исследовании; непосредственное восприятие действительности (получение информации «из первых рук»); уникальный метод для исследования разнообразных проявлений социального поведения.

---

<sup>1</sup> Цит. по: Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 124 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

<sup>2</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С.185.

## 6.2 Подготовка и проведение исследования методом наблюдения

Проведение исследования с помощью метода наблюдения требует особой подготовки. Прежде всего перед исследователем актуализируются следующие вопросы: что или кого / где / как наблюдать и каким образом фиксировать результаты? Ответы на указанные вопросы заносятся в программу социологического исследования.

В программе исследования определяются следующие необходимые элементы наблюдения:

- Постановка цели и задач наблюдения.
- Выделение объекта наблюдения. Наблюдаемые - отдельные люди, участвующие в ситуации, малые группы, общности. Указывается количество человек, демографические характеристики, характер взаимоотношений, распределений ролей.
- Указание предмета наблюдения, т.е. совокупность интересующих наблюдателя свойств объекта (содержится в теме исследования методом наблюдения).
- Выделение категорий наблюдения – измеряемых признаков, полученных путем интерпретации и операционализации понятий. В качестве категорий выступают социальные факты, требующие наблюдения.
- Выделение единиц наблюдения (элементов наблюдаемого явления) – элементарных актов поведения, фиксируемых наблюдателем.
- Описание наблюдаемых ситуаций, места и контекста, в рамках которых могут проявиться категории наблюдения.
- Определение условий наблюдения – необходимых требований к наблюдаемой ситуации.
- Обозначение способа наблюдения.

Далее разрабатывается инструментарий наблюдения и отражается в методическом разделе программы. На этом этапе необходимо определить способ регистрации фактов и вместе с тем – контроля их обоснованности и устойчивости.

В качестве инструментария исследователь разрабатывает дневник, карточку или протокол, в зависимости от типа наблюдения:

- дневник наблюдения – это методический инструмент в виде документа, в котором отражаются сведения о ходе наблюдения,

конкретные шаги исследователя, его оценки и комментарии, результаты наблюдения в закодированной или свободной форме;

- карточки наблюдения – методический инструмент в виде документа, в котором результаты наблюдения представлены в строго формализованном и закодированном виде (регистрации подлежит заранее определенная совокупность единиц наблюдения);

- протокол наблюдения – методический инструмент в виде документа, вбирающий в себя результаты нескольких карточек и дополненный информацией о процедуре наблюдения.<sup>1</sup>

Наблюдение предполагает систематическое ведение записи событий, поведения, артефактов в социальном окружении, выбранном для исследования. Если проводится полевое наблюдение, простое, бесструктурное, без четкой системы единиц наблюдаемого поведения объекта, то большую роль играют творческие способности и изобретательность исследователя. Некоторые используют кодовые слова или обозначения, которые заносят в протокол, другие используют магнитофон, фото или видео съемку, которые описывают в конце дня.

Наблюдая за объектом, исследователь фиксирует следующие характеристики социального поведения объекта наблюдения: цель деятельности, ее характер, направленность (на кого или на что), психологический климат в группе; частоту и продолжительность взаимодействия, уникальность или типичность ситуации.

В рамках структурированного наблюдения используются более строгие приемы фиксации результатов, например, бланки-протоколы, разлинованные по пунктам наблюдения с кодовыми обозначениями событий и ситуаций.<sup>2</sup> Частоту и интенсивность событий регистрируют с помощью шкал ранжирования. Рекомендуется в таких протоколах оставлять поля или колонки для примечаний, включающих в себя описание контекста ситуации, догадок и комментариев (см. таблицу 6).

Структура такого протокола во многом зависит от предмета, цели и задач исследования, регулярности и частоты повторяемости наблюдаемых

---

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 530.

<sup>2</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 181.

социальных фактов, наличием заранее определенных условных знаков для регистрации фактов и специальных технических средств.

*Таблица 6. – Инструмент наблюдения*

Примерный протокол регистрации событий на основе индикаторов

Время	Социальный факт / категория наблюдения	Элементы наблюдаемого явления						Комментарии, примечания
		а	б	в	г	д	е	

Протоколирование наблюдения позволяет возвращаться к наблюдаемым фактам. Вместо протокола могут использовать подготовленные заранее карточки, бланки. Независимо от способа ведения записей в процессе самого наблюдения их следует ежедневно упорядочивать по программе исследования и ориентирам наблюдения, разносить в карточки, фиксировать в компьютерном файле или в протокол описания ключевых событий, лиц, ситуаций.

При ведении протокола следует учитывать следующие рекомендации:

- делать записи максимально оперативно, в идеале «здесь и сейчас» или сразу после наблюдения;
- разграничивать факты (наблюдаемые явления) и их оценку, интерпретацию;
- детализировать записи для обеспечения объективности и обоснованности выводов;
- видеть связи между отдельными единицами наблюдаемого поведения (например, отдельное высказывание, жест объекта рассматривать в контексте других);
- обратиться к записям сразу после наблюдения, при необходимости внести в них корректировки, уточнения, не накапливать и вести оперативную обработку («по горячим следам»).

Способы повышения надежности результатов наблюдения, по В.А. Ядову:

1. предельная дробность элементов наблюдаемого явления, надежность которых обеспечивается в ходе пилотажных наблюдений с привлечением нескольких наблюдателей;

2. при наличии нескольких наблюдателей на основном этапе сбора

данных необходимо как согласование процедур ведения записей, так и сопоставление общих впечатлений и интерпретаций, полученных от разных исследователей;

3. обеспечить возможность наблюдения за объектом в разных условиях (типичных и нетипичных для него), чтобы получить разностороннюю информацию;

4. разделять качественные (аспекты содержания, формы проявления) и количественные характеристики (интенсивность, регулярность, частоту) наблюдаемых явлений;

5. не путать описание событий и их оценку или интерпретацию (последнее необходимо отражать в отдельном поле инструментария);

6. сопоставлять различные версии интерпретации события для повышения обоснованности выводов.

Например, дрожащий голос выступающего может свидетельствовать о его волнении, а может быть перманентной особенностью его речи или театрализованной практикой (исполнением определенной роли). В таких ситуациях нужно предусмотреть разные версии и оставить соответствующие примечания в инструментарии сбора данных.

7. использовать дополнительные методы (опросы, анализ документов и пр.) или вариации одного метода (включенное наблюдение дополнить невключенным или наоборот) как независимый критерий для проверки обоснованности наблюдения.<sup>1</sup>

В этой связи в протоколе наблюдения следует зафиксировать следующие характеристики, выраженные в виде коэффициентов:

•коэффициент согласия наблюдателей - совпадение данных, полученных разными исследователями;

•коэффициент устойчивости наблюдений - совпадение данных, полученных одним исследователем в различное время;

•коэффициент надежности наблюдения - совпадение данных, полученных разными исследователями в различное время.<sup>2</sup>

Таким образом, наблюдение является одним из важнейших в социологии, однако он чаще всего является дополнительным методом

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 183.

<sup>2</sup> Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 531.

получения данных.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Чем отличается научное наблюдение от обыденного?
2. Назовите виды наблюдения.
3. В чем состоят этапы проведения наблюдения?
4. Что включает в себя подготовка наблюдателя?
5. В чем состоят способы повышения надежности данных наблюдений?
6. Укажите типичные ошибки, имеющие место при проведении наблюдения.
7. Назовите достоинства и недостатки наблюдения.
8. Обоснуйте необходимость ведения дневника наблюдения.

### ***Рекомендуемая литература***

1. Волков, Б. С. Методы исследований в психологии : учебно-практическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. / Б. С. Волков, Н. В. Волкова. - Москва : Педагогическое общество России, 2002. - 208 с. – Текст: непосредственный.
2. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522>. (дата обращения: 19.04.2023). – Текст: электронный.
3. Добренков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2009. - 768 с. – Текст: непосредственный.
4. Рабочая книга социолога / Под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. — Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 480 с. – Текст: непосредственный.
5. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст: непосредственный.

## **ГЛАВА 7 ОПРОС КАК МЕТОД ПОЛУЧЕНИЯ ПЕРВИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИОЛОГИИ**

### **7.1 Специфика опроса как метода сбора данных**

Одними из наиболее популярных методов сбора данных в социологии являются различные опросы.

Дадим определение этому методу. Так, под опросом понимается прежде всего метод сбора первичной социологической информации, предполагающий устное или письменное обращение к исследуемой группе людей с вопросами, содержание которых раскрывает проблему исследования на эмпирическом уровне, с последующей статистической обработкой (и/или качественной интерпретацией) полученных ответов.

Независимо от конкретной научной области метод опроса применяется в тех случаях, когда необходимо получить информацию, основным носителем которой является человек. С помощью опроса можно получить информацию о мотивах, интересах, планах, настроениях, предпочтениях людей, структуре отношений, семейной жизни. Через проведение опросов возможно собрать данные о причинах, увлечениях, намерениях, эмоциях, предпочтениях индивидов, организации взаимоотношений и домашнем быту. Опрос представляет собой ключевой инструмент для анализа взглядов общества по широкому кругу важных тем.

особенности социологического опроса включают:

- в процессе опроса информация получается непосредственно от лица, сталкивающегося с рассматриваемой проблемой или участвующего в событиях, подлежащих исследованию;
- опрос направлен на выявление аспектов проблемы, которые часто не фиксируются в документах и не всегда наблюдаемы напрямую;
- опрос служит формой социально-психологического взаимодействия между исследователем и опрошенным;
- опрос применим для исследования разнообразных аспектов жизни общества;
- опрос дает возможность быстро собирать данные среди широких слоев населения;

- в рамках опроса фиксируются как мотивации действий людей, так и результаты их активности;

- вербальная информация, собранная посредством опроса, обходится дешевле и проще обрабатывается количественно, в сравнении с невербальной информацией.

В различных прикладных исследованиях опрос зачастую выступает базовым способом сбора информации. При этом рекомендуется не только исходить из целей исследования, продумывая использование той или иной разновидности опроса, но и учитывать параметры объекта (например, социально-демографические характеристики, состояние здоровья респондента). В данной связи, например, с детьми и престарелыми гражданами исследователь будет использовать интервью, а не анкетирование.

Данные, полученные в ходе опросов, – это не просто «фотография» действительности, но и основа для совершенствования работы отдельных организаций, принятия взвешенных управленческих решений.

В частности, в практике социальной работы могут быть проведены опросы по проблемам социально-психологического самочувствия граждан (пожилых, инвалидов и т. п.), качества жизни, социального благополучия отдельных категорий (многодетных, пенсионеров и т. п.), факторов социальной адаптации, роли трудовой деятельности в социальной реабилитации инвалидов, девиации подростков и многим другим.

Социозащитные учреждения по итогам социологических исследований имеют возможность решать вопросы повышения эффективности работы социальных служб, удовлетворенности клиентов качеством их работы, улучшения деятельности структурных учреждений.

Опыт исследования в указанном направлении описан С.С. Логвиновой. В частности, при оценке качества работы управления социальной защиты Балаковского района было уделено внимание таким показателям, как «среднее время ожидания в очереди при обращении в отдел», «этика общения специалиста с посетителями», «ведение специалистом разъяснительной работы в ходе приема», «степень удовлетворенности посетителем работой отдела».<sup>1</sup>

Ключевые шаги подготовки и выполнения опроса включают:

---

<sup>1</sup> Логвинова С. С. Практика социологических исследований в сфере социальной защиты населения // *Работник социальной службы*. 2009. № 3 (43). С. 10.

1. Формулирование методологических принципов исследование: определение проблемы, постановка цели и задач, объекта и предмета, определение ключевых концептов и выработка системы эмпирических показателей.

2. Подготовка выборки: уточнение генеральной и формирование выборочной совокупности.

3. Разработка опросного инструментария:

- а) разработка вопросов, отражающих суть исследуемой проблемы;
- б) подготовка вопросника с учетом способностей опрашиваемой группы предоставить необходимую информацию;
- в) унификация требований и инструкций для интервьюеров для обеспечения единства подхода при проведении опроса;
- г) создание условий для эффективной электронной обработки собранных данных;
- д) планирование временных рамок опроса, печать анкет, подбор и обучение персонала для проведения опроса, сбор и кодирование контрольных листов, последующая обработка данных.

Эти этапы обеспечивают структурированный подход к исследованию и помогают гарантировать его эффективность и достоверность результатов.

Можно выделить две основные разновидности опроса, или две большие группы опросных методов:

*1. Анкетирование* — это метод сбора данных, при котором участники самостоятельно заполняют анкеты, что представляет собой письменную форму опроса. Этот подход позволяет собирать информацию от большого количества людей одновременно и является эффективным способом получения стандартизированных данных.

*2. Интервью* — это процесс сбора данных, при котором вопросы задаются и ответы регистрируются в устной форме, обычно в живом общении между интервьюером и респондентом. Этот метод позволяет более глубоко изучить мнения, взгляды и чувства участников, а также дает возможность для уточнения и развития ответов.

Кроме того, к опросным методам относятся тесты и социометрический опрос (об этом подробнее в главе 9).

В зависимости от форм контакта между исследователем и респондентом, опросы классифицируются следующим образом:

1. Личный или опосредованный:

- личный опрос предполагает непосредственное общение исследователя с респондентом;

- опосредованный опрос может включать раздаточные анкеты, почтовые отправления, публикации в прессе и телефонные опросы, где прямого контакта нет.

2. Индивидуальный или групповой:

- индивидуальный опрос проводится с одним респондентом;

- групповой опрос включает в себя одновременное общение с несколькими участниками.

3. Свободный или формализованный:

- свободный опрос дает возможность респонденту свободно (без подсказки) выразить свои мысли и мнения.

- формализованный опрос использует заранее подготовленные вопросы и фиксированные варианты ответов.

4. Фокусированный (направленный) подразумевает концентрацию на конкретной теме или проблеме, вокруг которой строится диалог.

5. Устный или письменный:

- устный опрос проводится в форме разговора.

- письменный опрос предполагает заполнение бланка (анкеты) респондентом.

6. Сплошной или выборочный:

- сплошной опрос означает опрос всех членов изучаемой совокупности.

- выборочный опрос ограничивается определенной группой из общей совокупности.

7. По месту жительства (работы) или уличный опрос (опрос в общественных местах) различается по месту проведения, где первый проводится в домашней или рабочей обстановке респондента, а второй – в публичных местах, таких как улицы, общественный транспорт и так далее.

Искусство опросного метода состоит в знании предмета беседы, умении спрашивать, вести беседу и обрабатывать данные.

## 7.2 Техника опроса (виды вопросов)

Каким бы ни был опрос, большое значение имеет его техника, а именно вопросы, на которые отвечают респонденты. В анкете они могут объединяться по тематическому или проблемному принципам, сопровождаться пояснениями, переключающими внимание.

*Вопрос анкеты (интервью)* представляет собой обращение к респонденту, цель которого — собрать информацию на интересующую тему исследования. Форма вопроса и его формулировка во многом зависят от того, какие задачи стоят перед опросом и какую информацию необходимо получить.

Вопросы можно классифицировать по нескольким основаниям. Рассмотрим основные подходы.

I. В зависимости от формы, в которой высказываются респонденты:

- открытый,
- закрытый,
- полузакрытый.

1. Открытый вопрос. Используя открытый вопрос, мы предлагаем его респонденту без предоставления вариантов ответа. С одной стороны, такие вопросы достаточно просты и привлекательны для начинающих социологов, они позволяют получить действительно новую, порой неожиданную, для исследователя информацию. С другой стороны, на такой вопрос респондент может ответить все что угодно, не получив четких указаний. Открытые вопросы более энергоемки, причем как для социолога, обрабатывающего большие объемы разноплановой и неструктурированной информации, так и для респондента, вынужденного формулировать свой ответ.

К основным типам открытых вопросов можно отнести следующие:

а) текстуальные — это вопросы, при ответе на которые от респондента ожидается развернутый ответ в виде как минимум одного предложения.

*Пример. Что лично вам нужно для того, чтобы чувствовать себя счастливым человеком?*

б) номинальные — это вопросы, при ответе на которые респондент может ограничиться несколькими словами.

*Пример. Назовите пять качеств, которые вы считаете типичными*

для большинства представителей своего народа.

в) количественные — это вопросы, при ответе на которые достаточно просто назвать определенное число.

*Пример. Сколько вам лет?*

Открытые вопросы (особенно, текстуальные) являются незаменимыми при проведении качественных социологических исследований, опросе экспертов на разведывательном этапе исследования.

2. Закрытые вопросы. Закрытыми называются вопросы, предлагающие респонденту список возможных ответов, из числа которых он выбирает по своему усмотрению один или более одного ответа. Такие вопросы более разнообразны по своей структуре и типам шкал.

Формулировка закрытых вопросов сопряжена с определенными трудностями, а именно:

- список вариантов должен быть исчерпывающим;
- варианты должны быть однородными (т.е. деление возможных вариантов ответов должно быть проведено по одному основанию);
- варианты не должны «пересекаться», т. е. должны взаимно исключать друг друга;
- список вариантов должен составлять единое целое с точки зрения логики и здравого смысла;
- последовательность вариантов должна быть продуманной.

*Пример 1. Куда вы собираетесь пойти после окончания школы?*

1. В вуз
2. В колледж (техникум, училище)
3. Работать.
4. Еще не решил.

*Пример 2. Какую работу вы бы предпочли?*

1. Интересную и постоянную, но с небольшим заработком.
2. Неинтересную и временную, но с высоким заработком.

*Пример 3. Вы согласны с утверждением некоторых людей о том, что при советской власти жить было спокойнее?*

1. Полностью согласен.
2. В основном согласен.
3. В чем-то согласен, в чем-то не согласен
4. В основном не согласен.
5. Совершенно не согласен.

К вариациям закрытых вопросов относят также следующие:

- вопросы «да-нет и «да-нет-не знаю»;
- шкальные (балльные) вопросы (например, оценка по 5-балльной шкале);
- ранговые вопросы, в которых предлагается расположить в определенном порядке варианты ответа и присвоить им в соответствии с этим некоторый ранг в виде числового значения (проранжировать);
- табличные вопросы – серия однотипных вопросов, имеющих единую шкалу (перечень вариантов ответа).

Закрытые вопросы относительно более просты в обработке и незаменимы при реализации массовых опросов (особенно посредством анкетирования) в рамках количественной стратегии, при проведении описательных и аналитических исследований. При этом большую трудность представляет, конечно, предоставление исчерпывающего перечня вариантов ответа, которая снимается с помощью полужакрытого вопроса.

3. Полужакрытый вопрос. Это такой вопрос, в котором наряду с предложенными вариантами ответа у респондента имеется возможность вписать свой вариант, выбрав позицию «другое (укажите, что именно)». Это особенно приветствуется в вопросах, где варианты ответа образованы номинальной шкалой.

*Пример. Укажите Ваш статус (ОДИН вариант ответа):*

- 1) *руководитель предприятия, отдела, сектора*
- 2) *специалист с высшим образованием (врач, инженер, учитель, и т.д.)*
- 3) *служащий (секретарь, кассир, работники, не занятые ручным трудом)*
- 4) *рабочий (любой квалификации)*
- 5) *предприниматель, фрилансер, самозанятый*
- 6) *пенсионер(-ка)*
- 7) *студент, обучающийся*
- 8) *не работаю/безработный(ая)*
- 9) *другое (укажите, что именно) \_\_\_\_\_*

II. В зависимости от формата ответа (как правило, на закрытый вопрос):

1) альтернативные вопросы - требуют от респондента выбора одного из двух предложенных вариантов ответа. Эти вопросы обычно формулируются таким образом, чтобы ответы были взаимоисключающими, например, «да» или «нет», «согласен» или «не согласен». Кроме того, это может быть выбор только одной (в частности, самой важной альтернативы) из числа предложенных («Выберите одну наиболее предпочтительную для Вас форму проведения досуга»). Альтернативные вопросы используются для упрощения процесса анализа ответов и часто применяются в исследованиях, где необходимо получить четкое разделение мнений или предпочтений респондентов

2) неальтернативные - допускают возможность выбора нескольких вариантов ответа (их также называют «множественные», «поливариантные», «вопросы-меню»).

III. В зависимости от интерпретации смысла ответа:

1) прямые вопросы – формулируются таким образом, чтобы ответ на них был понятен в том же смысле, в каком его понимает респондент. Такие вопросы обычно ясны и однозначны, и предполагают, что респондент понимает их так же, как и автор вопроса. Применение прямых вопросов помогает избежать двусмысленности и разночтений в интерпретации ответов. («Если Вас не устроили условия проживания в этой гостинице, то укажите, какие именно?»);

2) косвенные вопросы - ответ предполагает расшифровку в скрытом от респондента смысле, а конструкция вопроса может включать в себя воображаемую ситуацию (проективный вопрос) («Если бы Вам предложили перейти на другое место работы, то какую работу именно Вы бы предпочли?»). Косвенные вопросы используются в случаях, если затрагиваются проблемы, о которых респонденты не склонны открыто говорить.

IV. По форме обращения к респонденту:

1) личные вопросы – содержит обращение к личному мнению, опыту респондента («Как Вы считаете, что самое главное в воспитании детей?»);

2) безличные вопросы – содержит обращение к опыту, мнению другого человека, при этом косвенно фиксируется опыт, мнение и самого респондента («Если человек решает сменить работу, то почему?»). Безличные вопросы являются одновременно и косвенными вопросами. Они используются для выявления мнений, которые расходятся с

общепринятыми, а также для обсуждения сенситивных («чувствительных») тем.

V. По содержанию различают следующие вопросы:

1) вопросы о фактах сознания - направлены на выявление мнений, пожеланий, ожиданий и планов на будущее у респондента, помогают понять мотивацию и убеждения человека, а также предполагаемые действия в будущем;

2) вопросы о фактах поведения - направлены на выявление фактических поступков, действий и результатов деятельности респондента, предоставляют информацию о том, как человек действовал или себя вел в определенных ситуациях;

3) вопросы о личности респондента предназначены для сбора информации о характеристиках личности, таких как пол, возраст, образование, профессия, семейное положение, доход и другие социально-демографические данные, которые образуют «паспортичку». Эти вопросы помогают создать общий профиль респондентов и понять, как их характеристики могут влиять на их мнения и поведение.

VI. По функциям:

1) основные вопросы – это вопросы о содержании исследуемого явления, которые напрямую связаны с задачами исследования. Например, если мы исследуем мотивы профессионального выбора, то основным вопросом может быть следующий: «С чем связан Ваш выбор того направления подготовки, на котором Вы обучаетесь сейчас?»;

2) контрольные вопросы – это вопросы, которые помогают уточнить информацию, полученную с помощью основных вопросов, проверить искренность, непротиворечивость ответов. Например, контроль по частям: «В какой мере Вы довольны своей работой?» (основной вопрос), «Хотели бы Вы перейти на другую работу?» (контрольный). Другие виды контроля: реальная ситуация контролируется проективной; косвенный вопрос контролирует ответы на прямой вопрос; безличный вопрос контролирует ответы на личный вопрос; открытый вопрос может выступать в качестве контрольного для закрытого вопроса и наоборот.

В анкете следует так продумать расположение контрольного и основного вопросов, чтобы не была очевидна логическая связь между ними и респондент не соотносил свои ответы по указанным вопросам.

Вопросы, связанные с основными задачами исследования, должны подлежать обязательному контролю (в том числе многократному).

VII. По цели различают вопросы:

1) содержательные (ведущие, целевые) – отвечают задачам исследования;

2) функциональные – призваны облегчить респондентам процесс опроса. Они подразделяются, в свою очередь, на:

- функционально-психологические вопросы (контактные, буферные, вопросы-диалоги, вопросы-иллюстрации). Иллюстрации могут снимать напряжение, делая процесс опроса более привлекательным и дружелюбным; переключать внимание опрашиваемого на новую проблему или аспект исследования, помогая сохранить концентрацию и интерес; могут служить визуальным пояснениям к вопросам, делая их более понятными и помогая респонденту лучше понять суть вопроса; помогают разнообразить технику заполнения анкеты, снизить ее монотонность, уменьшить психологическую нагрузку.<sup>1</sup>

- вопросы-фильтры (помогают отсеять некомпетентных респондентов, выявить тех, чей опыт релевантен содержанию вопроса). Примером такого вопроса может быть следующий «Знакомы ли вы с брендом «Север»? Этот вопрос позволит выделить ту часть респондентов, которой адресует вопросы по поводу данного бренда. Формулировка вопроса-фильтра может быть такая: «Следующий блок вопросов адресован только тем, кто знаком с указанным брендом. Однако следует помнить, что обилие фильтрующих вопросов ведет к увеличению числа не ответивших.

- вопросы-ловушки (на проверку искренности ответа). Например, вслед за вопросом по поводу бренда «Север» может быть задан контрольный вопрос: «Какие товары реализуются под этим брендом?».

### 7.3 Методика составления анкеты

Анкетный опрос представляет собой один из наиболее популярных методов сбора информации в социологии.

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 78 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

*Анкетный опрос* – это один из основных методов сбора информации, при котором используется анкета, заполняемая самим респондентом.

*Анкета* – это система вопросов, объединенных общим исследовательским замыслом, направленных на выявление количественных и качественных характеристик предмета анализа.

Этот метод сбора информации обеспечивает стандартизацию ответов, удобство обработки и возможность получить данные от большого количества респондентов. Составление анкеты должно начинаться с ответов на вопросы: «О чем необходимо спросить и почему именно об этом?», «В какой форме спросить?», «Как связать друг с другом различные аспекты исследуемой проблемы?». Получить правильные ответы на данные вопросы позволяет логический анализ предмета исследования. Суть его - в расчленении предмета анализа на составляющие элементы: понятия, символизирующие данное социальное явление, и термины (интерпретация и операционализация). При этом интерпретация определяет общие направления сбора информации, в то время как операционализация конкретизирует, что и каким образом нужно собирать для достижения поставленных целей и задач исследования.

Анкета или опросный лист предполагают самостоятельное заполнение респондентом, в отличие от интервью, где вопросы задаются устно. Поэтому важно, чтобы анкета была предельно понятной для респондента. Четкость, ясность и простота языка, использование понятных терминов и инструкций помогут обеспечить правильное заполнение анкеты и достоверность полученных данных. Респондент должен легко понимать, что от него требуется, чтобы обеспечить точность и надежность результатов опроса. В социологических исследованиях объектом исследования могут выступать различные категории лиц, потому формулировать вопрос необходимо с учетом возраста, образования, специфики деятельности и места проживания, а также других характеристик респондентов.

Грамотно составленная анкета – это уже 50% успеха. В этой связи уместно сказать, что составленная анкета «показывает уровень знаний, компетентность, умение здраво и логично рассуждать».<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 67.

При разработке анкеты важно учитывать время, которое потребуется на её заполнение (как правило, не более 30-40 минут). Продолжительность процесса влияет на качество и достоверность ответов.

Композиция анкеты:

1. Титульный лист и вводная часть. Здесь содержится информация о том, кто и с какой целью проводит опрос, размещается инструкция с правилами заполнения анкеты, указывается способ возврата анкеты. Сообщается о конфиденциальности полученной информации («исследование проводится исключительно в научных целях, и собранные данные будут использованы в обобщенном виде»).

Нецелесообразно озаглавливать анкету и указывать ее составителей. Достаточно указать организацию, на базе которой проводится опрос, и цели исследования. Не следует, по мнению В.А. Ядова, писать во введении: «Нас интересует...». Лучше подчеркнуть активную позицию самого респондента, например: «Ваши суждения позволят изучить такую-то проблему».<sup>1</sup> С другой стороны, не стоит заискивать перед респондентом или, напротив, обращаться свысока и т. д. В конце введения пишут благодарность, она может звучать так: «Заранее благодарим Вас за сотрудничество!».

2. Основная (содержательная) часть. Включает в себя:

а) Контактные вопросы, простые в своих формулировках, с нейтральным содержанием. Они направлены на то, чтобы расположить респондента к диалогу, сформировать у него интерес, ввести в курс проблемы. Наиболее удобны для этих целей вопросы сугубо событийного содержания (фактологические вопросы), но не оценочного.

б) Основные вопросы. Они формулируются в соответствии с поставленной целью и задачами исследования. Это вопросы, требующие анализа, размышления, активности памяти. Здесь уместно использование практически всех видов вопросов, включая открытые, табличные, вопросы на мотивацию и пр.

в) Заключительные вопросы. Основная их функция – снять напряжение, которое могло возникнуть в ходе заполнения анкеты. Это, как правило, более простые вопросы, например, балльные вопросы, а также

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 233.

вопросы закрытого и полужакрытого типа. Открытые вопросы как контроль могут быть в конце, но не более одного-двух.

3. Социально-демографическая часть («паспортичка»). Содержит информацию об объективных характеристиках респондента (пол, возраст, место жительства, уровень образования, социально-профессиональный статус, семейное и материальное положение опрашиваемого).

В большинстве источников предписывается «паспортичку» размещать в конце анкеты (или интервью). С одной стороны, она содержит вопросы, довольно простые с точки зрения формирования ответов, с другой стороны, она может вызывать чувство тревоги у респондентов и свести на «нет» все анкетирование, если разместить этот блок в начале анкеты (не зная о чем будут основные вопросы, респондент может не пожелать сообщать сведения о себе). При этом в практике проведения социологических исследований очень часто некоторые вопросы «паспортички» выступают в качестве фильтров для отбора нужных респондентов (например, по полу, возрасту, месту проживания и другим важным с точки зрения цели и задач признакам).

Несмотря на кажущуюся простоту вопросов из социально-демографического блока, необходимо отметить ряд трудностей, с которыми может столкнуться исследователь. Во-первых, необходимо решить, в какой форме задавать такие вопросы – открытой или закрытой? Недостатком открытой конструкции является неопределенность ответов даже на такой, казалось бы, простой вопрос, как возраст респондента (человек может указать как конкретное количество лет, так и год своего рождения или даже социально-демографический статус, например, «пенсионер»). В этом смысле закрытые вопросы предоставляют нам более надежную информацию, при этом определенную трудность представляет набор вариантов ответа. Так, для возраста может быть использована как более грубая шкала (от 15 до 24, от 25 до 34, от 35 до 44 и т.д.), так и более дробная – по пятилетним группам (например, 15-19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44 и т.д.<sup>1</sup>).

Во-вторых, вопросы должны быть сформулированы в однозначных терминах, не имеющих дополнительных значений. Например, в вопросе на определение уровня материального положения весьма размыты категории

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 208.

«высокий», «средний», «низкий» уровень. Респонденты с самым разным материальным положением могут определить себя в одну группу (особенно, это характерно для средней позиции<sup>1</sup>). То же самое касается для таких вариантов, как «семейный» - «несемейный», которые лучше заменить на «состою в зарегистрированном браке, есть дети», «состою в зарегистрированном браке, нет детей», «не состою в зарегистрированном браке, есть дети», «не состою в зарегистрированном браке, нет детей».

4. В заключении мы благодарим респондента за участие в опросе. Как правило, такая благодарность уже есть во введении, но здесь мы повторяем ее.

Большое значение имеют также указания по технике заполнения анкеты, пояснения относительно того или иного вопроса – количество необходимых ответов, способа заполнения, адресат вопроса (при вопросах-фильтрах). Анкета должна иметь наилучшее графическое оформление: четкий, хорошо читаемый шрифт, разный размер букв для вопросов и ответов (желательно применять разнообразные шрифты к **вводным замечаниям**, ВОПРОСАМ, инструкции к способу ответа, вариантам ответа); стрелки-указатели от вопросов-фильтров к другим вопросам; пробелы; использование иллюстраций; оставление места для записи ответов при открытых вопросах. Нежелателен перенос части вопроса или ответов со страницы на страницу.

Отдельные содержательные блоки анкеты следует предварять комментариями, обозначенными особым шрифтом («**Далее предлагаем рассмотреть...**»). К каждому вопросу необходимо предложить краткую, но понятную инструкцию с правилами ответа.

В анкете рекомендуется использовать единую кодировку ответов закрытых вопросов – как правило, используется числовой вариант для удобства занесения в программу статистической обработки.

Методические требования к вопросам:

- вопросы не должны наводить на ответ (содержать какие-либо подсказки), носить внушаемый характер.

Например, вопросы «Нравится ли Вам учиться?», «Вам нравится учиться?», «Вам не нравится учиться, не так ли?» неудачны, так как

<sup>1</sup> См.: Левада Ю. А. «Средний человек»: фикция или реальность // Мониторинг общественного мнения. 1998. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredniy-chelovek-fiksiya-ili-realnost> (дата обращения: 19.04.2023)

внушают определенный ответ. Правильная формулировка предполагает нейтральную интонацию: «В какой мере Вас привлекает процесс обучения» (с вариантами ответов «учиться очень нравится», «пожалуй, нравится», «трудно сказать определенно», «скорее не нравится, чем нравится», «совершенно не нравится»);<sup>1</sup>

- вопросы должны быть понятны и интерпретироваться одинаково всеми участниками опроса и интервьюерами, исключая возможность многозначных трактовок;

- следует избегать использования терминов и понятий, которые могут быть неизвестны респондентам;

- при составлении вопросов, предполагающих оценку, важно обеспечить равновесие между утверждениями с положительным и отрицательным смыслом;

- для сложных вопросов необходимо предоставить чёткие инструкции;

- все вопросы должны быть направлены на решение задачи исследования;

- вопросы должны быть сформулированы ясно и конкретно;

- вопросы должны быть заданы в тактичной форме;

- вопросы должны быть заданы стилистически грамотно;

- вопрос не должен содержать несколько идей в одной фразе («Вас устраивает заработок и творческие возможности работы?»);

- вопросы должны соответствовать возможностям респондента.

После создания анкеты необходимо провести её логическую проверку и испытать в ходе пробных исследований. В обычном пилотажном исследовании проводится опрос среди 30-50 респондентов, являющихся микромоделью планируемой выборки.

Процесс проверки и апробации анкеты состоит из трех ключевых этапов:

1. Проверка вопросов анкеты на соответствие стандартам качества.

2. Оценка соответствия анкеты установленным методическим нормам.

3. Реализация предварительного (пилотного) исследования.

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 215.

Проводя проверку вопросов анкеты на соответствие стандартам качества, следует учитывать следующие критерии:

1. понятность инструкций: убедитесь, что инструкции по заполнению анкеты и каждого отдельного вопроса ясны для респондентов, чтобы избежать недопонимания и ошибок;

2. стилистическая грамотность: проверьте, что все вопросы сформулированы грамотно и понятно, без сложных и запутанных предложений;

3. однозначность терминов: убедитесь, что все используемые термины ясны и понятны для респондентов, исключая любое двусмысленное толкование;

4. варианты ответов: рассмотрите возможность добавления опций ответов, таких как «затрудняюсь ответить», чтобы респонденты могли выбрать их, если не могут дать конкретный ответ;

5. количество вариантов ответов: проверьте, не слишком ли обширен список вариантов ответа, что может затруднить выбор и анализ данных;

6. соответствие смысла вопросов и шкалы измерения: убедитесь, что между формулировками вопросов и используемыми шкалами оценки нет логических противоречий;

7. эмоциональная реакция: оцените, не вызовут ли какие-либо вопросы негативных эмоций или реакций у респондентов, что может повлиять на их готовность отвечать честно и объективно;

8. этичность вопроса: убедитесь, что вопрос не унижает личное достоинство респондента.

Далее следует установить соответствие композиции анкеты следующим принципам:

- принцип расположения вопросов: важно следить за тем, чтобы анкета начиналась с более простых и контактных вопросов, переходила к более сложным посередине и завершалась простыми разгрузочными вопросами;

- влияние предыдущих вопросов: необходимо обеспечить, чтобы ответы на одни вопросы не влияли на ответы на последующие;

- разнообразие типов вопросов: скопление однотипных вопросов может привести к утомлению и снижению качества ответов;

- расположение ключевых вопросов: особо значимые вопросы, на которые исследование направлено в первую очередь, желательно размещать в середине анкеты;

- наглядность и последовательность в графическом оформлении анкеты: необходимо использовать определенные шрифты для вопросов и инструкциям к ним, а также для вариантов ответов.

Качество вопросов анкеты помогает оценить пробное исследование, в ходе которого по реакции сравнительно небольшой группы респондентов и замечаниям анкетеров выявляется соответствие анкеты методическим требованиям.

#### **7.4 Виды анкетного опроса в социологии**

В социологии анкетирование – наиболее распространенный метод опроса, позволяющий получить сведения о больших социальных группах, их структуре, о социальных процессах и явлениях, имеющих массовый характер.

Анкетирование может быть раздаточным, почтовым, прессовым, а также групповым или индивидуальным. Необходимо отметить, что на современном этапе развития общества большую популярность приобрело онлайн-анкетирование посредством размещения анкет по ссылке в различных социальных сетях, на сайтах, форумах и т.д.

*Раздаточное анкетирование* является одним из самых надежных методов опроса, когда анкеты передаются респондентам напрямую от анкетера. В зависимости от количества респондентов, участвующих в опросе одновременно, такие опросы могут проводиться как с одним человеком, так и с группой.

Важную роль играет подготовка к процессу анкетирования. Необходимо обеспечить наличие тихого места для заполнения анкет, а также предоставить карандаш или ручку и создать условия для того, чтобы респондент мог спокойно ответить на вопросы.

К достоинствам раздаточного анкетирования можно отнести возможность обеспечить стопроцентный возврат анкет и контроль за качеством их заполнения. К минусам метода раздачи анкет относятся невозможность получения помощи от анкетера при ответе на сложные вопросы, отсутствие наблюдения со стороны исследователя за тем, как

близкое окружение респондента может повлиять на его ответы, а также высокая затратность времени и усилий на проведение такого типа опроса.

*Почтовый опрос* осуществляется путем распространения анкет с помощью почтовой рассылки. Анкеты в данном случае должны обязательно иметь разъяснения по поводу порядка работы с вопросами, чтобы свести к минимуму пропуски в ответах и другие ошибки в заполнении анкеты. Серьезное значение необходимо придавать графическому оформлению анкеты, визуальным средствам, чтобы привлечь к опросу респондентов без личного контакта с ними.

Достоинства почтового анкетирования включают его легкость в организации и выполнении, возможность охватить большую территорию одновременно, отсутствие необходимости в подготовке анкетеров, свободу респондентов выбирать удобное время и место для заполнения анкеты, а также исключение психологического дискомфорта, который может возникнуть во время личного взаимодействия с анкетером.

К недостаткам почтового опроса относятся низкая вероятность возврата заполненных анкет, возможность коллективного заполнения, что может не соответствовать цели исследования, а также риск искажения структуры выборки из-за указанных выше факторов.

Одной из серьезных трудностей является возврат заполненных анкет, который в разы меньше рассылаемых. Проблема возврата анкет, по мнению ряда ученых, связана с систематическими факторами и не решается одним лишь увеличением числа рассылаемых анкет.<sup>1</sup> Чтобы повысить вероятность возврата заполненных анкет, рекомендуется приложить к анкете сопроводительное письмо, предоставить конверт с уже указанным обратным адресом, а также вложить различные сувенирные открытки или календарики, в качестве мотивации для респондентов, а также не делать анкету излишне большой. Эти меры могут стимулировать получателей уделить время на заполнение и отправку анкеты обратно. Хорошие результаты дает предварительная рассылка уведомлений о предстоящем опросе, где указывается тема и значение опроса, важность участия респондента в опросе, сообщается о том, каким образом был получен адрес респондента. Через несколько недель после отправки анкет можно выслать напоминания тем, от кого не получены заполненные

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С.83 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

анкеты с просьбой принять участие в социологическом опросе. Еще один фактор, способствующий скорому заполнению анкеты, связан с днем получения анкеты, поэтому следует выбрать день отправки таким образом, чтобы анкеты были получены в конце трудовой недели.

*Прессовый опрос* представляет собой тип анкетирования, при котором анкеты размещаются в печатных изданиях. Лучше всего расположить анкету на первой полосе, а в случае невозможности – дать на первой полосе информацию о социологическом исследовании. Анкету должно предварять вступление, где указываются цели, значение исследования, а также адрес отправки анкет.

Преимуществами прессового опроса являются его экономичность, поскольку он позволяет собирать данные без значительных финансовых затрат, а также возможность быстро изучить общественное мнение по актуальным вопросам.

Однако среди недостатков можно выделить сложность в определении репрезентативности полученных данных, поскольку участие в опросе принимает лишь ограниченная часть аудитории. Кроме того, процент возврата анкет обычно составляет всего 5-10%, что делает сбор данных менее эффективным. Ещё одним ограничением является необходимость сокращения размера анкеты из-за ограничений печатного пространства, что может уменьшить объём и глубину собираемой информации.

Невысокий процент возврата анкет преодолевается с помощью тиража газеты. Как и в почтовом опросе, желательно публиковать анкеты перед выходными днями. Активность респондентов повысится, если за некоторое время до опроса населения в газете будет обсуждаться исследуемая проблема, заранее сообщено о планируемом обследовании. Рекомендуются по итогам опроса в той же газете опубликовать его результаты, тем более если в дальнейшем планируется проводить подобные исследования.

Стоит сказать, что почтовый и прессовый опросы в настоящее время уходят из практики социологических исследований, а им на замену приходят онлайн-опросы, которые, в сущности, реализуются аналогичным образом (в том числе имеют сходные преимущества и недостатки), но в новой технологической среде. Особенностью интернет-опросов является быстрый и широкий охват респондентов, экономичность, минимальные

затраты на первичную обработку (как правило, данные автоматически выгружаются в программу статистической обработки или ее аналог).

### 7.5 Интервью как метод социологического исследования

Другим, не менее популярным методом сбора данных в социологии является интервью.

*Интервью* – это разновидность опросных методов сбора данных, в основе которого лежит прямое целенаправленное общение социолога (исследователя) и респондента.

Интервью – это метод, результатом применения которого становятся качественные тексты, а не количественные данные. Качественные методы являются мягкими технологиями. «Способ понимания, подразумеваемый качественными исследованиями, - отмечает С. Квале, - предполагает альтернативную концепцию социального знания, смысла, реальности и истины в социальных исследованиях».<sup>1</sup>

В социологических исследованиях интервью занимает важное место. К этому методу обращаются в случае выявления скрытых смыслов, описания переживаний людей, прояснения и детализации их взглядов на жизненный мир.

Исследовательское интервью – межличностная коммуникация между двумя партнерами на тему, интересующих обоих; это специфическая форма диалога, в которой знания рождаются в диалоге. Данное взаимодействие не является ни таким анонимным и нейтральным, как анкетирование, но ни таким личностным и эмоциональным, как терапевтическое интервью. Пациент ищет у терапевта помощи: он мотивирован к тому, чтобы быть максимально открытым с терапевтом, с которым у него уже установились доверительные отношения. В исследовательском интервью необходим тонкий баланс между познавательным поиском и этическими аспектами эмоционального человеческого взаимодействия.<sup>2</sup>

Интервью может быть направлено на обобщенное знакомство с проблемой, либо на проверку гипотез. Основная цель интервью может быть как эмпирической, так и теоретической. Интервью часто

---

<sup>1</sup> Квале С. Исследовательское интервью. М., 2003. С. 20.

<sup>2</sup> Там же. С. 128.

используется для изучения случаев. При этом цель может состоять в сборе информации о конкретном человеке или организации, а также в использовании данного случая для иллюстрации более общего феномена. Интервью может еще служить вспомогательным методом в комплексе с другими методами.

Рассмотрим основные классификации интервью.

I. В зависимости от характера контакта с информантом:

- *непосредственное интервью (личное, «face-to-face»);*
- *опосредованное интервью (по телефону, онлайн).*

*Телефонное интервью* является один из способов реализации опосредованного опроса. К преимуществам телефонного интервью можно отнести быстроту и экономичность. Длительность такой беседы, как правило, составляет не более 10-15 минут, а конструкции вопросов не следует делать объемными и сложными. При использовании данного вида интервью необходимо обучать интервьюеров владению голосом, умению поддерживать внимание и интерес к теме. Онлайн-интервью в целом по характеру контакта очень близко к формату непосредственного общения при условии наличия видеосвязи, но при этом все равно ограничено возможностями качественного и бесперебойного интернет-соединения, которые могут повлиять на ход беседы.

II. В зависимости от места проведения:

- *уличное интервью;*
- *интервью по месту работы, занятий;*
- *интервью по месту жительства.*

Взаимодействие по месту проживания отличается тем, что люди более склонны отвечать на вопросы, которые требуют раскрытия критической информации о негативных событиях и фактах, когда они находятся в домашней, приватной обстановке.<sup>1</sup>

III. В зависимости от числа респондентов (способа организации):

- *индивидуальное;*
- *групповое интервью.*

IV. По статусу опрашиваемого интервью (по специфике источника информации) может проводиться:

---

<sup>1</sup> Основы прикладной социологии : учебник для вузов / под ред. Ф. Э. Шереги, М. К. Горшкова. М., 1996. С. 50.

- с должностным лицом;
- с экспертом;
- с респондентом.

V. По процедуре интервью бывает:

- *интенсивное (глубинное);*
- *фокусированное.*

Глубокое интервью, также известное как глубинное, интенсивное или клиническое интервью, представляет собой процедуру опроса, которая нацелена на полное исследование спектра оценок, значений и обстоятельств, связанных с изучаемым явлением. В рамках этого интервью социолог задает респонденту ряд открытых, дополнительных и уточняющих вопросов, направленных на глубокое понимание внутреннего мира информанта.

Фокусированное интервью предполагает анализ переживаний людей относительно различных явлений и событий, в которых они принимали участие. Само событие в этом случае является стимулом, на который фокусируется реакция респондента (его значимость, оценки, восприятие в целом), и именно эта реакция изучается в рамках интервью. В качестве таких событий могут выступать прочитанная публикация в газете, просмотренный фильм или видеоролик рекламы, политический митинг или телевизионное шоу, в которых респонденты принимали участие.

VI. В зависимости от степени формализации, стандартизации и структуризации интервью (комплексный критерий).

Давайте начнем с определения таких понятий, как «стандартизация», «формализация», «структурирование». В различных источниках можно обнаружить использование данных терминов как синоним, что в целом представляется не вполне правомерным.

*Стандартизация* — это унификация параметров интервью в рамках конкретного исследования, что обеспечивает возможность сопоставления его результатов: унифицируется перечень вопросов, который задается респондентам. Опросник - стандартный, одинаковый для всех участников исследования.

*Формализация* — это придание вопросам определенной формы, облика. Прежде всего, высокая степень формализации означает использование закрытых вопросов с готовыми ответами.

*Структурирование* — это установление связи между элементами интервью: вопросами, темами. Высокая степень структурирования означает жесткую последовательность этих элементов, неструктурированность означает свободу, или незапланированность перехода.

Различные комбинации этих составляющих определяют конкретный вид интервью.

В соответствии с данным комплексным критерием подавляющее большинство интервью условно можно расположить на шкале (или континууме), где на одном полюсе находится *стандартизованное (формализованное, структурированное) интервью*, а на другом — *свободное (ненаправленное)*. Между этими противоположностями находится целый спектр промежуточных вариантов интервью.

Стандартизованное интервью максимально формализовано; свободное - минимально; стандартизованное интервью — это директивное интервью (директивность в данном контексте означает, что интервьюер определяет и контролирует структуру интервью, сама процедура интервью максимально управляема со стороны интервьюера), а свободное — недирективное. В стандартизованном интервью все вопросы идентичны, создавая единое и унифицированное впечатление. С другой стороны, в свободном интервью каждое интервью уникально и может иметь неожиданные повороты и темы, которые не были заранее запланированы.

Все остальные виды интервью можно разместить на этой шкале, характеризуясь определенной комбинацией формализации, директивности и унификации. В соответствии с точкой зрения А. Готлиб<sup>1</sup>, данная шкала могла бы иметь следующий формат:

---

<sup>1</sup> Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. М., 2014. С. 268-269.

Направленное интервью	Полунаправленное интервью	Ненаправленное интервью
Стандартизированное, формализованное, структурированное интервью	Полустандартизированное, полужформализованное, полуструктурированное интервью (например, фокусированное, лейтмотивное интервью)	Нестандартизированное, неформализованное, неструктурированное интервью (например, свободное, глубокое интервью)

Если учесть, что полужформализованные интервью и фокус-группы применяются в социологической практике в двух форматах - директивном и недирективном, то шкала может быть более детализированной.

Формализованное (стандартизованное) интервью является одним из самых популярных видов интервью. Взаимодействие социолога (интервьюера) с респондентом имеет строго регламентированный характер и жестко предопределено подробным перечнем вопросов и инструкцией по проведению беседы. Интервьюер не может отклоняться и видоизменять формулировки и порядок вопросов. Вопросы чаще используют в закрытой форме и сопровождаются карточками с вариантами ответов к каждому вопросу для респондента (в бланке интервью в данном случае необходимо отметить указание дать респонденту карточку к вопросу). При использовании открытых вопросов интервью проводится с меньшей степенью формализованности. Задача интервьюера состоит в соблюдении последовательности и формулировки вопросов, а также в четкой регистрации ответов.

Свободное интервью проводится без опросника или плана беседы, на основе одной лишь темы. Структура беседы в данном случае будет зависеть от ситуации, личности интервьюера, особенностей респондента. Уместно свободное интервью на этапе поиска и уточнения проблемы исследования. Таким образом можно опросить небольшое количество человек (один-два десятка людей), получив уникальную качественную информацию, не нуждающуюся в статистической обработке. Для ее обобщения используется традиционный метод анализа документов.

Композиция вопросов для глубокого интервью существенно отличается от анкеты с закрытыми вопросами. В то время как анкета имеет

вопросы или блоки вопросов как основные структурные элементы, в глубоком неформализованном интервью основным элементом структуры является тема, которая представляет собой связное изложение определенного вопроса. Тему можно сравнить с непрерывной смысловой последовательностью, подобно линии в геометрии.

Опросник для глубокого неформализованного интервью содержит перечень тем, которые нужно исследовать. Этот перечень может быть сформулирован как вопросы, так и в повествовательной форме. Сценарий такого интервью может включать одну или несколько независимых тем. Простой опросник состоит из одной темы, в то время как составной опросник содержит несколько связанных тем. Составные интервью встречаются реже, так как раскрытие одной или нескольких связанных тем требует больше времени.<sup>1</sup>

Одной из ключевых проблем при составлении сценариев для глубоких интервью выступает формирование последовательности тем и уровня их конкретизации.

Существует еще один популярный вид интервью - нарративное интервью. Он не был учтен в этой шкале, поскольку в этом виде интервью процедуру определяет больше информант, а не интервьюер. В то же время нарративное интервью, подобно свободному интервью, является максимально неформализованным и нестандартизованным.

В литературе также можно встретить деление интервью на «жесткое» и «мягкое», «количественное» и «качественное». Если мы говорим, что интервью является «мягким» или «жестким», то это означает прежде всего уровень его директивности, формализованности и стандартизации. Так, формализованное, структурированное, стандартизированное интервью - жесткий метод, а свободное, нарративное, лейтмотивное, глубинное - мягкие методы. В то же время фокусированное групповое и полуформализованное интервью занимают промежуточное место и скорее будут отнесены к полужестким (полмягким) методам. Если мы делим интервью (как и методы в целом) на качественные и количественные, то здесь мы делаем акцент на наличие особых методологических подходов (в том числе и отдельных процедур), а также на специфике угла зрения на различные социальные явления, исследовательского фокуса и ориентаций,

---

<sup>1</sup> Белановский С. А. Индивидуальное глубокое интервью. М., 2001. 320 с.

особенностях получаемой информации, методах ее обработки и т.д. В таком контексте возможно использование мягких методов в количественном исследовании и наоборот, хотя, конечно, обычно качественный подход чаще коррелирует с мягкими методами, а количественный – с жесткими. Более того, отдельные виды интервью, такие как нарративное и фокус-групповое, используются практически только в качественном исследовании. Промежуточные варианты интервью (например, полуструктурированное интервью) в равной мере используются как в количественном, так и в качественном исследовании.

Как и в анкетировании, вопросы бывают закрытого и открытого типов. Причем, если в интервью преобладают закрытые вопросы (с набором вариантов ответа), то такие интервью называются *формализованными*. Обилие открытых вопросов говорит о том, что интервью является *неформализованным*. Если в интервью в равной мере представлены вопросы обоих типов, то оно называется *полуструктурированным*.

Как правило, в интервью используются вводные вопросы («Не могли бы Вы рассказать о...?»), отслеживающие вопросы, показывающие внимательность интервьюера и его активное слушание. Кроме того, используются вопросы, которые могут носить проясняющий характер, могут быть прямыми и косвенными, структурирующими («Сейчас я хотел бы перейти к другой теме...»), вопросы-интерпретации («Правильно ли я понял, что...?»).

Продумывая вопросы интервью, желательно не ставить так называемые «лобовые» вопросы. Следует избегать внушающих и наводящих формулировок, утвердительных конструкций («По всем видимости, Вы регулярно ссоритесь?»), вопросы должны быть краткие, понятные собеседнику. При этом важно слушать собеседника, показывать это взглядом, мимикой, жестами, наклоном тела; давать возможность собеседнику высказаться, не торопить его, не прерывать; не демонстрировать своего отношения к содержанию вопроса и ответа, а также к собеседнику.

В процессе интервьюирования необходимо использовать коммуникативные техники, направляя и стимулируя респондента; быть активно-внимательным, создать атмосферу доверия. Существуют различные методы, которые могут стимулировать процесс интервью:

- согласие с респондентом, его поддержка
- наличие небольших пауз
- возврат к главному вопросу (его повтор)
- наличие частичного несогласия с респондентом
- обращение к противоречию в суждениях респондента
- прием «эха» (повтор последних слов респондента)
- уточнение путем неправильного повторения ответа
- просьба дополнить информацию

С. Квале выделяет семь этапов исследования с помощью интервью:

1. Выбор темы. 2. Планирование. 3. Интервьюирование. 4. Расшифровка. 5. Анализ. 6. Верификация (проверка). 7. Написание отчета.<sup>1</sup>

Очень часто для того, чтобы осмысленно ставить вопрос «Как?», необходимо прежде ответить на вопросы «Что?» и «Зачем?». То есть необходимо ознакомиться с темой, проблемой исследования, чтобы иметь возможность ставить значимые вопросы. Этому могут помочь теоретическое изучение вопроса, а также знакомство со средой, в которой будет проводиться интервью.

Планирование интервью предполагает общее планирование и подготовку методических процедур, направленных на получение данных. Необходимо решить, сколько человек нужно опросить. Количество респондентов зависит от целей исследования. «Если цель состоит в предсказании результатов национальных выборов, то обычно требуется выборка в 1000 человек, так что вопрос о качественных интервью просто не стоит. Если цель состоит в том, чтобы понять мир, переживаемый конкретным человеком, то достаточно этого одного человека».<sup>2</sup>

Если мы проводим индивидуальное интервью, то особое значение имеет количество интервьюеров. Его можно рассчитать по формуле:  $I = n / at$ , где  $I$  – оптимальное число интервьюеров,  $t$  – сроки (количество дней) интервью,  $a$  – норма опроса респондентов в день (не более 5-7 чел.),  $n$  – объем выборочной совокупности.

На этапе планирования необходимо продумать количество ресурсов (прежде всего, время и деньги), необходимых для проведения интервью.

<sup>1</sup> Квале С. Исследовательское интервью. М., 2003. С. 92.

<sup>2</sup> Там же. С. 106.

Само по себе интервью обычно не занимает столько времени, сколько его расшифровка.

При разработке программы интервью необходимо, помимо постановки цели, задач и т.д., продумать вид интервью, время и место его проведения, обстановку, отсутствие третьих лиц, ситуацию интервью, способы регистрации полученных ответов (запись в блокноте или опросном листе, кодировка ответов, применение условных обозначений, на магнитной пленке: с ассистентом или без него).

Перед началом полевого исследования необходимо провести инструктаж с интервьюером, в ходе которого осуществляется знакомство его с целью, задачами, особенностями интервью и требованиями к его проведению, заполнению опросника. В самом сценарии или вопроснике, как правило содержится информация по технике заполнения бланков, указания на карточки перечнем ответов (если они имеются), напоминания в отношении вопросов-фильтров, т.е. переходов между вопросами. Данная информация обычно выделяется особым шрифтом, цветом или особым расположением на бланке, например на полях.<sup>1</sup>

Значимость такой инструкции сопряжена еще и с тем, что она включает в себя также краткую формулировку цели, задач, основных действий, которые интервьюер должен совершить. Здесь прописываются данные о времени и месте беседы, ее характер (анонимный, экспертный), особенности обращения к респонденту и вступительная речь, а также требования к техническому сопровождению интервью (запись на диктофон и/или камеру). Кроме того, определяется последовательность действий после интервью: необходимость кодирования данных, описание ситуации беседы, сопутствующих факторов, которые могли повлиять на ход беседы и пр.

Интервьюер получает карточку выборки, в которой содержится информация о маршруте и принципах отбора респондентов, а также их число в случае вероятностной выборки. При квотной выборке в карточке указывается количественный и качественный демографический либо территориальный состав респондентов. В некоторых случаях может быть указан пофамильный список опрашиваемых, например, при опросе экспертов. Если интервьюер должен самостоятельно отобрать

---

<sup>1</sup> Основы прикладной социологии : учебник для вузов / под ред. Ф. Э. Шереги, М. К. Горшкова. М., 1996. С. 53.

респондентов в соответствии с моделью выборки, ему предоставляется карточка с указанием количества людей, подлежащих опросу, и соответствующих параметров.<sup>1</sup>

Длительность интервью в среднем составляет от 10 минут до полутора часов, по своей структуре оно близко к структуре анкеты.

В начале беседы интервьюер представляет себя и свою организацию, не подчеркивая личную заинтересованность в содержании интервью. Например, он может сказать: «Здравствуйте, меня зовут [имя интервьюера], я из исследовательской компании [название компании]. Мы проводим исследование об отношении жителей города N к [тема исследования]. Вы не возражаете, если я задам Вам несколько вопросов?» Для того чтобы «растопить лед» и установить контакт с респондентом, интервьюер может начать разговор с отвлеченных тем: о погоде, о том, как он искал дорогу по адресу респондента, или о чем-либо другом, что покажется уместным<sup>2</sup>.

После установления первого контакта необходимо его закрепить, осуществляя первые вопросы по сценарию интервью. На этом этапе воспрещены сомнения относительно компетентности опрашиваемого и настораживающие вопросы. Далее следует блок с основными вопросами, вначале которого уместны вводные слова, например, «Далее предлагаю поговорить относительно...». В процессе общения интервьюер резюмирует отдельные блоки интервью, устанавливает между ними логические связи. В завершении у него есть возможность вернуться к отдельным вопросам, которые нуждаются в уточнении и дополнении. Когда все содержательные блоки интервью отработаны, необходимо попросить респондента предоставить некоторые личные данные (блок «паспортичка»). Интервьюер благодарит респондента за участие в интервью, указав на научную значимость полученных сведений, а также на соблюдение конфиденциальности и обобщенности в представлении результатов исследования.<sup>3</sup>

Запись ответов на вопросы интервью, как правило, производится параллельно с позволения респондента. Оптимальным вариантом является

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Задачи социологического исследования и принципы измерения социальных явлений // Социология образования. 2010. № 5. С. 16 - 17.

<sup>2</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 250.

<sup>3</sup> Там же. С. 253.

наличие ассистента, который фиксирует всю беседу. В протокол интервью записываются и вопросы, и ответы, в том числе дополнительные вопросы и реплики. Удобно, когда в протоколе на полях используют место для заметок. Здесь можно отмечать особенности поведения респондента: «сильно взволнован», «молчание», «воодушевился» и т. д. Опытные интервьюеры используют условные значки для заметок, которые расшифровываются при завершении протокола. В конце протокола следует записать общие впечатления интервьюера. Следует предусмотреть раздел «Общие впечатления». Интервьюер и ассистент должны подписать протокол и отметить дату и место проведения интервью.<sup>1</sup>

Если интервьюер работает один, без ассистента, то без автоматической записи не обойтись. На практике чаще используется запись разговора на диктофон, в том числе встроенный в телефон.

Интервью – это ремесло. Оно полагается на суждения квалифицированного исследователя. Результат зависит от знаний, сензитивности и эмпатии интервьюера, по мнению С. Квале.<sup>2</sup>

Считается, что достоверность и надежность результатов беседы обусловлены особенностями личности интервьюера. Данный феномен называется «Эффект интервьюера». Это влияние стиля поведения, мимики, тона, одежды и др. Преодолеть указанное влияние помогает увеличение стандартизации интервью, а также добросовестное исполнение своих обязанностей интервьюером.

Суммируем потенциальные причины искажения данных в процессе интервью:

1. Влияние личностных характеристик интервьюера: а) возрастные различия б) разница в уровне образования, в) гендерные различия, г) отталкивающий внешний вид (прически, форма тела, стиль и опрятность одежды).

2. Поведенческие проявления интервьюера: а) оскорбление и нанесение ущерба самооценке респондента, б) изложение интервьюером собственных взглядов в) споры критика в адрес респондента, г) доминирование и проявление власти над респондентом.

3. Некорректный выбор места и времени проведения интервью.

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 256.

<sup>2</sup> Квале С. Исследовательское интервью. М., 2003. С. 111.

4. Слишком долгое интервью.

5. Неправильное восприятие интервьюера респондентом (например, как сотрудника властных органов).

6. Невнимательное отношение к протоколу интервью.

Необходимо также отметить моральную сторону исследования. Интервьюер должен информировать респондентов о целях исследования, о возможных потерях и выгодах участия в опросе. В данной связи необходимо получить осознанное согласие респондентов или их представителей, а если дело касается организации, то и руководителя. Следует придерживаться принципа конфиденциальности. Если исследование предполагает публикацию полученной информации, то необходимо получить согласие респондента. С принципом конфиденциальности связан принцип блага, означающий, что потенциальная польза для респондента и важность получаемых знаний вместе должны перевешивать риск нанесения респонденту вреда.

Исследователю необходимы чуткость, позволяющая уловить возникновение этической проблемы, и ответственность, которая бы заставляла чувствовать себя обязанным в таких случаях действовать подобающим образом.<sup>1</sup> Можно выделить три этических аспекта роли исследователя: научная добросовестность, определенное отношение к респонденту, независимость исследователя.

Еще один существенный вопрос – анализ данных интервью. Можно выделить шесть этапов качественного анализа (используется преимущественно для «мягких», глубинных, свободных интервью и пр.), которые не обязательно следуют один за другим в указанном порядке и начинаются еще в процессе интервью.

На первом этапе респондент *описывает* свой жизненный мир, рассказывая о чувствах и переживаниях в связи с предметом исследования.

Второй этап связан с *раскрытием* самим респондентом в процессе интервью новых связей и смыслов в своем жизненном мире.

На третьем этапе интервьюер в процессе интервью *интерпретирует* и выражает в сжатой форме смысл того, что описывает собеседник.

Далее, на четвертом этапе, интервью *интерпретируется* интервьюером. В этом процессе можно выделить три части:

---

<sup>1</sup> Квале С. Исследовательское интервью. С. 121.

структурирование часто громоздкого и сложного материала для анализа (как правило путем расшифровки и применения компьютерных программ); прояснение материала, освобождение его от лишних деталей (отступления, повторения), отделение необходимого от необязательного; глубокий анализ, предполагающий вытаскивание на поверхность собственного мнения респондента на поверхность (этому помогает конденсация – выражение в сжатой форме, категоризация, нарративное структурирование, интерпретация и ситуативные методы).

Пятый этап представляет собой *повторное интервью*, при которой интервьюер «возвращает» свою интерпретацию респонденту, давая возможность коррективке и комментированию.

Шестой этап может состоять в *расширении континуума описания и интерпретации*, а также включении в него действий, которые респондент начинает совершать, исходя из нового понимания, пришедшего к нему во время интервью. В таких случаях исследовательское интервью приближается к психотерапевтическому.<sup>1</sup>

Сильные стороны интервью:

- возможность собрать данные о внутреннем мире человека (о представлениях, ценностях, установках, оценках и пр.);
- возможность контролировать честность ответов;
- непосредственное взаимодействие интервьюера с респондентом позволяет по максимуму отработать весь перечень вопросов, не упустив ничего важного.

Слабые стороны интервью:

- требует много времени на реализацию;
- эффект интервьюера и влияние внешней обстановки на искренность ответов;
- сложности в подборе и обучении интервьюеров.

## 7.6 Экспертный опрос и экспертная оценка

В ряде социологических исследований предполагается анализ какого-либо феномена или процесса с позиции компетенции специалиста. Это может касаться получения глубоких знаний об объекте, предмете

---

<sup>1</sup> Квале С. Исследовательское интервью. М., 2003. С. 189-190.

исследования, о тенденциях развития объекта, социальных прогнозах. В частности, при исследовании туристического потенциала региона могут возникнуть вопросы относительно нормативно-правовой базы, объемов и структуры ресурсов развития туристической отрасли, статистических сведений о туристическом трафике, прогнозных и целевых показателей динамики данной сферы и т.д. Ответы на эти и подобные вопросы можно получить у эксперта – компетентного лица, имеющего глубокие знания в данной области теории и практики.

*Метод экспертного опроса* — это разновидность опроса, в котором респондентами являются эксперты - специалисты в определенной области деятельности.

Экспертный опрос имеет широкую сферу применения и может использоваться по широкому кругу вопросов, с целью реализации диагностики, проектирования и прогнозирования, выработки рекомендаций и управленческих решений. Анализ оценок специалистов позволяет уточнить гипотезы исследования, спрогнозировать развитие какого-либо процесса в будущем, получить нетривиальное и более глубокое понимание тех или иных социальных феноменов. Особенностью техники экспертного опроса является преобладание вопросов открытого типа, использование закрытых вопросов обусловлено лишь необходимостью оценить меру уверенности эксперта в своих суждениях, его согласия с другими точками зрения.<sup>1</sup>

Специфическая черта данного метода заключается в компетентном участии специалиста определенной сферы деятельности.

*Экспертиза* - процедура получения информации от экспертов.

*Экспертные оценки* — это суждения экспертов о различных сферах человеческой деятельности, предполагающие процедуру сравнения объектов и их свойств по выделенным критериям.

Главными задачами метода экспертной оценки является определение наиболее сложных аспектов проблемы исследования, повышение достоверности результатов и выводов.

Ключевые нормативные требования к экспертному опросу:

- обоснование выбора экспертов;

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 245.

- оценка достоверности сведений, представленных экспертом;
- обоснование целесообразности обращения к эксперту и рациональная организация его участия в процессе исследования;
- внимание к обстоятельствам, обуславливающим содержание высказываний эксперта;
- бережное отношение к сведениям эксперта, исключение потери данных или их искажения.

Достоверность экспертных оценок повышает упорядоченный отбор экспертов. Основные критерии отбора экспертов включают:

1. Компетентность: род занятий, ученая степень, ученое звание, стаж работы, количество опубликованных работ и другие показатели.

2. Актуальность знаний эксперта: знание последних достижений современной науки в соответствующих областях экспертизы.

3. Сочетание специализации и общего кругозора: эксперт должен быть узкоспециализированным, но также иметь хорошее общее представление о смежных областях.

4. Аналитические и синтетические способности: эксперт должен быть способен анализировать и синтезировать изучаемые проблемы, а также эффективно обрабатывать новую информацию.

5. Моральные качества: эксперт должен обладать высокими моральными стандартами и этическими принципами.

6. Если реализуется групповая экспертная оценка, то следует учитывать возрастные особенности группы, различия научных школ и методологических подходов и т.д. Не следует делать обширной группу экспертов.

Методы подбора экспертов:

1. Объективный – основывается на применении особых методик и бывает двух видов:

а) документальный метод - подбор специалистов с помощью определенных социально-демографических критериев (например, род занятий, наличие ученой степени, ученого звания, стаж работы по интересующему профилю, число опубликованных работ и др.).

б) экспериментальный метод – подбор с помощью проведения процедуры тестирования специалиста.

2. Субъективный – осуществляется при участии самих экспертов и имеет несколько видов:

- а) аттестация - реализуется с помощью голосования будущих членов экспертной группы (может проводиться в несколько туров);
- б) метод взаимной оценки в баллах или ранжированием;
- в) метод самооценки компетентности.

Наиболее удобная форма самооценки экспертов – совокупный индекс, используя который эксперты могут самостоятельно оценить свои знания, опыт и способности на ранговой шкале с позициями «высокий», «средний» и «низкий». Чтобы рассчитать совокупный индекс, исследователи предлагают присвоить значения «1», «0,5» и «0» соответственно. Затем сумма числовых значений самооценок уровня теоретических знаний, практического опыта и способности к прогнозу делится на три, чтобы получить коэффициент уровня компетентности эксперта. Коэффициент компетентности может варьироваться от 1 (полная компетентность) до 0 (полная некомпетентность). Обычно в группу экспертов включают тех, у кого индекс компетентности не ниже 0,5. Это позволяет отобрать экспертов, которые имеют достаточный уровень компетентности для проведения экспертизы.<sup>1</sup>

Метод коллективной оценки применяется в случае, если эксперты знают друг друга как специалисты. Для этого предлагается в заранее подготовленном списке отметить необходимое количество наиболее компетентных специалистов. Можно использовать социоматрицу, где по вертикали расположены те, кого выбирают, а по горизонтали – кто выбирает. Внутри таблицы можно использовать следующее распределение: число 1 означает выбор, 0 – отсутствие выбора. В последнем столбце таблицы приводится сумма голосов (см. таблицу 7).

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С.138-139 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

Таблица 7. - Пример оформления -  
Коллективная оценка компетентности эксперта

Кого назвали	Кто назвал										Количество выборов
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
Итого											

Стоит сказать, что указанные методы отбора хороши в случае, если экспертов по проблеме достаточно, чтобы выбирать. На практике зачастую таких людей не так много и приходится работать с доступными представителями методом «снежного кома» (по рекомендации ранее опрошенных экспертов).

Специфика опроса экспертов:

1. Преобладание в анкете открытых вопросов, отсутствие косвенных или контрольных вопросов.

2. Положения программы исследования представлены на общем, концептуальном уровне, без излишней детализации.

3. Наличие в инструментарии узкопрофессиональных терминов согласно в квалификации и сфере деятельности эксперта.

Формы экспертного опроса:

1. Очный/заочный индивидуальный опрос (анкетирование или интервью);

2. Очный/заочный групповой опрос (совещания, мозговой штурм);

3. Заочный индивидуальный (независимый) опрос в несколько туров (метод «Дельфи»<sup>1</sup>);

4. Очный групповой опрос в несколько туров (дискуссия, совещание,

<sup>1</sup> Тавокин Е. П. Основы методики социологического исследования : учеб. пособие. М., 2010. С. 113-116.

многоступенчатый отбор).

*Метод мозгового штурма* (или *мозговой атаки*) является важной формой экспертной оценки. Его суть заключается в сборе как можно большего количества идей без критики, с предположением, что большее разнообразие идей повышает вероятность нахождения необходимых решений.

Результаты мозговой атаки могут быть полезны для развития личных качеств участников какого-либо коллектива, а также в процессе социального прогнозирования.

Организация мозгового штурма представляет собой трудную задачу, которая включает подбор группы экспертов, включающих специалистов в области исследуемой проблемы и людей с развитым творческим воображением. В группе экспертов может быть выделен так называемый лидер - руководитель или президент круглого стола, который будет поддерживать фокусировку группы на главном вопросе. Кроме того, дискуссию может стимулировать специально выделенный докладчик.

В процессе мозгового штурма эксперты-аналитики раскрывают актуальное состояние и тренды в исследовании изучаемой проблемы. Эксперты-генераторы продуцируют нетипичные мысли и оригинальные идеи. Эксперты-регуляторы помогают сфокусироваться и исключить случайные идеи. Эксперты-стимуляторы стремятся оживить конструктивные идеи, которые могли быть оставлены в стороне. Эксперты-селекторы оценивают предложения и предоставляют слово руководителю, который делает итоговое заключение. Эксперты-методисты ответственны за подготовку, проведение и обработку материалов дискуссии. Оптимальное количество экспертов составляет 20-25 человек, а продолжительность дискуссии не должна превышать 1,5-2 часа.

*Традиционная дискуссия* с группой экспертов является важным средством для выяснения возможных путей решения проблемы. Цель такой дискуссии состоит в том, чтобы достичь группового коллективного мнения. Четкая формулировка предмета дискуссии и знакомство подавляющего большинства участников с ней являются предпосылками для успешной групповой дискуссии. Кроме того, культура, подготовка, проведение и оформление коллективного мнения экспертов также играют значительную роль в достижении успеха в дискуссии.

«Метод отнесенной оценки» - включает повторяющиеся циклы дискуссий, в ходе которых выявляются разногласия и достигается единое мнение большинства участников экспертизы. Важно отметить, что участники имеют право на частное заключение, несмотря на согласие других участников.

Коллективные методы экспертизы имеют множество преимуществ, но также сопровождаются некоторыми недостатками. Один из основных недостатков связан с взаимным влиянием экспертов друг на друга. Однако этот недостаток может быть преодолен с помощью индивидуального опроса в несколько туров.

Интересно отметить, что заочная версия метода отнесенной оценки получила название метода «Дельфи» или дельфийской техники, по имени древнегреческого города, который был известен как центр предсказаний оракулов.

*Дельфийская техника* обеспечивает анонимность респондентов, поскольку эксперты не встречаются друг с другом и заполняют анонимные анкеты индивидуально.

В ходе первого тура эксперты получают информацию о финальной точке зрения группы в целом. Затем, во втором туре, эксперты получают возможность либо приблизить свое мнение к позиции большинства, либо объяснить причины отклонения своего мнения от наиболее распространенного взгляда. В третьем туре новая информация позволяет всем еще раз пересмотреть свою точку зрения. На основе возможности уточнения своей позиции независимыми экспертами в соответствии с позицией большинства по определенному вопросу, формируется коллективное мнение.

Таким образом, дельфийская техника обеспечивает систематическое и постепенное обсуждение и выработку консенсуса среди экспертов, учитывая их индивидуальные мнения и возможность изменения взглядов на основе новой информации.

Более простые схемы реализации метода «Дельфи» («*минидельфи*») дают возможность получить оценки экспертов по итогам 2-3 туров всего за несколько часов или дней.

Слабые стороны метода «Дельфи»:

- трудоемкость процедуры проведения,

- затыанутость по времени (не каждый эксперт готов к столь длительному сотрудничеству).

Несмотря на указанные недостатки, дельфийская техника имеет широкое распространение. Она занимает одно из ведущих мест среди наиболее популярных методов во многих странах.

Современные экспертные опросы часто основываются на комбинации различных методов, форм и процедур. Такой подход позволяет получить наиболее полную и надежную информацию от экспертов. Использование разнообразных методов в экспертных опросах позволяет учесть различные аспекты проблемы и получить мнения экспертов с разных точек зрения.

## 7.7 Фокус-группа

Фокус-групповое интервью, или фокус-группа, представляет собой один из наиболее популярных методов сбора данных в исследовании, выполненном в качественной стратегии.

Сам термин «фокус-группа» образован от понятия «фокусированное интервью», которое, в свою очередь, разработали в одноименной работе Р. Мертон, М. Фиске и П. Кендалл в 1946 г.<sup>1</sup>.

Эта разновидность группового интервью, которая имеет полустандартизированный характер и занимает промежуточное положение между направленным и ненаправленным интервью. Оно сочетает фокусированность на конкретную проблему первого и свободу формы высказывания для респондентов второго. Фокусированность означает, что данный тип интервью ограничен очень малым числом обсуждаемых проблем.<sup>2</sup>

Фокусированные интервью проводятся для получения информации о том, как респонденты реагируют эмоционально. Нам необходимо узнать, что они чувствуют и какие ассоциации у них возникают в определенном контексте. Мы хотим получить их субъективные интерпретации, а не давать собственные. Это поможет нам лучше понять, что означает

---

<sup>1</sup> Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью / пер. с англ. Т. Н. Федоровской ; под ред. С. А. Белановского. М., 1991. URL: [http:// lib.socio.msu.ru/1/library](http://lib.socio.msu.ru/1/library) (дата обращения 30.03.2023).

<sup>2</sup> Тавокин Е. П. Основы методики социологического исследования : учеб. пособие. М., 2010. С. 162.

определенное слово или выражение и какие эмоции оно вызывает у респондентов.

Р. Мертон и его соавторы предлагают четыре способа эффективного использования метода фокусированного интервью при изучении эмоциональных реакций:

а) определение того, какие стимулы (например, реклама, пропаганда и т.д.) наиболее эффективно воздействуют на людей;

б) интерпретация расхождений между ожидаемыми и реальными результатами воздействия на эмоции, то есть, понимание, почему эффект воздействия может отличаться от ожидаемого;

в) анализ расхождений между преобладающим типом эмоциональной реакции и отличными от него реакциями в специфических подгруппах (например, почему одни люди реагируют по-разному на определенный стимул, в отличие от других);

г) интерпретация процессов, происходящих в экспериментальных ситуациях, чтобы лучше понять, как и почему определенные эмоциональные реакции возникают в конкретных контекстах.<sup>1</sup>

Фокус-групповые исследования включают четыре общих элемента:

1. участие нескольких респондентов, которые собираются вместе в одном месте;

2. поощрение взаимодействия между участниками, в отличие от других типов исследований, где обычно считается, что дискуссия между участниками может исказить чистоту ответов;

3. руководство профессионального модератора, который направляет групповую дискуссию в соответствии с целями исследования;

4. наличие сценария или путеводителя, которые, в отличие от формализованных инструментов, используемых в количественных исследованиях, представляют собой несколько незавершенное руководство. Он помогает сфокусироваться на определенной теме, одновременно давая возможность участникам высказаться спонтанно и обеспечивая групповую динамику.

Фокус-группы отличаются от других групповых методов исследования, таких как дельфийский метод или «мозговой штурм».

---

<sup>1</sup> Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью / пер. с англ. Т. Н. Федоровской ; под ред. С. А. Белановского. М., 1991. URL: [http:// lib.socio.msu.ru/l/library](http://lib.socio.msu.ru/l/library) (дата обращения 30.03.2023).

Последние обычно состоят из экспертов и направлены на выработку единой позиции и согласованных между собой рекомендаций. Фокус-группы, напротив, предназначены для выявления различных мнений по изучаемой проблеме, отражения всего спектра позиций по тому или иному вопросу.

Особый синергический эффект имеет включенность в групповой процесс, что в свою очередь способствует большему комфорту участников фокус-группы, чем при индивидуальном интервью. При этом успешная реализация такого исследования требует значительной подготовки и обусловлена влиянием разнообразных факторов.

Стадия подготовки фокус-группового интервью и применения количественных методов исследования имеет много общих черт. На этой стадии разрабатывается программа и формулируются проблема, цель, задачи, объект и предмет исследования. Однако в других аспектах есть различия. Например, гипотезы выдвигаются лишь как предварительные предположения заранее и затем уточняются в процессе исследования, чтобы не ограничивать понимание проблемы. По мере сбора информации и изучения проблемы исследовательские предположения становятся более конкретными.

Определение числа, размеров и состава фокус-групп играет ключевую роль в успешном проведении исследования. При этом данный метод не предполагает использование принципов выборочного исследования, так как в задачи фокус-группы не ставится перенос выводов более обширные социальные группы. Фокус-группы предоставляют возможность глубоко понять мнения и взгляды участников на различные темы.

Важно формировать фокус-группы, учитывая социально-демографические характеристики и поведенческие показатели участников, связанные с темой исследования. Подходящие участники должны быть представительными для целевой аудитории исследования, чтобы обеспечить достоверность результатов. Например, при исследовании потребления социальных услуг, участники фокус-группы должны быть реальными пользователями услуг или заинтересованными лицами. Неправильный подбор участников может исказить результаты исследования и привести к неточным выводам. Таким образом, важно тщательно подходить к отбору участников фокус-групп, учитывая их

характеристики и соответствие целям исследования, чтобы обеспечить качественные и достоверные данные.

Принцип обеспечения гомогенности и однородности состава группы играет важную роль в формировании динамики обсуждений. Несоблюдение этого принципа может привести к заторможенной динамике и ограниченной откровенности участников, особенно в контексте различий в участии мужчин и женщин в дискуссиях в смешанных группах. Учитывая контекст и тему обсуждения, структура группы должна быть тщательно выбрана, чтобы обеспечить наилучшие результаты и эффективное взаимодействие. Следует также помнить, что успешное проведение фокус-групп требует не только тщательной подготовки и планирования, но и высокой квалификации модератора для эффективного управления дискуссией и достижения поставленных целей и задач исследования.

Разделение на группы также распространяется на другие социально-демографические характеристики, такие как возраст, уровень образования и благосостояния. Например, люди с высшим образованием могут более ясно выражать свою позицию и доминировать в дискуссии. Поэтому рекомендуется разделять участников по образованию. Однако критерии выбора не должны быть слишком узкими, так как решающее значение имеет тема обсуждения, которая является основным фактором дифференциации.

При этом есть критерии, по которым не допускается участие в фокус-группе следующих лиц:

1. опыт участия в фокус-группе менее 6 месяцев. Активных участников еще называют «профессиональными» респондентами, которые, по сути, могут зарабатывать таким образом. В силу частого участия, они могут проникнуть в суть проведения фокус-группы и пытаться влиять на ее ход, в том числе подстраивать свои ответы под ожидания модератора.

2. опыт проведения фокус-групп и социологических исследований в целом, в силу специфики профессиональной деятельности. Знание методики проведения фокус-группы заведомо создает неравенство в группе и может отразиться на достоверности получаемой информации.

3. работа в рекламе и маркетинге. Здесь возможна утечка информации конкурентам и ангажированность в суждениях

4. работа в исследуемой отрасли. Позиции таких участников могут быть необъективными и значительно отличаться от других в силу знакомства со спецификой данной отрасли.

5. знакомство с другими участниками группы и/или с модератором. Сложившиеся ранее отношения между участниками фокус-группы могут оказать влияние на ход дискуссии и сужение спектра различных суждений.

Оптимальное количество участников в фокус-группе обычно составляет от 8 до 10 человек. Это позволяет обеспечить разнообразие мнений и многогранные обсуждения, сохраняя при этом возможность активного участия каждого члена группы. Когда число участников превышает 10, возникают сложности в контроле за обсуждением и направлении дискуссии. Модератору становится труднее обеспечить эффективное взаимодействие и управлять процессом исследования. Поэтому важно придерживаться рекомендуемого числа участников для достижения поставленных целей фокус-группы.

Если участников менее 8 человек, то также могут возникнуть некоторые трудности. Например, может появиться так называемый «лидер мнений», т.е. человек, который будет говорить довольно много и не всегда в соответствии с темой или поставленным вопросом, при этом другие участники предпочтут отмалчиваться и не конкурировать с ним. Также, беседуя в малой группе, участники могут ощутить себя экспертами, а не обывателями, и будут избегать делиться своими личными ощущениями и начнут говорить более обобщенно.

При этом довольно популярным становится проведение мини-групп (5-6 респондентов), особенно если есть ограничения по времени и ресурсам, а также для эффективной модерации в онлайн-формате.

При планировании исследования важно рационально подходить к выбору географических точек для проведения групп. С одной стороны, наличие широкой географии помогает избежать искажений и обеспечивает разнообразие данных. С другой стороны, даже при сопоставлении данных по разным географическим точкам, нельзя полностью охватить всю страну или регион. В целом, региональные особенности следует рассматривать как вероятность, а не абсолютный факт, который обязательно должен быть учтен. Т.е. если статистика или вторичный анализ результатов социологических исследований дают нам основания для проведения различий по территориальному признаку, то стоит тогда заложить это

признак при формировании групп. При этом следует рассматривать географию как вспомогательный, а не основной критерий для проведения сравнения.

Открытым остается вопрос с определением количества групп в одном исследовании. Как правило, большое значение имеет опыт исследователя или других ученых, а также интуитивное представление об оптимальном количестве групп. Важное значение имеет структура анализируемых переменных. Чем более разнообразен перечень факторов (например, помимо пола и возраста, нам требуется учесть влияние семейного и материального положения, уровня образования и пр.), тем большее количество групп закладывается в исследование. Наиболее типичным является проведение 6-8 групп. При этом В. И. Добреньков и А. И. Кравченко отмечают, что при исследовании только одной гомогенной популяции число групп может быть уменьшено до 5-ти.<sup>1</sup> Предполагается, что если при проведении очередной группы не удастся получить принципиально новую информацию, то рекомендуется завершить сбор данных.

Центральное место в реализации фокус-группы занимает разработка плана или сценария. Обычная продолжительность дискуссии составляет 1,5 - 2 часа, а сценарий, как правило, занимает 3 - 4 страницы. В самом общем виде такой сценарий состоит из следующих элементов:

1. основные цели дискуссии;
2. характеристика состава участников;
3. краткое вступление перед началом дискуссии (название темы, регламент, инструкции и т.п.);
4. начало дискуссии, в т.ч. знакомство с участниками и общая характеристика проблемы исследования;
5. основная часть, раскрывающая ключевые вопросы на общем уровне (с учетом контекста столкновения с той или иной проблемой: как часто, где, в каких обстоятельствах и пр.)
6. детализированное обсуждение, состоящее из перечня конкретных вопросов и аспектов (5 и 6 пункты реализуются по принципу «прямой воронки» - от общего к частному);
7. заключение, предполагающее ревизию обозначенных точек зрения,

---

<sup>1</sup> Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 401.

поиск дополнительных мнений, благодарность участникам.

В процессе дискуссии возможны незначительные корректировки сценария, если такие изменения будут способствовать развитию групповой динамики и плодотворной атмосферы сотрудничества для всех участников.

Дополнительно можно указать временные рамки для каждого элемента дискуссии, а также предусмотреть использование различных стимулов - средств для активизации обсуждения и выражения точек зрения. В качестве таких стимулов могут выступать рекламные ролики, образцы продукции и ее упаковки, представление каких-либо идей или программ и т.д. В ряде случаев участники могут выступать в качестве проектировщиков, создавая различные коллажи, собирательные образы товаров или услуг, тестируются их названия и пр. Особую группу стимулов образуют так называемые материальные активы фокус-группы. К ним относится организация кофе-брейка, заранее предусмотренного перерыва с предоставлением напитков и закусок. Но если дискуссия не превышает 1,5 часа, то она может пройти и без перерыва с угощениями. Обязательной частью фокус-группы в классическом ее понимании является денежное вознаграждение участников. Это делает возможным выстраивание партнерских, взаимовыгодных условий взаимодействия с участниками фокус-группы, требовать от них полноценной отдачи в дискуссии, а не быть в роли «просителя», которому участник делает одолжение.

Значимым аспектом организации фокус-групповой дискуссии является место проведения и его техническое сопровождение. Как правило, ход дискуссии фиксируется на видеокамеру. Более того, в ряде случаев требуется специализированное помещение с круглым столом и стеной с односторонним зеркальным экраном. В отдельном помещении за такой стеной могут находиться представители заказчика и наблюдать за процессом обсуждения, поведением отдельных участников, развитием групповой динамики. Аудиозапись дискуссии проводится в обязательном порядке. Дополнительно могут потребоваться канцелярские принадлежности для выполнения каких-либо заданий, а также техника для демонстрации видеоконтента.

Важной частью организации фокус-группы являются следующие аспекты:

1. отслеживание присутствия необходимого количества участников;
2. заполнение участниками так называемого «скринера»<sup>1</sup>, или анкеты-фильтра, которые позволяет исключить неподходящих участников (как правило, на группу приглашается два запасных участника, которые также получают небольшое вознаграждение за то, что пришли);
3. подготовка специальных табличек с именами участников, рассадка участников.

Центральной фигурой в фокус-групповом интервью является модератор, который буквально переводится как регулирующий, умеряющий. Русскоязычные аналоги («председатель», «ведущий») этого термина не получили широкого распространения, т.к. имеют нежелательные коннотации. В фокус-группе модератор не должен выступать в роли «начальника», руководителя дискуссии, а быть тем, кто способствует ее ходу. Это тонкий баланс между активной позицией ведущего и пассивной позицией наблюдателя.

Среди отличительных качеств хорошего модератора можно обозначить различные коммуникативные качества, в том числе умение слушать и слышать, проявлять эмпатию (быть настроенным на понимание участников дискуссии), хорошо и гибко ориентироваться в ходе обсуждения, помнить детали и важные аспекты уже сказанного ранее. Золотая середина должна быть и в отношении знания модератором темы дискуссии: иметь системные представления, которые не ставят его в положение эксперта.

Хороший модератор всегда держит в голове следующие вопросы:

- О чем дополнительно можно спросить, чтобы прояснить позицию участника?
- Получил ли я исчерпывающую информацию для получения достоверной и надежной информации о проблеме?
- Какие сведения о привычном опыте участников полезны будут с точки зрения раскрытия этой темы?
- Как вопросы помогут получить искренние ответы, отражающие реальность, а не общие рассуждения на публику?

Безусловно, у каждого модератора может быть свой неповторимый стиль, который будет эффективным для разных групп. При этом

---

<sup>1</sup> Чеховский И. В. Метод фокус-групп: этапы реализации исследования // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2012. №4. С. 145-155.

выделяются стили, которые заведомо не смогут обеспечить групповую динамику и нужный социально-психологический климат в группе. Среди таких стилей, например, выделяется авторитарный, запугивающий, плохо слушающий, «комедиант», растерянный, попустительствующий и др.

Хорошая фокус-группа характеризуется тем, что каждый участник вносит свой вклад в дискуссию, это происходит тогда, когда запущен так называемый групповой процесс (обычно в течение первых 15 - 20 минут). В противном случае каждый член группы будет говорить преимущественно с модератором и отвечать только на его вопросы. А это недопустимо с точки зрения развития группового взаимодействия и соответствующей ему социодинамики.

Конструктивные роли участников предполагают следующие стили поведения:

- «авторитет» - проявляется в наличии особого уважения со стороны других участников, настроен доброжелательно и не всегда стремится к лидерству в буквальном смысле,

- «союзник модератора» — принимает на себя словесные атаки, адресованные модератору, своеобразный миротворец в группе, снимающий накал страстей или напряжение в группе;

- сдержанные участники – самый популярный сценарий поведения в группе, занимают периферийную позицию в дискуссии по разным соображениям (в том числе рациональным);

- застенчивые, или неуверенные – как правило, неактивны в силу страха сказать что-то не то.

Среди деструктивных ролей отметим следующие:

- «альтернативный лидер» - по сути это конкурент модератора, может увести от цели дискуссии;

- «антагонист» - практически всегда и со всем не согласен. Может быть «рациональным антагонистом» (аргументирует критику, эмоционально сдержан) и «запугивающим антагонистом» (создает неприятности модератору, ставит его в затрудненное положение);

- «вещатель» - много говорит, но не по существу, без аргументации, весьма абстрактно и туманно излагает свои мысли;

- «доминатор» - занимает много времени, отбирая его у других, особую ценность для него имеет самопрезентация;

- «уточнитель» - усложняет любую коммуникативную ситуацию, постоянно нуждается в пояснениях и уточнениях;
- «нашептыватель» - стремится к приватному взаимодействию с соседями по столу, отвлекая их своими комментариями от коллективного обсуждения.

Выбор той или иной роли во многом обусловлен способностью модератора к созданию эффективной групповой динамики. Один участник может играть сразу несколько ролей по мере развития дискуссии. Существует ряд приемов, которые помогают модератору наладить работу группы, усилив действие конструктивных ролей и ослабив влияние деструктивных.

По результатам фокус-группой дискуссии осуществляется подготовка отчета. Конечно, бывает так, что заказчик (или его представитель) могут получить неожиданные инсайты в реальном времени дискуссии и даже сформулировать какие-либо решения изучаемой проблемы. Тем не менее, для повышения обоснованности таких решений необходим детализированный анализ полученных результатов, который строится по следующему алгоритму: эмпирические данные (высказывания участников) – формулировка тезисов – их интерпретация.

На первом этапе составляется транскрипт (перевод звука в текст), просматривается видеозапись (акцент на невербальном поведении участников). Далее весь первичный материал сжимается до более общих категорий, из которых выбираются наиболее важные, типичные для различных дискуссий в рамках одного исследования. В завершении дается интерпретация полученных результатов, делаются необходимые обобщения и выводы, разрабатываются рекомендации.

Существует три варианта отчетности по итогам фокус-группового исследования:

1. в устной форме – реализуется как беседа с заказчиком с целью пояснения и углубления понимания результатов фокус-группы, сопровождается презентацией с наиболее важными результатами и их визуализацией (таблицы, рисунки, видео и пр.);

2. в краткой письменной форме – отражает наиболее существенные выводы.

3. в детализированной письменной форме по следующей структуре:

1) вводная часть,

- 2) цель и задачи исследования,
- 3) характеристика метода сбора данных, в том числе требования к участникам, количество групп и пр.,
- 4) выявление и описание подгрупп, их мнений и позиций с цитатным материалом,
- 5) основные выводы,
- 6) рекомендации,
- 7) приложения (инструментарий, стимулирующий материал).

Сильной стороной этого подхода является то, что этот метод исследует участников в более естественной среде, чем искусственные эксперименты, и ориентирован на социальные вопросы. Кроме того, фокус-группы являются относительно недорогими, дают быстрые результаты и позволяют опросить большое количество людей одновременно. Этот метод особенно популярен в маркетинговых исследованиях и исследованиях общественного мнения.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. В чем специфика социологического опроса?
2. Назовите основные виды и этапы проведения опроса.
3. Назовите виды вопросов.
4. Перечислите требования к вопросам анкеты.
5. Что включает в себя структура анкеты?
6. Назовите виды анкетирования.
7. Назовите функции и специфику интервью.
8. Укажите достоинства и недостатки метода интервью.
9. Что включает в себя эффект интервьюера?
10. Какие коммуникативные техники используются в процессе интервью?
11. Назовите виды интервью.
12. Какие условия эффективного применения телефонного интервью?
13. Для чего предназначена экспертная оценка?
14. Какие критерии отбора экспертов?
15. В чем состоит специфика опроса экспертов?
16. Назовите этапы и особенности процедуры экспертизы.
17. Раскройте формы проведения экспертного опроса.
18. Опишите методику проведения фокус-группового исследования.

### *Рекомендуемая литература*

1. Горшков, М. К. Задачи социологического исследования и принципы измерения социальных явлений / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги // Социология образования. - 2010. - № 5. - С. 8 - 30. – Текст: непосредственный.

2. Белановский, С. А. Индивидуальное глубокое интервью / С. А. Белановский. – Москва : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – Текст: непосредственный.

3. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522>. (дата обращения: 19.04.2023).

4. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 768 с.

5. Квале, С. Исследовательское интервью / С. Квале ; пер. с англ. М.Р. Мироновой. - Москва : Смысл, 2003. - 301 с.

6. Мертон, Р. Фокусированное интервью / Р. Мертон, М. Фиске, П. Кендалл ; пер. с англ. Т. Н. Федоровской ; под ред. С. А. Белановского. - Москва, 1991. – URL: [http:// lib. socio.msu.ru/l/library](http://lib.socio.msu.ru/l/library). – Текст: электронный.

7. Основы прикладной социологии : учебник для вузов / под ред. Ф. Э. Шереги, М. К. Горшкова. - Москва : Интерпракс, 1996. - 184 с. – Текст: непосредственный

8. Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования : учеб. пособие / Е. П. Тавокин. - Москва : ИНФРА-М, 2010. – 239 с. – Текст: непосредственный.

9. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст: непосредственный.

## ГЛАВА 8 СОЦИАЛЬНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

### 8.1 Специфика и виды социального эксперимента

Метод эксперимента является одним из самых известных и в то же время одним из самых сложных в реализации методов сбора данных в научном мире.

*Эксперимент* — это метод сбора и анализа эмпирических данных в специально созданных условиях, с помощью которого научно проверяются гипотезы о причинно-следственных связях между явлениями.

По сравнению с другими методами, эксперимент является наиболее активным и результативным с позиции перспектив погружения в суть исследуемых явлений и процессов.

Эксперимент был заимствован социальными науками из естественных наук, где, начиная с XVII века, стал универсальным эталоном научности и оптимальным способом верификации различных теоретических моделей и гипотез. Позднее – в XIX в. – английский социолог Джон Стюарт Милль предложил более подробную концепцию реализации метода социального эксперимента.

Эксперименты имеют разнообразную природу, рассмотрим основные виды экспериментов:

1. По характеру экспериментальной ситуации – *полевые* (в естественной среде обитания группы) и лабораторные (в специально созданных условиях).

2. По характеру структуры эксперимента как деятельности - *проективные* эксперименты (от настоящего к будущему) и *квазиэксперименты* (от прошлого к настоящему, от следствия к причинам). В квазиэксперименте (его еще называют мысленным экспериментом) вместо манипуляции с реальными объектами оперируют информацией. Он осуществляется с помощью регрессионного анализа, позволяющего устанавливать детерминационные отношения (насколько изменения одной переменной объясняются изменениями других переменных).

3. По типу задач - *фундаментальные* и *практические*.

4. По характеру логической структуры доказательств - *параллельные* (участвуют две группы) и *последовательные*, или *линейные* (участвует

одна группа, которая сначала выступает в качестве контрольной, а затем - экспериментальной.)

В последовательном эксперименте до начала эксперимента фиксируются все характеристики объекта, а затем, после изменения определенных условий или характеристик, через определенное время вновь измеряется состояние объекта.

В параллельном эксперименте участвуют контрольная и экспериментальная группы, состав которых должен быть идентичен по своим социально-демографическим и иным признакам. По итогам эксперимента сравниваются контрольные характеристики этих групп и производятся выводы о величине изменений.

5. По типу объектов исследования - *социологические, социально-психологические, экономические* и т. п.

6. *Натурный эксперимент* - предполагает вмешательство экспериментатора в естественный ход событий. Натурный эксперимент может быть:

*а. контролируемым.*

*б. неконтролируемым.*

При контролируемом эксперименте выравниваются условия, объекты, параметры, которые могут повлиять на результат экспериментального фактора. Позволяет очистить экспериментальную ситуацию от влияния побочных факторов и относительно однозначно констатировать воздействие экспериментальной переменной.

При неконтролируемом результат достигается посредством множества повторных экспериментов, чтобы исключить случайные факторы в соответствии с теорией вероятности.

## **8.2. Процедура проведения социального эксперимента**

Как правило в эксперименте можно выделить два вида объектов - контрольная и экспериментальная группы. Дадим определение экспериментальной и контрольной группам.

*Экспериментальная группа* - та группа, на которую оказывают воздействие экспериментальным фактором.

*Контрольная группа* - идентичная экспериментальной по заданным параметрам, но не испытывает воздействие экспериментальным фактором.

Экспериментальная группа должна быть стабильна на весь период проведения эксперимента, следует получить согласие на участие в эксперименте. Контрольная группа, в свою очередь, позволяет повысить чистоту социального эксперимента.

В случае с последовательным экспериментом одна и та же группа сначала выступает как контрольная, затем как экспериментальная. Если мы имеем дело с линейным экспериментом, то данные два объекта должны иметь схожую структуру по важным для исследования признакам (например, по полу, возрасту, уровню образования, материального положения и пр.). Безусловно, полной идентичности здесь не достичь, поэтому необходимо определиться с перечнем значимых признаков.

Выделяются три способа сближения контрольной и экспериментальной групп<sup>1</sup>:

1. *Попарное выравнивание* (или *метод попарного отбора*) объектов по определенным критериям. Так, для каждого участника экспериментальной группы подбирается идентичный участник контрольной группы. Например, если в экспериментальную группу входит женщина 30 лет со средним профессиональным образованием, то и в контрольной группе должен быть идентичный участник с такими же характеристиками. Так формируются группы для параллельного эксперимента. Здесь важно подобрать участников по нейтральным и контрольным, но не по факторным характеристикам.

2. *Выравнивание частотных распределений* (или *метод структурной идентификации*) – это более простой метод, чем попарное выравнивание, т.к. нацелено на соблюдение пропорций в целом, и нет необходимости соблюдать идентичность каждой пары в отдельности. Так, если в эксперименте участвует 10% людей с высоким материальным положением, то такая же доля должна быть представлена и в контрольной группе.

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С.150 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

Конечно, группы не будут идентичны в данном случае, но формирование групп значительно упрощается.

3. *Метод случайного отбора*, или *рандомизация*. Используется при достаточно больших объемах экспериментальной группы в соответствии с принципами случайной (вероятностной) выборки. По сравнению с предыдущими двумя методами, рандомизация позволяет сделать однородными группы по всем признакам, а не только контролируемым исследователем.<sup>1</sup>

Рассмотрим другие элементы эксперимента.

*Экспериментальный фактор* (независимая переменная) - условие или система условий, которые вводятся социологом. Независимая переменная будет управляемой, если ее направление и интенсивность действия находятся в соответствии с программными установками.

*Экспериментальная ситуация* - ситуация, которая создается в соответствии с программой исследования для проведения эксперимента. По структуре экспериментальная ситуация характеризуется условиями эксперимента; вербальными и предметными факторами-раздражителями; инструкцией; наличием экспериментаторов; наличием испытуемых и их реакциями.

На полевом этапе проведения эксперимента в экспериментальную группу вводится экспериментальный фактор. Посредством сравнения характеристик в обеих группах после введения данного фактора фиксируется наличие его воздействия на объект. Если различие близко нулю или практически незаметно, то можно сделать вывод об отсутствии связи. И наоборот, если мы фиксируем видимые изменения в распределении изучаемых свойств объекта, то можно говорить о наличии причинно-следственной связи между указанными свойствами и экспериментальным фактором. Это общая модель доказательств, работающая и в случае более сложных по процедуре экспериментов<sup>2</sup>.

Приведем пример, когда экспериментальный фактор исключен из условий экспериментальной ситуации. Исследуя явление «А», мы можем предполагать особенности его развития под влиянием условий: «Б»; «В»; «Г»; «Д» и т.д. Если в центре нашего внимания влияние фактора «Д», то необходимо многократно повторить эксперимент, сохранив без изменения

<sup>1</sup> Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов. 2-е изд. М., 2008. С. 192.

<sup>2</sup> Там же. С. 191.

все условия («Б», «В», «Г» как зависимые переменные), но при этом меняя фактор «Д» (независимая переменная). Процедура проверки гипотезы и достоверность вывода о причинно-следственных связях основана на большом количестве либо повторений эксперимента, либо самих испытуемых.

Результаты эксперимента фиксируются в протоколе, в том числе общая информация об участниках, суть цели и задач эксперимента, его длительность, количественные и качественные результаты эксперимента, особенности поведения испытуемых и т.п.

Особенности проведения эксперимента в социальной сфере:

- вмешательство в сложившийся объект;
- планомерное введение относительно изолированного экспериментального фактора, возможная комбинация с другими факторами; создание продуманной искусственной ситуации;
- целенаправленный контроль за всеми существенными факторами;
- эффекты изменения зависимых переменных должны быть измерены и сведены к влиянию независимых переменных (экспериментального фактора).

Для успешной реализации эксперимента исследователь должен решить следующие две задачи:

1. Теоретическое обоснование структуры эксперимента и последовательности всех шагов.
2. Определение способов фиксации и интерпретации происходящих на объекте изменений под воздействием экспериментального фактора.

Данные задачи в эксплицитной форме раскрываются в программе социального эксперимента, которая включает в себя следующие элементы:

1. Характеристика проблемной ситуации.
2. Определение предмета, цели и задач экспериментального анализа.
3. Обоснование выбора объектов, используемых в качестве экспериментальной группы.
4. Описание модели экспериментальной ситуации (факторы и условия эксперимента).
5. Формулировка гипотез эксперимента.
6. Обоснование масштабов экспериментирования.
7. Разработка методики и рабочего плана эксперимента.

После разработки программы и рабочего плана идет реализация

программы, анализ результатов, проверка эффективности эксперимента.

Требования к организации и проведению социального эксперимента следующие:

1. Тщательно разработанная программа исследования.
2. Обоснование необходимости проведения социального эксперимента (оценка новизны получаемых в результате эксперимента знаний).
3. Структура и условия эксперимента не должны нарушать основополагающих принципов исследуемого объекта,
4. Эксперимент должен быть управляемым.

Сфера использования эксперимента:

- проверка объяснительных гипотез (предположений о причинно-следственных связях);
- проверка результатов, полученных с помощью других методов сбора данных;
- необходимость по-новому взглянуть на сложившиеся социальные явления и процессы.

Ограничения в реализации эксперимента в основном касаются этических аспектов вмешательства в естественную среду функционирования социальных объектов и связаны прежде всего с рисками возникновения нарушений сложившихся связей на объекте, к дестабилизации ситуации и возникновению конфликтов. К трудностям проведения эксперимента можно также отнести сложность процедуры; требования значительных материальных, человеческих, временных и прочих ресурсов трудности с привлечением больших групп людей на длительное время; закрытость объекта для проведения эксперимента.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. В чем специфика и назначение социального эксперимента?
2. Назовите виды социальных экспериментов.
3. Укажите требования к эксперименту, к обеспечению его эффективности, объективности и достоверности.
4. Укажите границы применения эксперимента.
5. Для чего выделяют экспериментальную и контрольную группы?
6. Какие основные этапы экспериментальной работы и их характеристика?

7. Что представляет собой экспериментальная ситуация?

***Рекомендуемая литература***

1. Батыгин, Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов / Г. С. Батыгин. - 2-е изд. - Москва : РУДН, 2008. - 368 с. – Текст: непосредственный.

2. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522>. (дата обращения: 19.04.2023).

3. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст: непосредственный.

## ГЛАВА 9 ТЕСТЫ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

### 9.1 Сущность тестовых методик

В социологии также могут применяться методы, заимствованные из психологической науки, а именно разнообразные тесты, в том числе проективная техника и социометрический опрос.

Дадим определению тестовых методов, с опорой на работу В. А. Ядова<sup>1</sup>.

*Тест* - кратковременно испытание, с помощью которого измеряется уровень развития или степень выраженности некоторого психического свойства (черты, характеристики), а также совокупности психических свойств личности или же психических состояний (отношений, взаимного восприятия) групп и общностей.

В психодиагностике тестирование представляет собой стандартизированную процедуру с целью выявления количественных и качественных индивидуально-психологических различий.

Специфику метода тестирования составляет тот факт, что в отличие от большинства других научных методов, нацеленных на приращение нового знания, данный метод преимущественно фокусируется на сопоставлении выявленных у конкретного объекта свойств некоторым определенным нормативам, или стандартам, которые уже ранее были зафиксированы. По своей сути, тест – это испытание или проверка на соответствие некоторому эталону.

Для тестовых методик характерен неоднократный контроль полученных данных в отношении изучаемого свойства. По сути, это серия испытаний с целью определения меры выраженности данного свойства.

Требования к тестам:

1. Валидность – оценка способности избранного метода зафиксировать интересующее нас свойство объекта.

2. Надежность - устойчивость (стабильность) результатов при повторных проверках.

3. Стандартизация - многократное тестирование на большом числе испытуемых для определения, насколько испытуемые соответствуют

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 261.

определенному стандарту, а также для сравнения данных, полученных в разное время и в разных местах.

4. Равные возможности для всех испытуемых - использование одних и тех же заданий для выявления психических особенностей у испытуемых.

5. Норма и истолкование теста.

Тестовые результаты всегда относительны. Определение точки сопоставления конечного балла (индекса) происходит статистически на большой группе испытуемых (порядка 200-300 человек). Так, для тестирования памяти определяется статистически стабильный показатель наибольшего и наименьшего количества запоминания тестового материала. Наименьший показатель в базовой группе становится исходной точкой. Измерение памяти конкретного индивида всегда сравнивается с исходными точками отсчета.

Любой тест может быть использован только на группах испытуемых, которые сходны с базовой группой, на которой тестовые задания были разработаны и проверены. Важно отметить, что не рекомендуется применять тесты, которые не были адаптированы под российские социально-культурные условия. Это особенно относится к вербальным процедурам и языковым проблемам. Банальный перевод на другой язык может исказить не только смысл вопросов, но и их важность в общей шкале. Поэтому адаптация теста — это сложная исследовательская работа.<sup>1</sup>

Проверка надежности теста может быть выполнена путем анализа корреляции с другими показателями, которые измеряют то же свойство, а также с данными, измеряющими отдельные аспекты этого свойства. Однако основные критерии надежности теста являются теоретическими основаниями, которые опираются на представление об объекте исследования.

Как правило, к тесту прилагается инструкция, предписывающая правила подведения итогов, или так называемый «ключ», отсутствие которого делает использование тестов бессмысленным.

В контексте социологического исследования более целесообразно применение не общеличных тестов, а отдельных диагностических методик, нацеленных на определение конкретных свойств личности или

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 262-263.

группы в целом. В различных примерах междисциплинарных исследованиях широкое применение получили именно групповые методики, направленные на анализ взаимосвязей в коллективах.

Важно помнить следующее:

- тестовые результаты всегда относительны и требуют сравнения сопоставимых групп испытуемых, на которых проводились тестовые задания;
- надежность теста выражается в связи с другими показателями, которые измеряют ту же характеристику, а также с данными, измеряющими отдельные аспекты этой характеристики;
- в социологическом исследовании особенно полезны тесты, проводимые на групповом уровне.

Классификация видов тестовых методик:

1. По предмету исследования:

- а) общеличностные тесты - используются для измерения различных психических характеристик личности в их совокупности;
- б) личностные тесты - предназначены для диагностики конкретных особенностей, характеристик и свойств индивида, например, творческих способностей, общей ответственности, самоконтроля и т.д.;
- в) групповые тесты - разработаны для измерения групповых психологических процессов, таких как уровень сплоченности группы, особенности группового психологического климата, межличностного восприятия, влияние норм и социального давления на членов группы и другие.

2. по технике проведения:

- а) объективные тесты, основанные на использовании аппаратуры и часто измеряющие психофизиологические реакции (например, измерение кожно-гальванического рефлекса для оценки эмоционального состояния);
- б) опросные методики или субъективные тесты такие как общеличностные тесты Г. Айзенка и Р. Кеттела. В таких тестах испытуемому предлагается оценить наличие или отсутствие определенных черт личности или поведения, основываясь на серии контролируемых суждений (например, вопрос об общей тревожности: "Часто ли Вас беспокоит чувство, что Вы чем-то хуже других?");
- в) тесты «с карандашом и бумагой», например, для диагностики внимания. В таких тестах испытуемому может быть предложено

вычеркнуть определенные буквы (как в "корректорском тесте") или найти оптимальный выход из лабиринта (оценка интеллектуальных способностей) и т.д.;

г) тесты, основанные на экспертной оценке поведения испытуемых. Например, методика ГОЛ (групповой оценки личности), в которой эксперты оценивают поведенческие проявления испытуемых.

Особую разновидность тестовых методик представляют проективные техники.

*Проективная техника – это совокупность исследовательских процедур, позволяющих получать научно обоснованные данные о тех установках или мотивах, информация о которых при применении прямых исследовательских процедур подвергается определенным искажениям.*

Проективные процедуры основаны на следующих подходах:

1. Ассоциация - предполагается, что быстрый ответ на предложенный стимул будет более открытым и позволит лучше выявить латентные установки и мотивы.

2. Фантазия - используется для стимулирования свободных ассоциаций, связанных с неопределенными стимулами, предъявляемыми испытуемому.

3. Концептуализация - испытуемому предлагается двусмысленный или неопределенный стимул, и создается ситуация, в которой его реакция на стимул должна быть однозначной.

4. Классификация - путем отнесения определенных понятий или явлений к определенному классу можно получить представление о установках или мотивах испытуемых.

Существует несколько разновидностей данных тестов:

1. Тест на завершение предложений основан на том, что испытуемому предлагается мгновенно и без особых раздумий закончить набор незавершенных предложений. Предложения составлены таким образом, чтобы стимулировать ответы, связанные с изучаемыми аспектами личности, такими как отношение к родителям, близким, друзьям, коллективу, успеху в учебе, работе, спорте, самооценке, ценностям, ориентациям, прошлому и будущему, а также отношению к жизненным трудностям.

Результаты такого теста могут быть обработаны как качественными методами, так и количественными, когда вариантам ответов присваивается

оценка отношений: положительная, отрицательная и безразличная (например, баллы от -2 до +2).

Ниже приводятся примеры таких предложений по определению жизненных целей:

- Я всегда хотел (хотела)...
- Я мог (могла) бы быть очень счастливым (счастливой), если бы...
- Моим скрытым стремлением в жизни...
- Больше всего я хотел (хотела) бы в жизни...

2. Метод карикатур предполагает, что испытуемому предлагается добавить надписи внутри представленных ему шаржей или карикатур.

3. Метод интерпретации картин основан на формировании свободных ассоциаций у испытуемых по поводу неопределенных картин.

4. Метод дидактических историй включает предоставление испытуемым ряда коротких историй, в которых предполагается возможность нескольких противоположных типов отношения к описываемым событиям. Целью этого метода является активное вовлечение испытуемого в события историй.

5. Игровые методы представляют собой набор игр, которые используются для выяснения установок и мотивов у испытуемых.

Слабые стороны и ограничения проективных методов:

- для эффективной разработки и анализа данных необходимо иметь высокую квалификацию исследователя;
- измерение полученной информации в количественном выражении может быть сложной задачей;
- не всегда удается разработать процедуры для изучения всех аспектов и мотивов поведения личности.

В процессе подготовки и проведения тестирования можно выделить следующие этапы:

1. Выбор тестовой методики.
2. Инструктирование испытуемых.
3. Контроль за выполнением заданий.
4. Интерпретация результатов и подведение итогов тестирования.<sup>1</sup>

В целом эффективность тестовых методик обусловлена наличием квалифицированного специалиста, умеющего правильно их использовать.

---

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 635.

Для этого следует придерживаться общих правил тестирования, из которых особенно выделим, что тестирование должно проводиться строго конфиденциально, его результаты не должны травмировать исследуемого или снижать его самооценку, при сложном тесте необходимо участие специалиста по психодиагностике.<sup>1</sup>

Если тестирование проводят специалисты смежных областей, не имеющие профильной, психологической подготовки, то им следует использовать только те методики, которые теоретически и психометрически хорошо обоснованы, обеспечены однозначной стандартной инструкцией и при интерпретации не требуют специальных знаний. В целом, при использовании тестовых методик необходимо придерживаться определенных принципов, чтобы не нанести вред исследуемым лицам.

## 9.2 Методика социометрии

Иногда в практике социологических исследований приходится изучать процессы в малых группах – классах, коллективах, студенческих группах, группах по интересам.

Обратимся к понятию социальной группы, опорой на классические работы по социологии<sup>2</sup>.

*Социальные группы* – это относительно устойчивые совокупности людей, имеющих общие интересы, ценности и нормы поведения, складывающиеся в рамках исторически определенного общества.

Расцвет теории малых групп в западной социологии приходится на 40-е - 60-е годы. Методы анализа социальной группы сложились в результате почти полувековой истории исследования малых групп американскими социологами, начиная с 20-х - начала 30-х годов и особенно в период 40-х - 50-х годов. Джекоб (Якоб) Морено, один из основателей микросоциологии, писал: «Вместо анализа социальных классов, состоящих из миллионов людей, мы занимаемся тщательным анализом небольших групп. Это отход от социальной системы к ее атомарной структуре».<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Добренков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 634.

<sup>2</sup> Там же. С. 239.

<sup>3</sup> Морено Дж. Социометрия. М., 1958. С. 60.

Наличие в малой группе общей социальной деятельности позволяет интерпретировать группу как субъекта этой деятельности и тем самым предлагает теоретическую схему для всего последующего исследования. Таким образом, «малая группа — это группа, в которой общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов». При таком понимании малая группа - это группа, реально существующая не в вакууме, а в определенной системе общественных отношений, она выступает как субъект конкретного вида социальной деятельности, «как звено определенной общественной системы, как часть общественной структуры».<sup>1</sup>

Особенность социометрической техники заключается в том, что она предназначена для измерения не личностных, а групповых свойств, в частности для выявления и описания эмоциональных связей, взаимных симпатий и антипатий между членами группы.

Функции социометрической процедуры включают:

- определение «социометрических позиций» - идентификация авторитетных и отвергнутых членов группы на основе симпатии и антипатии;
- измерение уровня сплоченности или разобщенности внутри группы;
- обнаружение внутригрупповых образований - выявление сплоченных группировок, возглавляемых неформальными лидерами.

С точки зрения техники реализации социометрия — это синтез методики опроса и особых процедур статистической обработки полученных данных.

Центральное место в процессе составления программы исследования занимает так называемый социометрический критерий.

*Социометрический критерий* – это вопрос (как правило, о возможных совместных видах деятельности), задаваемый всем членам изучаемой группы с целью выяснения взаимоотношений.

Требования, предъявляемые к социологическому критерию:

- должен одинаково пониматься всеми членами группы;
- задача критерия состоит в том, чтобы респондент выбрал или отклонил другого члена группы в рамках совместной деятельности, определенной задачей;

<sup>1</sup> Андреева Г. М. Социальная психология : учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. М., 2004. С. 162.

- не должно быть ограничений в том, кто может быть выбран или отклонен внутри группы;
- включать предложения, сформулированные таким образом, чтобы отражалось эмоционально-психологическое отношение членов группы;
- убеждать респондента в практической значимости опроса, в возможности участия в создании и перестройке группы.<sup>1</sup>

Социометрический критерий может быть сформулирован как в *положительной, так и в отрицательной форме*. Количество используемых критериев определяется продолжительностью взаимодействия членов группы между собой, однако лучше не больше 7-8, чтобы не вызывать раздражение у респондентов. Чем менее развиты взаимоотношения в группе, тем меньше необходимо устанавливать критериев - особенно в случае изучения групп, где присутствуют серьезные межличностные конфликты.

Социометрические критерии подразделяются на *официальные и неофициальные*. Официальные критерии измеряют межличностные отношения на формальной уровне жизнедеятельности группы. Например, «Кого из коллег Вы могли бы предложить в качестве руководителя данного отдела?» и «Кого из коллег Вы не могли бы предложить в качестве руководителя данного отдела?» (пример официального критерия в положительной и отрицательной форме). Неофициальные критерии связаны с неформальными, межличностными отношениями. Например, «С кем из коллег Вы бы согласились пойти на вечеринку?» (положительный вариант) и «С кем из коллег Вы бы не согласились пойти на вечеринку?» (отрицательный вариант).

Социометрические критерии могут быть представлены в виде *ранжирования*, предлагающие расположить по порядку членов группы в зависимости от того или иного вопроса.

Основные принципы реализации социометрии:

1. Установить доверительные отношения с группой участников.
2. Объяснить цели и назначение социометрического теста.
3. Подчеркнуть важность самостоятельности и автономности при ответах.
4. Гарантировать конфиденциальность данных.

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 174 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

5. Проверить, чтобы вопросы в тесте были понятны и не допускали двусмысленности.

6. Четко и ясно объяснить правила записи ответов.

Социометрическая процедура, не ограничивающая количество выбираемых лиц, кроме себя, называется *непараметрической* (N-1). Данная процедура способствует выявлению многообразных межличностных связей в группе.

Процедура, ограничивающая предполагаемый выбор, называется *параметрической*. Ф. Э. Шереги и М. К. Горшков рекомендуют в данном случае следующие ограничения на число выборов: если число членов группы 5-7 человек, то следует ограничить выборы до 1 человека, если 8-11, то до 2-х, 12-16 - до 3-х, 17-21 – до 4-х, 22-26 – до 5-ти, 27-31 – до 6-ти, 32-36 – до 7-ми.<sup>1</sup>

Процедура социометрического теста заключается в следующем. Всем участникам выдается бланк опроса, или социометрическая карточка (см. таблицу 8), а также перечень членов группы. Для упрощения работы, фамилии участников группы заменяются особым символом или числовым кодом. Социометрическая карточка представляет собой анкету, которая начинается с обращения к респондентам и содержит информацию о цели опроса, его значимости, а также мотивированную просьбу об участии в опросе. Далее приводится инструкция к заполнению карточки, указываются ограничения выборов, если они предусмотрены и, самое главное, должна быть гарантирована тайна ответов. В конце карточки размещаются слова благодарности за участие в опросе.

Таблица 8. - Образец социометрической карточки (непараметрический опрос)

№	Критерии	Номера членов группы
1	Кого бы Вы хотели видеть в качестве старосты группы?	
2	Кого бы Вы не хотели видеть в качестве старосты группы?	
3	Кто Вас может предложить в качестве старосты группы?	
4	Кто не предложит Вас в качестве старосты группы?	

Результаты опроса записываются в таблицу-социоматрицу, где каждый член группы представлен строкой ответов. Чтобы отразить, кто

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С. 176 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

выбирает и кого выбирают, участники группы обозначаются буквами или числами и размещаются по вертикали (выбирающие) и горизонтали (выбираемые). Затем проводится диагональная линия, которая исключает возможность выбора самого себя. В квадратах, где выбирающий мог бы отметить себя, ставится перечеркивающий знак. Позитивные выборы, сделанные участниками, обозначаются знаком «+» в соответствующих ячейках, а негативные выборы - знаком «-». Взаимные выборы обводятся кружками. Дополнительно можно указать последовательность выборов (первый – наиболее предпочтительный вариант и следующие за ним в порядке убывания предпочтений). В крайних ячейках таблицы выставляется суммарный итог по числу положительных и отрицательных выборов.

В упорядоченной социоматрице взаимные выборы выравниваются по главной диагонали для того, чтобы показать, какие индивиды, на основе результатов своих выборов, образуют внутренние интегративные группы.

При создании упорядоченной таблицы выбирается любое число, которое имеет взаимный выбор. Его порядковый номер и фамилия записываются в первую строку таблицы. Тот же номер помещается в первую клетку сверху. Далее из первой строки таблицы выбираются те, кто имеет взаимный выбор с индивидом, который был записан в первую строку. Их порядковый номер и фамилия записываются во вторую строку. Этот же номер помещается во вторую колонку сверху. В соответствующие клетки матрицы ставится знак «+». Тех, кто не имеет взаимного выбора, записывают в конце таблицы (см. таблицу 9).

Надежность данных, полученных в опросе, оценивается через повторное проведение опроса, а обоснованность результатов - путем наблюдения реальных взаимоотношений в группе.

Таблица 9. - Социометрическая матрица

Кто выбирает	Кого выби- рают					Позитивн	Негативн	Итого	Взаимн о
	1	2	3	4	5				
1		+	+	0	0	2	0	2	2
2	+		0	-	0	1	1	2	2

3	+	0		0	+	2	0	2	1
4	+	-	0		0	1	1	2	1
5	+	0	0	-		1	1	2	0
Позитивн .	4	1	1	0	1	7			
Негативн .	0	1	0	2	0		3		
Итого	4	2	1	2	1			10	
Взаимно	2	2	1	1	0				6

Другим способом представления результатов, содержащихся в таблице, является социограмма.

*Социограмма* – это специальный график, рисунок, диаграмма, изображающие целостную картину взаимоотношений, взаимных и односторонних выборов и отклонений, ожидаемых выборов и отклонений, сделанных в ходе исследования, проведенного с помощью социометрической методики.

Рассмотрим основные разновидности социогаммы:

1. Мишень — это представление в виде концентрических кругов, внутри которых располагаются участники группы в соответствии с количеством полученных выборов. Чтобы отразить гендерную принадлежность, мужчины и женщины обозначаются различными знаками. Стрелки указывают направление выборов. (см. рис. 4).

-----► - отрицательный выбор

————► - положительный выбор

*Рис. 4.* Символика для социогаммы

2. Группировка — это достаточно свободное плоскостное изображение, которое отражает существующие внутри исследуемой группы группировки и связи между ними. На этом изображении нет системы координат, и оно отображает относительное расстояние между индивидами, соответствующее близости их выборов.

3. Индивидуальная социограмма — это метод, при котором один член группы выбирается произвольно и изображается отдельно от остальных. Вокруг него располагаются другие члены группы, с которыми он имеет какие-либо связи. Важность этих связей обозначается специальными символами.

Прочтение графически представленных данных становится более сложным даже в случае больших или средних групп, поэтому

целесообразно отдельно представлять положительные и отрицательные выборы.

Для анализа социальных взаимоотношений индивида необходимо учитывать не только количество членов группы, которых он выбирает или кто выбирает его, но и уровень его способности предполагать, кто выбирает его и кого выбирают другие в группе. Эти данные важны для выявления структуры взаимоотношений и позиций.

Помимо социоматрицы и социограммы, при обработке данных социометрического опроса используются также специальные индексы.

*Социометрические индексы* – это количественные характеристики межличностных отношений, отвечающие социометрическим критериям. Различают персональные индексы, отражающие индивидуальные социально-психологические характеристики личности, и групповые.

К персональным индексам относятся социометрический статус, индексы эмоциональной экспансивности, индекс объема взаимодействия. К групповым - индекс социометрической когерентности, индекс взаимности и индекс референтности. *Социометрический статус* показывает отношение членов группы ко всем ее членам.

$$\text{Социометрический статус (C)} = \frac{\text{Сумма выборов, полученная индивидом}}{\text{Количество членов группы} - 1}$$

Имеет смысл отдельно исчислять положительный и отрицательный статусы, тогда в знаменателе будут стоять количество положительных или количество отрицательных выборов.

*Индекс эмоциональной экспансивности* характеризует отношение человека к окружающим его членам группы.

$$\text{Индекс эмоциональной экспансивности (E)} = \frac{\text{Сумма выборов, отданных индивидом}}{\text{Количество членов группы} - 1}$$

Таким же образом можно вычислить индексы положительной или отрицательной экспансивности, в данном случае в знаменатели ставится количество положительных или отрицательных выборов.

Еще один социометрический индекс – *индекс объема взаимодействия*, который показывает каждого члена группы как субъекта и как объекта выбора.

$$\text{Индекс объема взаимодействия (A)} = \frac{\text{Количество взаимодействий индивида}}{\text{Количество членов группы} - 1}$$

Индекс социометрической когерентности характеризует меру связанности группы по выделенному критерию, настоятельность взаимных контактов, но без учета их знака и их направленности.

$$\text{Индекс когерентности (K)} = \frac{\text{Сумма отданных или полученных выборов}}{N * (\text{Количество членов группы} - 1)}$$

Где N – количество членов группы. Для нашего примера индекс когерентности равен:

$$K = \frac{10}{5 * (5-1)} = 0,5$$

*Индекс взаимности* измеряет сплоченность группы, проявляющуюся в количестве взаимных положительных связей.

$$\text{Индекс взаимности (G)} = \frac{\text{Сумма взаимных положительных связей}}{N * (\text{Количество членов группы} - 1)}$$

Индекс референтности находится по формуле:

$$\text{Индекс референтности (R)} = \frac{\text{Сумма взаимных положительных выборов}}{\text{Количество положительных выборов}}$$

В различных исследованиях и в зависимости от возраста участников группы используются разнообразные процедуры, такие как игры «Секрет», «Выбор в действии», «Поздравь товарища» и т.д. Эти процедуры адаптируются к конкретным исследовательским задачам.

Так, например, процедура «*Поздравь товарища*» состоит в следующем. В эксперименте каждому участнику предлагаются три красивые открытки и конверт, которые размещаются на столах в комнате, куда они входят по одному. Исследователь объясняет детям, что они играют в игру, и просят положить открытки в конверты тех детей, которых они хотят поздравить с праздником. Они не могут положить открытку в свой собственный конверт. Затем ребенку задают вопрос: «Кто, по твоему мнению, положит открытки в твой конверт?»

В период тестирования записываются слова и реакции ребенка. Далее ведется подсчет количества открыток, которые каждый ребенок получил, а также количества взаимных вопросов. Анализируются выборы, которые ребенок ожидал, и сравниваются с фактическими выборами, которые он получил. На основе этих данных делается вывод о статусе ребенка в группе сверстников.<sup>1</sup>

Помимо социометрии, взаимные отношения между сверстниками и отношение каждого к себе лично также можно зафиксировать с помощью методов *автосоциометрии*. В этом методе каждому участнику опроса предоставляются списки всех членов группы с их порядковыми номерами, пустая социограмма с четырьмя окружностями, текст инструкции и образцы условных обозначений.

Инструкция звучит следующим образом: «Основываясь на своей наблюдательности, расположите всех членов группы на пустой социограмме в соответствии с их реальным положением. Это ваше мнение, но попытайтесь сделать это объективно и без предвзятости. Номера, обозначающие сверстников, разместите:

- в центральный круг (кому симпатизируют очень многие);
- во 2-й круг (кому симпатизируют многие);
- в 3-й круг (кому симпатизируют некоторые);
- в 4-й круг (кто не пользуется особой симпатией);
- оставьте за пределами кругов тех, кто вызывает общую антипатию.

Затем соедините номера, обозначающие членов группы, следующими линиями...».

Испытуемому предлагается заполнить аутосоциоматрицу, которая представляет собой список группы под соответствующими номерами, в котором для каждого ученика отведена горизонтальная строка как социометрическая матрица.

В данной задаче испытуемому предлагается заполнить специальную таблицу, называемую аутосоциоматрицей. В этой таблице каждому ученику группы соответствует горизонтальная строка, которая представляет собой социометрическую матрицу.

В инструкции приводятся следующие указания:

---

<sup>1</sup> Волков Б. С., Волкова Н. В. Методы исследований в психологии : учебно-практическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. М., 2002. С. 73.

- какие критерии следует использовать при социометрическом выборе.

- какие обозначения использовать, чтобы указать, кого выбрать или отвергнуть в соответствии с заданием.

- как заполнять таблицу: ставить знаки «+» на пересечении горизонтальных линий испытуемого с вертикальными линиями учеников, которых он выбирает; ставить знаки «-» против тех лиц, которых испытуемый отвергает при ответе на данный вопрос.

Испытуемому необходимо заполнить эту таблицу для каждого ученика в группе. Для этого ему нужно представить, кого выберет или отвергнет каждый ученик. В каждой горизонтальной строке должно быть не более трех знаков «+» и трех знаков «-».

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Раскройте понятие теста и тестовой методики.
2. Назовите виды тестов.
3. Укажите недостатки и достоинства проективных методик.
4. Перечислите основные правила проведения тестирования.
5. В чем состоит сущность и назначение метода социометрии?
6. Каким образом производится обработка и представление результатов социометрии?

### ***Рекомендуемая литература***

1. Волков, Б. С. Методы исследований в психологии : учебно-практическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. / Б. С. Волков, Н. В. Волкова. - Москва : Педагогическое общество России, 2002. - 208 с. – Текст: непосредственный.

2. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522>. (дата обращения: 19.04.2023).

3. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 768 с. – Текст: непосредственный.

4. Добренъков, В. И. Фундаментальная социология : В 15 т. Т. 5:

Социальная структура / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – Москва : ИНФРА-М, 2004. – 1094 с. – Текст: непосредственный.

5. Морено, Дж. Л. Социометрия : Эксперим. метод и наука об обществе : Подход к новой полит. ориентации / пер. с англ. В. М. Корзинкина ; ред. пер. и предисл. М. Ш. Бахитова. - Москва : Изд-во иностр. лит., 1958. - 289 с. – Текст: непосредственный.

6. Никишина, В. Б. Психодиагностика в системе социальной работы : учеб. пособие для студентов вузов / В. Б. Никишина, Т. Д. Василенко. - Москва : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2004. - 208 с. – Текст: непосредственный.

7. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст: непосредственный.

## ГЛАВА 10 МЕТОДЫ И ТАКТИКИ КАЧЕСТВЕННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

### 10.1 Общая характеристика качественных методов в социологии

В социологии при анализе социальных явлений и процессов зачастую приходится применять так называемые «качественные», или «мягкие», методы.

Качественные методы исследования направлены на получение глубинных и детальных ответов на вопросы о мыслях и эмоциях людей. Они позволяют понять установки, верования и причины поведения людей. Качественные методы не ориентированы на измерение статистических параметров изучаемых явлений, как это делают количественные исследования. Вместо этого, они стремятся к пониманию качества этих явлений. Если количественные методы нацелены на ответы на вопросы "кто и как отвечает" и "как часто", то качественные методы нацелены на понимание того, что означают эти ответы и почему люди отвечают именно так. Они стремятся раскрыть смыслы, которые люди придают различным утверждениям и действиям.

Чтобы успешно реализовать исследование в качественной стратегии, не требуется большое количество участников, и выборка не основывается на теории вероятности и статистических данных. Наиболее подходящими для такого исследования являются неслучайные (невероятностные) методы отбора (например, целевая выборка, метод «снежного кома», отбор типичных представителей и др.).

На заре зарождения эмпирической социологии, а именно в начале XX века, наибольшей популярностью пользовались следующие качественные методы сбора данных: анализ дневников, писем, автобиографий, а также включенное наблюдение. Классическим произведением этого периода является работа У. Томаса и Ф. Знанецкого «Польский крестьянин в Европе и Америке» (1920 г.), в которой авторы изучали факторы миграции, основываясь на анализе множества документов и проведении ряда публичных интервью, чтобы понять причины миграции через субъективное понимание участников. Чуть позднее, в 20-х годах, в развитых капиталистических странах стали приходить на первый план

количественные методы исследования, в частности, массовые стандартизированные опросы.

С начала 1930-х годов социологи, в основном из США, начали обращать внимание на давление, которое испытывают респонденты во время опросов. Кроме того, при использовании массовых процедур часто возникали ошибки и неточности. Значительную роль в процессе искажения данных играет преобладание вопросов закрытого типа в инструментарии, выполненном в количественной стратегии. Когда респондент сталкивается с такими вопросами, ему приходится сделать однозначный выбор, что влияет на точность полученной информации. В этом случае интервьюер или анкетер берет на себя роль руководителя, а респонденту в основном отводится пассивная роль. В такой ситуации значимые точки зрения могут остаться незамеченными, так как содержание опросника или бланка интервью не всегда соответствуют мыслям респондента. Ряд исследователей пришли к выводу, что количественные методы в основном ориентированы на поверхностный, идеологизированный слой коллективного сознания<sup>1</sup>.

Наиболее ярко осознание несовершенства количественных методик исследования сферы сознания и поведения людей обозначилось в США в 50-е гг., тем самым актуализировав поиск новых и оптимальных подходов. В ответ на жестко структурированные анкеты и интервью, стали более часто использовать процедуры, которые имеют ограниченный набор заранее сформулированных предположений, а также доминируют открытые вопросы. Это позволяло более точно и глубоко проникнуть в суть позиции информантов.

В этот же период активное развитие получили такие качественные методы исследования, как фокусированные интервью и фокус-групповые исследования.

В это же время возник конфликт между качественными и количественными методами исследования, поставивший исследователей в ситуацию выбора. Социологические и маркетинговые центры начали принимать сторону одной из стратегий и ориентироваться исключительно на нее. Однако, практика показала, что такой антагонизм между

---

<sup>1</sup> См.: Бурдье П. Общественное мнение не существует // Социология политики. М., 1993. С. 159-177.

качественными и количественными методами неэффективен, особенно в контексте прикладного исследования.

В 1990-е годы отечественные социологи оказались в подобной ситуации, когда многие из них впервые познакомились с качественными методами исследования. До этого времени эти методы были известны лишь узкому кругу академиков. Некоторые исследователи, такие как Г. С. Батыгин и И. Ф. Девятко, высказывали последовательную критику качественных подходов, в то время как другие, например, С. А. Белановский, являлись сторонниками их использования. Однако более конструктивную позицию занимал В. А. Ядов, который призывал отказаться от противостояния между качественными и количественными методами и включил в свои последние издания популярного учебника раздел, посвященный качественным методам.

В целом качественные методы относятся к микросоциологии. В отличие от количественных методов, начало исследования социального мира в ней смещено на личностный уровень. Объектами исследования становятся акторы, их повседневный, личный опыт социального взаимодействия, выраженный в высказываниях, рассказах о собственной жизни.

## **10.2 Разновидности качественных социологических исследований**

Стоит разграничить типы (или тактики) качественных исследований и конкретные методы сбора данных, которые наиболее часто используются в качественной стратегии. К типам (тактикам) можно отнести: case study, биографический метод («история жизни»), устная история, этнографическое исследование, обоснованная теория («grounded theory»). Среди методов сбора данных особенно выделяются глубинное (нестандартизированное, неформализованное) интервью, нарративное интервью, фокусированное интервью, включенное наблюдение, традиционный анализ документов и др. Так как указанные методы были представлены ранее в соответствующих главах учебного пособия, рассмотрим чуть более подробно типы (тактики) качественных исследований.

*Case study, или анализ отдельного случая.* С точки зрения В. И. Добренкова и А. И. Кравченко, под указанное определение (case

study), попадает целый комплекс методов – биографический, исторический, наблюдение и даже эксперимент.<sup>1</sup> Вероятно, в данном случае имеется в виду не столько метод, сколько методологический подход к описанию каких-либо событий.

В исследовании case study изучается объект с учетом его взаимосвязей и процессов развития. При этом особое внимание уделяется внутреннему восприятию и оценке изменений со стороны людей. Этот метод предполагает погружение в исследуемую сферу, то есть глубокое исследование проблемы на конкретном объекте. Его цель – дать детальное описание события, восстановить его атмосферу. Протоколы наблюдений за событиями носят здесь свободный характер. Ввиду особенностей проблемы каждого респондента в данном методе невозможно запрограммировать и предугадать ход исследования. Поэтому программа case study должна быть достаточно гибкой. Содержательные выводы по итогам исследования здесь имеют достаточно ограниченный и прикладной характер. Они сосредоточены обычно вокруг вопросов устранения конфликтов или на поиск путей оптимального развития объекта.

Как правило, исследование случая проводится на основе неформализованного интервью с элементами наблюдения, при котором исследователь имеет прямое общение с респондентами, обсуждает соответствующую проблему и даже участвует в некоторых событиях. Подобный способ исследования предполагает погружение в объект с привлечением респондентов к анализу проблемы.

С использованием данного подхода можно исследовать изолированные социальные группы, которые сложно анализировать другими методами: такие как социально уязвимые группы (бездомные, бедные, преступные группы), элиты, религиозные секты, рабочие или учебные коллективы и другие. Объектом исследования является один случай в его развитии.

Предметом исследования могут быть структура объекта изучения, или социально-психологические особенности отдельной личности. Классический пример – «Письма Дженни» Гордона Олпорта, где автор проанализировал внутренний мир женщины по ее 301 письму к друзьям сына. Он разработал метод, названный «анализ личностной структуры».

---

<sup>1</sup> Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М., 2024. С. 55.

Первый шаг состоял в чтении писем на предмет выявления важнейших вопросов и тем, о которых писала Дженни (она часто писала о своем сыне Россе, деньгах, природе, искусстве и своих чувствах). Следующий шаг заключался в поиске связей между этими вопросами путем выявления того, насколько часто они возникали вместе.

Разнообразие получаемой информации – это главное достоинство данного метода. С помощью исследования случая можно проводить диагностику ситуации и одновременно составлять конкретные рекомендации по решению выявленных проблем данного объекта.

*Биографический метод* (история жизни). Данный метод используется для описания субъективного опыта переживания событий и формирования социальной идентичности респондентов. Он основан на нарративе (рассказе) о жизненном пути. Кроме того, могут использоваться данные из семейных и других архивов, а также другие материалы, описывающие социальный контекст.

Биографический метод, или метод жизненных историй, стремится рассматривать и анализировать субъективные переживания индивидов и их конструкции социального мира. Метод подходит для описания социализации личности в культурной среде и придания этому смысла. История жизни часто является отчетом о том, как индивид входит в группу и становится способным соответствовать ее нормативным требованиям. Такие исследования широко применяются при изучении вопросов гендера, позволяя провести глубокий анализ особенностей поведения мужчин и женщин в конкретных социальных средах. История жизни делает акцент на опыте индивида – скорее как личность справляется с обществом, чем как общество справляется с индивидом. Метод получения информации в данном исследовании – биографическое интервью. Исследователь фокусируется на процессе создания истории жизни, последовательности формирования биографии с целью выявления социальной идентификации респондента.

Биографический метод получил свое оформление в начале XX века в работе американских ученых-социологов У. Томаса и Ф. Знанецкого «Польский крестьянин в Европе и Америке», где была представлена биография представителя польского этноса Владека, описывающего свой путь из польской провинции в Чикаго.

В отличие от других близких методов (кейс-стади, устные истории), биографический метод фокусируется на описании конкретным рассказчиком переживаемых им событиях, выстраиваемых в причинно-следственные и смысловые цепочки.

Близки к биографическому методу, как уже было указано, история семьи и устная история.<sup>1</sup>

*Метод истории семьи* изучает цепочку взаимодействия семьи и общества через призму поколений. В социологическом аспекте важность имеет социальная, профессиональная, территориальная, межпоколенная мобильности, изменяющие статус членов семьи в исторической ретроспективе. Источники информации – семейные архивы, глубинные интервью, генеалогические графы.<sup>2</sup>

*Исторические исследования (устная история)* имеют своим предметом более детальное воссоздание исторических фактов и событий посредством обращения к субъективному опыту переживания определенных исторических событий. Объектом может быть локальное или общезначимое событие – история движения, организации, населенного пункта. Источниками информации могут быть мемуары, дневники, письма, официальные документы, интервью.

*Этнографическое исследование* представляет собой комплексный анализ повседневной практики определенной группы людей с учетом их культуры, которая отличается от культуры большинства населения. В основе анализа лежит детальное описание.<sup>3</sup> Оно создает возможность сосредоточения внимания на культуре респондента через интервью. Источниками информации в данном случае могут быть письма, дневники, фотографии, иные личные документы, образцы фольклора.

*Обоснованная теория («grounded theory»)* заключается в том, чтобы «за счет использования определенных процедур индуктивным путем (от «сырых» данных — «наверх») вывести теорию изучаемого явления»<sup>4</sup>. В

---

<sup>1</sup> Рассматривается как отдельный тип (См. : Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. М., 2014. С. 247-251).

<sup>2</sup> Там же. С. 160.

<sup>3</sup> Тавокин Е. П. Основы методики социологического исследования : учеб. пособие. М., 2010. С. 159.

<sup>4</sup> Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. М., 2014. С. 231.

качестве основных процедур рассматриваются различные виды кодирования исходных данных (открытое, осевое, селективное), в результате чего сырым данным сначала присваиваются коды, которые впоследствии собираются в более общие категории, и уже из них вырастают мини-теории изучаемых явлений и процессов. При этом важно, чтобы теория была произведена на основе первичных данных и не теряла с ними связи. Именно это обстоятельство делает такую теорию обоснованной.

Можно отметить, что на практическом уровне наблюдается слияние количественных и качественных подходов в исследованиях. Значимость различных методов определяется в первую очередь целями и задачами исследования, а также особенностями изучаемого социального контекста.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. В чем заключается сущность кейс-стади?
2. В чем состоит направленность этнографического исследования?
3. Какое назначение исторического исследования?
4. В чем сущность биографического метода?
5. В чем заключается специфика обоснованной теории.

### ***Рекомендуемая литература***

1. Готлиб, А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие / А. С. Готлиб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Флинта : МПСИ, 2014. — 384 с. — Текст: непосредственный.

2. Добренков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 768 с. — Текст: непосредственный.

3. Семенова, В. В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию : учеб. пособие для студентов вузов / В. В. Семенова ; Ин-т социологии РАН. - Москва : Добросвет, 1998. - 289 с. — Текст: непосредственный.

4. Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования : учеб. пособие / Е. П. Тавокин. - Москва : ИНФРА-М, 2010. — 239 с. — Текст: непосредственный.

5. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст: непосредственный.

## ГЛАВА 11 МЕТОДИКА ОБРАБОТКИ И АНАЛИЗА ДАННЫХ

Социологическое исследование завершается анализом и интерпретацией данных, чтобы получить эмпирически обоснованные выводы и рекомендации. Это последний этап, который происходит после сбора эмпирических данных в полевых условиях.

Обработка первичной социологической информации означает приведение эмпирических данных в удобный формат (например, числовой или текстовый), чтобы проверить исследовательские гипотезы. Это включает различные процедуры, такие как кодирование информации, категоризация, создание переменных и т.д.

Первичная обработка данных включает проверку точности, полноты и качества методологических инструментов, исправление ошибок, удаление неправильно заполненных форм (анкет, протоколов интервью и т.д.), а также кодирование и классификацию данных, чтобы структурировать и сжать полученные данные. Дальнейшая обработка данных может включать более сложные методы количественного или качественного анализа.

Собственно анализ данных заключается в сопоставлении полученной информации о объекте исследования с уже существующими знаниями. Цель этого этапа - объяснить значения отдельных результатов, выделить общие положения и объединить их в единую систему.

Стоит отметить, что нет единых правил реализации заключительного этапа, применимых ко всем социологическим исследованиям. Существенные различия в подходах к обработке и анализу данных имеют количественные и качественные исследования. Так, к количественным методам относятся, например, статистическая группировка данных (построение одномерных и двумерных распределений), расчет коэффициентов корреляции, многомерные методы анализа (факторный и кластерный анализ) и пр. Качественными методами анализа и обобщения являются: описание и концептуализация данных, типологизация, моделирование, создание теорий и пр.

## 11.1 Процедуры обработки и анализа данных в количественном исследовании

Данные в количественном исследовании, как правило, представляют собой довольно обширный объем стандартизированной информации о каком-либо массовом явлении или процессе. Обработка такой информации обязательно начинается с процедур редактирования и кодирования. В ходе редактирования производится проверка инструментария сбора данных (бланков анкет, протоколов формализованного интервью, карточек структурированного наблюдения и пр.) на точность, полноту и качество заполнения. Редактирование, корректировка материалов осуществляется как сопутствующая этим видам проверки процедура.

Проверка на точность означает, что заполненные бланки не должны содержать формальных противоречий. Например, если в анкете на вопрос «У вас есть личный автомобиль?» респондент ответил отрицательно, а в дальнейшем он указал модель автомобиля, то это является ошибкой или намеренным введением в заблуждение. Анализ ответов на другие вопросы поможет выявить и исправить ошибки респондента.

Важно проверять бланки на полноту данных, особенно в социально-демографическом блоке. Пропуск двух-трех вопросов в «паспортичке» или более 20% вопросов в содержательном блоке приводит к выбраковке анкеты. Иногда исследователь может восстановить пропущенные вопросы, основываясь на логике ответов респондента или воспроизведении процедуры опроса. Однако это не дает полной гарантии надежности полученных данных.

При проверке бланков также необходимо оценивать качество их заполнения. Например, важно обратить внимание на разборчивость и понятность ответов на открытые и полужакрытые вопросы. Это важно для кодирования данных. Предварительная проверка на точность, полноту и качество заполнения может привести к выбраковке некоторых анкет. Исследователь должен учесть возможность потери анкет при выбраковке и во время процедуры опроса при тиражировании инструментария. Тираж анкет должен превышать необходимое количество для выборки.

*Кодирование* является важной процедурой обработки информации, где каждому индикатору присваивается определенный код. Это позволяет перевести большие объемы данных в формализованный язык обработки и

анализа. Кодирование обычно осуществляется на этапе разработки инструмента, где формулируются вопросы анкеты и каждому варианту ответа присваивается код. Затем следует машинная обработка данных и статистический анализ.

Выделяют две общепринятые системы кодирования: *порядковая* (сплошная нумерация всех вариантов ответов в анкете) и *позиционная* (автономная нумерация позиций каждого вопроса). И та и другая имеют как свои преимущества, так и недостатки (см. таблицу 8).

Таблица 10 – Преимущества и недостатки  
Системы кодирования

Порядковая система кодирования	Позиционная система кодирования
Как вы считаете, кому легче сменить профессию – мужчинам или женщинам? 1. Мужчинам 2. Женщинам 3. Пол не имеет значения	1. Как вы считаете, кому легче сменить профессию – мужчинам или женщинам? 1. Мужчинам 2. Женщинам 3. Пол не имеет значения
В какой мере Вы согласны с утверждением, что в гуманитарных науках более успешны девушки, чем юноши? 4. Полностью согласен(а). 5. Отчасти согласен(а), отчасти - нет. 6. Полностью согласен(а).	2. В какой мере Вы согласны с утверждением, что в гуманитарных науках более успешны девушки, чем юноши? 1. Полностью согласен(а). 2. Отчасти согласен(а), отчасти - нет. 3. Полностью согласен(а).

Первый вариант хорош для относительно небольших анкет, содержащих преимущественно закрытые, альтернативные вопросы. Позиционная система кодирования более распространена и широко используется для оформления объемных анкет с разными типами вопросов. Например, с помощью позиционной кодировки оформляют так называемые табличные вопросы, объединяющие в себе несколько однотипных вопросов, которые представлены в компактной и удобной форме (см. таблицу 11).

Таблица 11. – Пример кодирования

10. Насколько вы удовлетворены следующими характеристиками качества обслуживания в данном салоне красоты? (Выберите по одному ответу в каждой строке)

Характеристики качества обслуживания	Полностью удовлетворен	Скорее удовлетворен	Отчасти удовлетворен, отчасти нет	Скорее не удовлетворен	Полностью не удовлетворен
10.1 Оперативность	5	4	3	2	1
10.2 Стиль общения	5	4	3	2	1
10.3 Мастерство специалиста	5	4	3	2	1
10.4 Стоимость услуг					

В этой таблице коды располагаются горизонтально, как указано в комментарии к вопросу в скобках. Если нужно создать таблицу с вертикальным расположением кодов, то шкала оценок будет в строках, а характеристики для оценки будут в столбцах.

При обработке данных возникают особые трудности с полузакрытыми и открытыми вопросами. Для их обработки необходимо создать кодификатор или классификатор. Процесс кодирования таких вопросов можно разделить на несколько этапов: сначала составляется общий список всех мнений респондентов по данному вопросу; затем эти мнения классифицируются, разделяя их на группы и присваивая каждой группе определенный код (таким образом создается кодификатор); в завершении с использованием разработанного кодификатора каждая анкета кодируется для последующей обработки на компьютере.

Например, школьникам предлагают выбрать наиболее интересные формы проведения досуга («Укажите наиболее привлекательные для Вас способы проведения свободного времени?»). В специально отведенном для этого поле или строке они могут вписать самые разные варианты: чтение книг, прогулки на свежем воздухе, занятия спортом, прослушивание музыки, компьютерные игры, встречи с друзьями, посещение кружков, дополнительное образование и т.д. Предположим, что для целей исследования достаточно знать, к какому блоку принадлежат эти виды досуга: активному или пассивному. Далее весь список разбивают на две группы, присваивая группе «активный досуг» код «1», а группе «пассивный досуг» код «2». Затем в заполненных анкетах, где представлены ответы на данный вопрос, необходимо указать соответствующие им коды. После этого анкета считается готовой к

компьютерной обработке.

Процесс кодирования полузакрытых вопросов осуществляется аналогичным образом. Мы группируем полученные ответы, разделяя их на смысловые категории. Затем, для создания кодификатора, мы присваиваем каждой категории код, продолжающий предварительно заданный набор вариантов ответа. После этого, остается только закодировать данный полузакрытый вопрос во всех заполненных анкетах, и анкета готова к дальнейшей компьютерной обработке.

Существуют два типа открытых и полузакрытых вопросов: перечневые и текстовые. Перечневые открытые вопросы включают информацию, которая повторяется множество раз и легко поддается группировке. В свою очередь, текстовые вопросы содержат уникальную комбинацию слов и более сложны в обработке.<sup>1</sup>

При составлении кодификатора необходимо учесть определенные требования. Во-первых, кодификатор должен включать только те мнения респондентов, которые относятся к целям и задачам исследования. Комментарии, которые не относятся к теме (например, «передаю привет анкетеру», «не люблю опросы»), не включаются в кодификатор, но они учитываются при анализе, так как они отражают отношение респондентов к процедуре опроса.

При создании кодификатора необходимо четко разделить смысловые группы. Каждое мнение должно однозначно относиться только к одной группе. Если возникают сомнения относительно того, к какой группе классификации отнести определенное высказывание респондента, это может указывать на недостаточно точный кодификатор.

Если исследовательский инструментарий готовили специалисты, и он прошел пилотаж, то при кодировании полузакрытых вопросов едва ли возникнет большое количество дополнительных вариантов ответов (не более 3-4 пунктов). Иначе каждому пункту будет соответствовать всего 1-2 ответа, что в случае большой выборки не будет иметь статистической значимости и не повлияет на результаты исследования.

Когда нам приходится работать с большим количеством анкет, например, 1000, 2000 или даже больше, создание кодификатора может стать сложной задачей. Чтобы упростить классификацию ответов, мы

---

<sup>1</sup> Горшков М. К., Шереги Ф. Э., Докторов Б. З. Прикладная социология. М., 2019. С.220 // ЭБС Юрайт. URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522> (дата обращения: 20.03.2023).

можем взять выборку из 100-200 анкет и создать кодификатор на основе этой подвыборки.

После завершения кодирования данных можно приступить к их статистической обработке (как правило, компьютерной). Стоит сказать, что еще совсем недавно вопрос о способе обработки данных зависел от количества бланков, анкет. Если их меньше 100, то могла использоваться ручная обработка. В настоящее время уже сложно представить себе статистическую обработку данных без привлечения компьютерных технологий.

Для машинной обработки данных социологи, как правило, используют такие компьютерные программы, как:

- IBM SPSS Statistic<sup>1</sup> – позволяет осуществить практически весь спектр процедур статистической обработки данных;

- Microsoft Office Excel – позволяет систематизировать большие массивы с данными, представлять результаты статистической обработки в табличной и графической форме;

- Microsoft Office Word – позволяет представить анализ результатов статистической обработки в текстовой форме, подготовить итоговый научный отчет по материалам проведенного социологического исследования.

Если первичные данные были собраны на бумажном носителе, то важным этапом машинной обработки является их перенос в компьютерную программу, имеющую удобный табличный интерфейс (это, как правило, IBM SPSS Statistic, реже - Microsoft Office Excel). Каждая анкета (бланк) заносится в отдельную строку. В столбцах содержатся переменные (вопросы, индикаторы), в которые переносятся коды в соответствии с выбранным вариантом ответа (конкретным значением индикатора). Примерный вариант такой таблицы представлен ниже.

№ анкеты	Пол	Возраст	Город	Семейное положение	Социальный статус	Отношение к проблеме наркомании
----------	-----	---------	-------	--------------------	-------------------	---------------------------------

<sup>1</sup> Подробное знакомство с методами статистического анализа описано, например, в таких пособиях: Крыштановский А. О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS : учеб. пособие для вузов. 2-е изд. М., 2007. 281 с.; Моосмюллер Г., Ребик Н. Н. Маркетинговые исследования с SPSS : учеб. пособие. 2-е изд. М., 2011. 200 с. и др.

1	1	25	1	2	7	1
2	2	36	5	3	5	2
3	1	18	12	1	1	1

Примечательно, что в столбце «Возраст» занесены конкретные значения возраста в годах (это шкала пропорциональных оценок), во всех остальных – порядковый номер варианта ответа или условный числовой код, применяемый для большинства других шкал (номинальной, порядковой, интервальной).

У статистических программ имеется огромный выбор конкретных процедур, в связи с чем возникают риски неправильного их применения. Получение числовых результатов не является сложной задачей, но важно обращать внимание на правильность расчетов и умение их правильно истолковывать, что может оставаться за кадром у неопытного аналитика. Давайте рассмотрим основные статистические методы обработки данных в количественном исследовании.

Один из простых способов суммирования и обобщения данных является *статистическая группировка*, которая может быть простой и сложной.

Простые группировки формируются по одному признаку в результате подсчета ответов респондентов на вопросы анкеты в абсолютных и относительных величинах. Основное назначение такой группировки - отразить структуру общей группы. Например, можно группировать респондентов по полу: из 200 опрошенных, 160 человек являются мужчинами, а 40 - женщинами. Такая группировка позволяет наглядно показать количественное соотношение мужчин и женщин в данной выборке. Чаще всего абсолютные цифры дополняются относительными величинами, представляющими результаты распределения какого -либо признака в процентах.

Сложные группировки данных строятся на основе двух или более характеристик. Они не только помогают выявить структуру общей группы (например, с учетом пола и возраста одновременно), но и устанавливают взаимосвязь между различными характеристиками. Например, можно сгруппировать данные, чтобы выявить: вовлеченность в интернет-шоппинг в зависимости от пола и материального благополучия, читательскую активность в зависимости от уровня образования и пр.

По итогам группировки ответов на вопросы выводят ряды распределения.

*Ряды распределения* — это ряды чисел, характеризующие распределение единиц совокупности по какому-либо признаку.

Ряды распределения могут быть следующих видов:

- Атрибутивные (по качественному признаку).
- Вариационные (по количественному признаку), которые в свою очередь подразделяются на дискретные и интервальные.

*Атрибутивный ряд* – это ряд, сформированный по качественному признаку, например распределение респондентов по полу, сфере занятости, семейному положению, мотивам, ценностям и пр.

*Вариационный ряд* — это ряд, сформированный по количественному признаку, т.е. признаку, выраженному в числовом значении, например распределение по количеству детей, длительности использования смартфона (в часах), а также по возрасту, стажу (в годах), уровню дохода (в рублях) и пр.

Вариационные ряды могут быть либо дискретными, либо интервальными. В дискретном ряду каждый признак имеет конкретные количественные значения (например, стаж работы: 6 лет, 22 года и т.д.). В интервальном ряду значения признака находятся в определенных интервалах. Например, распределение респондентов по стажу работу может быть представлено интервальным рядом: до 1 года, от 1 до 3 лет, от 4 до 9 лет, 10 лет и более.

Обработка данных может различаться в зависимости от типа признака. Важно учесть, что подсчет средних значений, показателей вариации и других статистических характеристик может отличаться для разных типов данных. Кроме того, обработка данных может отличаться для дискретных и интервальных рядов.

Помимо рядов распределения существуют другие способы обработки данных. Например, расчет средних величин (или величин средней тенденции).

*Средние величины* — это обобщающие показатели, которые позволяют представить в компактном виде большой объем первичных данных.

Средние величины могут быть определены как для количественных признаков (возраст, стаж, доход, время, количество работников и пр.), так и для качественных (удовлетворенность трудом, отношение к чайлдфри,

читательские предпочтения и пр.). Только в первом случае средняя величина рассчитывается как среднее арифметическое значение, а во втором - по модальной частоте, т.е. наиболее популярному варианту ответа.

Для правильного расчета средних значений необходимо использовать однородные группы данных. Это означает, что при определении покупательской способности типичного работника предприятия необходимо исключить среднюю зарплату администрации и низовых работников, поскольку их размеры значительно отличаются.

В статистическом анализе существует несколько типов средних значений. Так, арифметическое среднее бывает простым и взвешенным. Взвешенное среднее применяется, когда значения в совокупности повторяются несколько раз.

Для определения средних значений качественных признаков, которые выражены в порядковых шкалах, используются индексы. Например, можно рассчитать индекс удовлетворенности трудом сотрудников какой-либо организации. Для этого суммируются баллы, полученные по пятичленной шкале (5 - полностью удовлетворен, 4 - скорее удовлетворен, 3 - отчасти удовлетворен, отчасти нет, 2 - скорее не удовлетворен, 1 - полностью не удовлетворен) по нескольким показателям удовлетворенности (например, уровень зарплаты, отношения в коллективе, содержание труда, график работы). Затем эту сумму баллов делят на общее количество показателей удовлетворенности (в данном случае, четыре).

Индексы играют важную роль в исследованиях, так как они позволяют сжимать информацию и представлять ее в удобном компактном формате. Они также являются основой для сравнения данных.

Средняя величина предоставляет обобщающую информацию о совокупности и отражает типичный уровень изменчивости признака. Однако, для количественной оценки вариации признака в совокупности используются показатели вариации. Эти показатели позволяют оценить однородность совокупности. Степень однородности является важной характеристикой совокупности.

Для неоднородных совокупностей среднее значение не является типичной характеристикой. Например, если изучается уровень доходов в группе респондентов, то среднее значение дохода на члена семьи является обобщающим показателем для всей совокупности. Однако, это среднее

значение может быть обусловлено как доходами респондентов, находящихся за чертой бедности, так и доходами обеспеченных слоев населения. Поэтому, для дальнейшего логического и статистического анализа необходимо рассчитать показатель вариации для признака «доход на одного члена семьи». Чем больше показатель вариации, тем менее однородна совокупность, и тем менее типично среднее значение.

Коэффициент вариации, который измеряется в процентах, является относительным показателем вариации. Он характеризует степень однородности изучаемой совокупности. Если коэффициент вариации превышает 33,3%, то совокупность считается неоднородной.

Следовательно, общие выводы и рекомендации, которые могут быть сделаны для всех групп респондентов, не всегда являются применимыми. Для проведения конкретно-социологического исследования, вероятно, необходимо предварительно разделить совокупность на группы в зависимости от социального статуса респондентов и изучить особенности каждой группы отдельно.

Для лучшей наглядности и удобства анализа, распределение рядов часто представляется в виде таблиц.

*Таблица* — это форма представления данных об объекте социологического исследования на основе группировки одного, двух и более признаков.

В таблице можно выделить две основные части: подлежащее и сказуемое. Подлежащее представляет собой объект или группу объектов, которые описываются числовыми показателями. Обычно подлежащее располагается в строках таблицы, чаще всего слева. Сказуемое, в свою очередь, содержит числовые значения, которые характеризуют объект и обычно располагаются в столбцах таблицы.

Одномерные таблицы создаются путем группировки данных по одному признаку. Один из методов анализа таких таблиц - вычисление процентов от общего числа респондентов, которые ответили на данный вопрос.

Одномерные таблицы в первую очередь позволяют изучить структуру общности. Двумерные таблицы расширяют аналитические возможности исследователя. Такие таблицы также называют таблицами сопряженности, корреляционными таблицами, таблицами двумерного распределения или комбинационными статистическими таблицами. Они строятся на основе группировки данных по двум признакам (например, гендерная

принадлежность респондента и наличие опыта работы) (см. таблицу 12):

*Таблица 12. – Двумерная таблица*

Студенты о намерениях работать по специальности после окончания вуза, чел.

Был ли у вас опыт работы во время обучения в вузе?	Юноши	Девушки
Да	120	40
Нет	30	60
Итого	150	100

Из таблицы видно, что существуют различия в опыте вторичной занятости среди юношей и девушек. Расчет процентов по каждой группе даст большую наглядность и возможность сравнить данные подгруппы между собой. Этот способ условно называется расчетом по «вертикальному» признаку (т. е. по столбцам). Встречается также расчет по «горизонтальному» признаку (т.е. по строкам) (см. таблицу 13).

*Таблица 13. – Расчет по горизонтали*

Студенты разных курсов об отношении к работе по специальности, %

Курс обучения	Хотели бы Вы работать по специальности?		Итого
	Да	Нет	
Первый	96	4	100
Второй	90	10	100
Третий	85	15	100
Четвертый	80	20	100
Пятый	85	15	100

В данном случае процентные значения рассчитываются для каждого курса обучения, то есть по строкам таблицы. Так можно сравнить студентов, обучающихся на разных курсах и проследить тенденции вторичной занятости в зависимости от года обучения.

В процессе анализа данных возможно вычисление процентных значений как по столбцу, так и по строке, а также по таблице в целом, или к общей совокупности опрошенных. Выбор конкретного способа предопределен целями исследования и общей логикой анализа данных. При этом, для определения способа расчета следует ориентироваться на месторасположение в строках или столбцах независимой переменной.

*Независимая переменная* является такой характеристикой, которая влияет на возникновение или изменение другой характеристики, которая называется *зависимой переменной*.

Как правило, в качестве независимых переменных выступают социально-демографические признаки респондентов, образующих структуру выборочной совокупности. Если независимая переменная находится в столбцах, то и расчет производится по столбцу, и наоборот.

Стоит сказать, что не всегда можно определить зависимую и независимую переменные, т.е. установить причинно-следственные связи, возникающие в социальной реальности. При этом возможны предположения о наличии взаимной связи между различными явлениями, т.е. о *корреляционной зависимости*, которая имеет свои особенности.

Для корреляционной зависимости характерна вероятностная природа, в связи с чем она не является стопроцентной. Такая зависимость означает, что изменение одной переменной соответствует изменению другой переменной. Например, уровень оплаты труда человека может влиять на его удовлетворенность трудом, но здесь может быть различный разброс значений удовлетворенности для определенного уровня дохода. Корреляционная зависимость не означает, что между переменными существует жесткая связь, так как она учитывает множество других факторов, таких как должность, содержание труда, отношения в коллективе, стиль руководства и пр.

Корреляционная зависимость означает, что если две переменные изменяются вместе, то можно предсказать, как одна переменная будет изменяться на основе значений другой переменной. Важно отметить, что корреляционная зависимость не указывает на причинно-следственную связь между переменными.

Например, возраст и уровень образования могут изменяться одновременно, но нельзя сказать, что возраст является причиной повышения образования или тем более нельзя сказать наоборот. Корреляционная связь не предполагает прямого причинно-следственного отношения, но она может быть первым шагом в исследовании таких связей.

В рамках социологических исследований, ученые могут обнаружить так называемые ложные корреляции, когда совместное изменение двух переменных не является результатом их взаимосвязи, а просто случайным

совпадением. Например, наблюдаемая зависимость между должностным ростом и уменьшением количества больничных дней работника не обязательно означает, что статусное продвижение имеет положительное влияние на здоровье человека.

Корреляционный анализ включает изучение связи между двумя или несколькими переменными. Для оценки силы связи между переменными используются различные коэффициенты корреляции. Корреляционный анализ позволяет решить множество задач, включая выявление влияния различных факторов на изучаемые социальные явления.

Важно отметить, что статистический анализ данных не может быть самостоятельным и должен быть использован вместе с логическими исследовательскими процедурами и содержательной интерпретацией полученной информации.

При анализе данных используются различные логические процедуры, которые могут быть более или менее сложными в зависимости от типа исследования (разведывательное, описательное, аналитическое).

Описание представляет собой наиболее простую и универсальную процедуру анализа данных.

<p><i>Описание</i> – это одна из логических процедур анализа данных, в основе которой лежит комплексная, полная, логически завершенная фиксация структурных характеристик объекта исследования.</p>
---

Оно включает в себя анализ одномерных и двумерных линейных распределений (в абсолютных значениях и процентах), а также обобщение информации посредством расчета логических индексов, средних величин, позволяющих сделать ее обозримой, компактной.

Обобщенная таким образом информация дает возможность увидеть уровневые характеристики объекта: уровень удовлетворенности посетителей качеством обслуживания, степень вовлеченности молодежи в общественные движения и т.д. Компактное представление информации играет важную роль в углублении интерпретации полученных данных. Оно позволяет сократить объем данных, выделить ключевые аспекты и создать основу для процедур сравнения. Такие процедуры позволяют перейти от простого описания объекта к его объяснению. Сжатие информации добавляет новые смысловые значения к данным и помогает исследователям выявить связи, паттерны и закономерности, которые могут быть неочевидными при первоначальном описании. Это является важным

шагом в процессе анализа данных и позволяет более глубоко понять и объяснить исследуемый объект.

*Сравнение* – это элемент процедуры описания, который позволяет произвести интерпретацию полученных данных посредством их включения в широкий социальный контекст.

Сравнение результатов собственного исследования возможен через сопоставление данных:

- между собой;
- с данными других исследований (при условии сопоставимости методик);
- со статистической информацией.

Сравнение состояния одного и того же объекта в разные периоды позволяет выявить динамику, тенденции его развития. Например, речь может идти об изменении отношения молодежи к ценностям семьи и браку по мере взросления.

Сравнение данных, полученных от различных объектов, позволяет более подробно описать эти объекты, анализировать их сходства и различия в основных характеристиках. Например, можно сравнить причины вступления в зарегистрированный и незарегистрированный браки.

Сравнивая информацию, полученную в ходе исследования, с данными статистики, можно рассмотреть объект в широком контексте социальной информации и проанализировать его специфические особенности, отличающиеся от нормативных.

В целом, сравнение является сложной процедурой описания, требующей правильной реализации. Основная проблема заключается в сопоставимости методологии, методики и техники исследования, данные которых сравниваются между собой.

Сравнение тесно связано с эмпирической типологизацией - еще одним важным методом описания результатов исследования.

*Эмпирическая типологизация* – это элемент процедуры описания, в основе которого лежит разбиение совокупности объектов на группы по определенным критериям.

Результатом эмпирической типологизации является типология, структурным элементом которой является – тип. Например, можно создать типологию студентов по уровню вовлеченности их в учебный процесс.

Основная задача при создании типологии - выбрать подходящие критерии типологизации. Критериев может быть несколько, если они коррелируют друг с другом. Часто для построения типологий используется статистический метод многомерной классификации, известный как кластерный анализ. Этот метод позволяет группировать объекты на основе их сходства по нескольким признакам, что позволяет выявить внутренние структуры и паттерны в данных.

Более сложной процедурой логического анализа информации является объяснение.

*Объяснение* — это один из базовых элементов аналитического исследования, представляющий собой способ познания объекта через установление его сущностных связей и отношений.

В аналитическом исследовании способ объяснения явлений определяется уже на этапе разработки программы при проведении системного анализа объекта и формулировке объяснительных гипотез.

Чтобы выяснить причинно-следственные связи между явлениями, можно провести анализ влияния различных факторов. Например, чтобы исследовать причины миграции населения из региона, можно изучить факторы, связанные как с внешним контекстом (объективными маркерами социального статуса: характер занятости, уровень дохода, семейное положение, уровень образования и пр.), так и с внутренними, субъективными установками (параметры удовлетворенности условиями проживания в регионе). Анализ этих факторов позволит выявить причины, которые могут привести к эмиграции населения, и поможет разработать соответствующие рекомендации или стратегии для предотвращения этого явления.

И наконец, прогноз является одной из самых сложных процедур анализа информации в рамках аналитического исследования. Прогнозирование применяется в различных областях исследований, таких как политика, экономика, культура, социальная сфера. Прогноз может быть связан с определением будущей потребности рынка труда в определенных кадрах, с предсказанием демографической ситуации и т.д. Анализ данных в таких исследованиях подразумевает подтверждение прогнозных гипотез через изучение динамики развития объекта, выявление тенденций изменений и установление причинно-следственных связей с

другими факторами, которые влияют на его развитие.

Анализ социологической информации этого уровня сложности включает проведение серии повторных исследований, чтобы выявить тенденции изменений объекта, анализ статистических данных (построение динамических рядов) и изучение результатов экспертных опросов. Это позволяет получить более надежные данные для прогнозирования и более точные оценки будущих событий или тенденций.

## 11.2 Процедуры обработки и анализа данных в качественном исследовании

В отличие от количественных данных результаты качественных социологических исследований не обладают строгой стандартизированной формой, позволяющей применять единые для всех единиц наблюдения способы обработки и анализа. Отсутствие возможности, как, впрочем, и необходимости, в применении статистических методов накладывает на исследователя дополнительные трудности в выработке алгоритмов работы с полученными данными. Рассмотрим базовые процедуры, наиболее типичные для большинства качественных исследований.

1. Выбор способа фиксации данных. В процессе реализации полевого этапа исследователь фиксирует результаты посредством аудио- и/или видеозаписи, заполнения дневников наблюдения, протоколов интервью. Если исследователь фиксировал информацию на диктофон или видеокамеру, то обычно осуществляется перевод звука в текст (печатный, реже – рукописный), т.е. составляется транскрипт.

*Транскрипт* – это отпечатанный протокол интервью, записанного на диктофон, составленный с соблюдением специальных требований.

Процедура составления транскрипта представляет собой перевод аудиозаписи интервью в текстовую форму.

При составлении транскрипта следует придерживаться некоторых правил:

- ✓ автоматическая нумерация строк для удобства навигации и ссылок на выдержки из текста;

- ✓ для разграничения реплик интервьюера и рассказчика используются обозначения «И:» и «Р:» соответственно

✓ на правом крае страницы оставляются большие поля для пометок, описания и комментариев, которые могут быть обозначены как «мемос»;

✓ в транскрипте указываются сведения о самом интервью, включая место проведения, время, имена рассказчика, интервьюера и того, кто делал транскрипт.

✓ также можно добавить оценку условий, в которых проходило интервью.

Сведения о рассказчике могут включать в себя Ф.И.О. (могут быть изменены - по желанию самого рассказчика; на это указать в транскрипте), возраст (год рождения), образование, социально-профессиональный и семейный статус. В зависимости от исследовательских задач могут быть указаны и другие сведения (например, этническая и религиозная принадлежность и др.).

При оценке условий проведения интервью выделяют три группы:

Тип условий	Индикаторы
Благоприятные	изолированное помещение, отсутствие третьих лиц, отвлекающих шумов, звонков и т.д.
Удовлетворительные	наличие изолированного помещения, периодическое присутствие третьих лиц, которые не вмешиваются в разговор; периодические шумы, звонки и т.д.
Неблагоприятные	отсутствие отдельного помещения для беседы (в коридоре, на улице и др.); проведение интервью в разгар рабочего дня на рабочем месте; наличие множества отвлекающих факторов (третьих лиц, звонков, шумов) и т.д.

Выделяют три формы составления транскрипта:

✓ В качественном интервью: важно сохранить не только все лексические, стилистические и пр. особенности речи рассказчика, но и отразить его интонацию, эмоции. Такой подход открывает возможности для глубинного, всестороннего анализа текста интервью, в том числе и для социолингвистического анализа. В этих целях можно пользоваться следующей системой условных обозначений:

- (.) – короткая пауза
- (..) – средняя пауза
- (...) – длинная пауза

\_\_\_\_\_ - нижнее подчёркивание слова (интонационное ударение)

... - незаконченная мысль

(смеётся), (плачет), (неуверенно), (жестикулирует) и др. – для обозначения конкретных эмоциональных состояний во время беседы.

✓ Сравнительно подробное изложение содержания беседы, без указания на конкретные эмоциональные состояния рассказчика, без акцента на особенности речи.

✓ Выборочное изложение содержания беседы по интересующим исследователя вопросам. Такой подход правомерен, когда метод интервью носит дополнительный характер (дополняет анкетирование, анализ документов и др.).

2. Редактирование данных. Как и в количественном исследовании необходимо осуществить проверку полевых документов на точность, полноту и качество заполнения. Особенно, если фиксация данных велась группой ученых или исследователь делегировал ведение записей информантам (например, в рамках дневникового или автобиографического метода). В ряде случаев проводится проверка полевых документов совместно с информантами, когда исследователь обращается к ним за уточнением, пересмотром зафиксированной информации.

3. Кодирование данных. В качественных исследованиях этот этап представляет собой уже не просто первичную обработку (как в количественных), а достаточно серьезный анализ неструктурированных данных. В качестве кодов здесь выступают не числа, а слова или сочетания слов, наиболее ёмко отражающие основной смысл некоторого определенного фрагмента данных (отдельный отрывок, эпизод, элементарная частица текста, содержащая внутренне законченный сюжет<sup>1</sup>). Например, следующее высказывание «Мне ЕГЭ кажется не очень компетентным в оценке знаний, потому что ЕГЭ можно просто «набить», то есть оно не отражает конкретно знания, в школе чуть ли не с 6 класса готовят к ЕГЭ, и ты уже просто руку набиваешь» можно закодировать как «ЕГЭ не отражает знаний» или «ЕГЭ некомпетентно в оценке знаний». Обычно в качестве кодов выступают непосредственно элементы самого высказывания, «очищенные» от всего лишнего. Это позволяет обеспечить необходимое сжатие данных, сделать их более удобными для проведения

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 386.

более глубокой аналитики.

Кодирование может быть также реализовано посредством классификации, когда отдельные первичные данные объединяются в некоторую более общую категорию, или класс (например, в категорию «травматичный опыт» могут быть отнесены высказывания информантов о пережитых ими потрясениях на разных этапах их жизни).

В соответствии с методикой обоснованной теории А. Страусса и Дж.Корбин<sup>1</sup> в процедуре кодирования можно выделить три основных этапа

1. открытое кодирование: поиск категорий и выделение их свойств;
2. осевое кодирование: поиск отношений между категориями;
3. избирательное/селективное кодирование: поиск ключевых категорий.

В рамках открытого кодирования ведется плотная работа с первичными неструктурированными данными, которым присваиваются коды, максимально приближенные к языку информанта (например, код «ЕГЭ не отражает знаний»). Далее на этапе осевого кодирования полученные коды группируются в более обобщенные категории, которым предстоит дать названия уже с опорой на теоретические знания. Так, категория «травматичный опыт» сконструирована исследователем и вряд ли могла буквально проявиться в высказываниях информанта. На третьем этапе осуществляется избирательное кодирование, или поиск центральной категории, организующей в определенную систему связей все другие категории, выделенные на втором этапе (например, «несовершенство высшего образования» как центральная категория при анализе интервью о проблемах современной высшей школы).

В целом, с помощью кодирования осуществляется структурирование качественных данных, обеспечивается более компактное и системное их представление.

4. Аналитическое (плотное, насыщенное) описание<sup>2</sup>. Такое описание направлено на всестороннее представление разнообразных характеристик исследуемого объекта (события, отношения, группы, человека). Оно

---

<sup>1</sup> Страусе А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.

<sup>2</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С.386

включает в себя анализ контекста (условий, факторов среды), этапов, механизмов реализации какого-либо процесса (действия), субъективных значений и смыслов происходящего для информантов.

Выявленные субъективные значения и смыслы необходимо рассматривать как ситуативные, существующие в рамках определенного контекста, конструируемые участниками и трансформирующиеся под воздействием множества факторов. При возможности значения и смыслы стоит обсудить с другими участниками исследования или вернуться к взаимодействию с информантом для уточнения содержания высказываний по тому или иному вопросу. Сами по себе такие смыслы не являются достаточной основой для формирования выводов по результатам исследования. В этой связи требуется проведение более сложной теоретической работы.

5. Концептуализация данных. Это теоретическое осмысление данных, попытка представить их посредством социологических категорий, в более обобщенном виде. Это требует от исследователя большой социологической культуры и воображения, а также соответствующего опыта. На данном этапе происходит выбор и обоснование парадигмы, наиболее подходящей для понимания и интерпретации исследуемого феномена.

6. Аналитическая индукция и построение теории случая. На данном этапе происходит соединение разнообразных категорий, выделенных ранее, в некоторые более емкие «образы», или кластеры<sup>1</sup>. По сути, происходит обобщение единичных случаев на основе выявленной закономерности, или общей тенденции. Так, например, анализ различных ситуаций профессионально-образовательного выбора выпускников школ позволил выделить в качестве общей тенденции так называемую подмену профессиональной ориентации образовательной («главное - поступить в желаемое учебное заведение и повысить уровень образования»)<sup>2</sup>. При этом выделение общей тенденции предполагает также и поиск отклонений от

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 395

<sup>2</sup> Шарова Е. Н., Мулина Т. В. Профессиональное самоопределение молодежи в условиях социокультурной трансформации российского общества (региональный аспект) // ЖССА. 2010. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnoe-samoopredelenie-molodezhi-v-usloviyah-sotsiokulturnoy-transformatsii-rossiyskogo-obschestva-regionalnyu-aspekt> (дата обращения: 14.04.2023).

нее - выявление альтернативных стратегий, в частности, с ярко выраженной профессиональной ориентацией. Анализ таких отклонений позволяет конкретизировать и обосновать общую тенденцию. Например, данная подмена легла в основу осмысления стратегий получения высшего образования и не применима к уровню среднего профессионального образования.

Суть аналитической индукции заключается в интенсивном изучении отдельных случаев, в том числе на предмет их соответствия или отклонения от общей тенденции. Это позволяет построить теорию (мини-теорию) случая, т.е. сформировать доказательную базу в отношении выявленной закономерности и обосновать ее универсальный характер, выходящий за пределы непосредственно проанализированных случаев. Данный принцип лег в основу тактики grounded theory («обоснованной теории», «восхождение к теории»), предложенной американскими социологами А. Страус и Б. Глэйзер<sup>1</sup>. Целью исследования здесь выступает познание природы того или иного феномена, осуществляемое посредством концептуализации элементов повседневного опыта, жизненных фактов. Происходит поэтапное выстраивание теории конкретного случая (поступательное восхождение к теории), сопровождающееся использованием абстрактных категорий и концепций.

Анализ качественных данных можно представить как движение от первичных данных (эмпирических фактов) к их теоретическому осмыслению посредством систематизации, кодирования, плотного описания и концептуализации. При этом построение теории не является финалом работы с данными. В качественном исследовании, как правило, реализуется нелинейная (спиралевидная) логика получения знания<sup>2</sup> и многократный «выход в поле». После того как исследователю удалось построить первичную теорию случая, сбор данных возобновляется для проверки и уточнения этой теории с помощью результатов других наблюдений.

В целом, указанные процедуры обработки и анализа качественных данных дают лишь направление работы и не гарантируют того, что

---

<sup>1</sup> Glaser B. G., Strauss A. L. The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. Chicago: Adline, 1967. URL: [http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser\\_1967.pdf](http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser_1967.pdf) (дата обращения: 19.04.2023).

<sup>2</sup> Ильин В. И. Драматургия качественного полевого исследования. СПб., 2006. С.30-31.

исчерпывающая теория будет построена. Результаты качественного исследования, как правило, носят гипотетический характер и предполагают дальнейшую верификацию, в том числе посредством количественных методов.

Основным недостатком качественного анализа является субъективизм, обусловленный отсутствием стандартизированных и универсальных процедур, который преодолевается с помощью триангуляции. Под триангуляцией понимается исследовательская процедура, в ходе которой происходит сопоставление одних данных с другими, различающимися во времени и в пространстве (повторные и сравнительные исследования), соотнесение результатов, полученных разными специалистами (исследовательская триангуляция), а также использование различных теоретических подходов и методов к анализу одного и того же объекта<sup>1</sup>.

Ввиду отсутствия статистических процедур, анализ качественных данных полностью реализуется посредством логических операций – описания, сравнения и объяснения, – присущих и количественному подходу. При этом стоит отметить важные отличия в реализации указанных процедур<sup>2</sup>. В качественной социологии выделяется два вида описания:

- простое описание или «плотное», насыщенное (максимальное приближено к языку и жизненному миру информанта);
- аналитическое описание (сочетает в себе язык информанта и концептуализацию исследователя).

Объяснение также реализуется в двух видах в рамках анализа качественных данных:

- научное объяснение (в соответствии с канонами научного доказательства, на языке специальных терминов, по аналогии с количественным, объективистским подходом);

---

<sup>1</sup> См. : Готлиб А. С. Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты. Самара, 2004. С. 122-123; Качественные методы. Полевые социологические исследования / И. Штейнберг [и др.]. СПб., 2009. С.315-318.

<sup>2</sup> Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2014. С. 165-167.

- семантическое объяснение (с точки зрения смыслов и интерпретаций самих информантов, объяснение с точки зрения «действующего субъекта»).

В целом, применение данных логических операций анализа обусловлено главной особенностью качественной социологии, которая заключается в рассмотрении социальной реальности как принципиально отличающейся от мира природы, в котором действуют объективные (неизменные) законы, которые нужно только открыть. Социальная реальность, или общество, представляется как процесс, который создается и воссоздается посредством активности людей, вкладывающих в свои действия определенные смыслы. Сами действия предполагают различное толкование, контекстуальность, субъективность, непредсказуемость, а социальная реальность всегда имеет незаконченный и подвижный характер. Специфическим способом познания такой социальной реальности выступает понимание<sup>1</sup>, которое состоит в том, чтобы выявить смыслы и значения, которые вкладывают индивиды в свои действия и адекватно их истолковать.

### 11.3 Написание научного отчета

Анализ результатов социологических исследований, проведенный компетентно, позволяет эффективно применять их в управленческой деятельности, планировании и прогнозировании социальных процессов. Один из способов использования результатов - *защита* перед руководителями предприятий, чтобы они могли принимать информированные решения. Еще один распространенный способ использования - *публикация* материалов социологических исследований в научных журналах, сборниках статей и средствах массовой информации. Таким образом, исследовательские результаты становятся доступными для широкой аудитории и могут быть использованы другими профессионалами и исследователями в своей работе.

По результатам исследования пишется *отчет*. Цель отчета – проинформировать других исследователей и публику о важности и

---

<sup>1</sup> Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2014. С. 122-123.

надежности результатов. Отчет должен внести новые знания в исследование данной области и должен быть написан таким образом, чтобы читатель мог проверить выводы.<sup>1</sup>

В отчет входит программа исследования, характеристика опрошенных, представление и анализ полученных данных, практические рекомендации, выводы, приложения (графики, таблицы, схемы, диаграммы).

Требования к отчету:

1. в отчете должны быть отражены все группы проблем в соответствии с логикой научного поиска, что требует обобщения, анализа результатов;

2. в каждой главе отчета необходимо стремиться выделить две части: а) проблемы и результаты, б) выводы;

3. для анализа и отчета результаты отдельных анкетных вопросов должны максимально обобщаться;

4. правильное оформление отчета.

Подготовку отчета рекомендуется начинать сразу по мере получения результатов исследования. С самого начала необходимо осуществить знакомство со схожими исследованиями, для того чтобы в дальнейшем проводить параллели между своим исследованием и работами других авторов.

Изложение научных результатов в отчете должно содержать всю значимую информацию, позволяющую оценить обоснованность выводов автора. Поэтому автор обязан представить все данные, даже те из них, которые, возможно, и неудобны для него, так как не соответствуют его теоретической концепции и модели взаимосвязи переменных. Отчет должен содержать возможно более полное и глубокое отображение всех этапов проведенного исследования в их взаимосвязи, демонстрируя логику научного поиска.

Типичный отчет о социологическом исследовании состоит из следующих разделов.

1. Реферат, где указывается учреждение - исполнитель, источники финансирования, основные цель, задачи, методологические основания и подходу к исследованию, научная новизна, практическая значимость.

---

<sup>1</sup> Квале С. Исследовательское интервью. М., 2003. С. 253.

2. Содержание, включающее все структурные компоненты отчета.

3. Введение, в котором кратко приводятся основные положения программы исследования: проблемное поле исследования, степень изученности проблемы, актуальность исследования, его теоретическая и прикладная значимость, цель и задачи исследования, основные гипотезы, а также краткое описание и обоснование выборки. В количественном исследовании важно уделить внимание операционализации теоретических понятий. Вводный раздел включает характеристика использованного метода или методов и основных процедур сбора социологической информации и обработки данных.

4. Основная часть. Данный раздел содержит основные результаты обработки и анализа полученных данных в соответствии с задачами исследования и сформулированными гипотезами. Этот раздел является самым содержательным и важным с точки зрения представления результатов исследования. Как правило, это самая объемная часть отчета, поэтому ее следует разделить на более дробные элементы (главы и параграфы) соответственно основным задачам. Здесь дается описательная характеристика полученных данных обработки, которые представляются в виде одномерных и двумерных таблиц, рисунков (в количественном исследовании) или цитатного материала и исследовательских аналитических комментариев (в качественном исследовании).

5. Заключение. Здесь подводятся основные итоги исследования. В количественном исследовании сообщается насколько подтвердилась основная гипотеза. Если она не подтвердилась, следует попытаться объяснить причины этого факта. Не надо пугаться этого, нередко отсутствие подтверждения (или опровержение) очевидной и зачастую тривиальной гипотезы уже является серьезным результатом исследования. Если исследование было направлено на анализ ситуации для принятия управленческих решений, то крайне желательным компонентом данного раздела является разработка рекомендаций, представляющих собой перечень основных предложений, вытекающих из анализа отчетных данных. Рекомендации носят утвердительный характер и предлагают только то, что должно быть внедрено в научную или практическую работу. Если возникают сомнения в правильности или необходимости этих рекомендаций, заинтересованным лицам должно быть предоставлено обоснование в отчете.

6. Список литературы, где содержится алфавитный список авторов и работ, которыми исследователь пользовался в ходе написания своего отчета независимо от того, цитировались ли они прямо или косвенно.

8. Список публикаций, опубликованных за период проекта.

9. Приложения, которые включают таблицы, диаграммы и другие иллюстративные материалы, которые могут представлять определенный интерес. В приложение обязательно входит инструментарий, которым пользовались для сбора данных.

Изложенные выше требования относятся исключительно к жанру научного отчета, который обязан представить любой исследователь после завершения своего проекта.

Однако надо понимать, что если в отчете обилие первичных данных (таблиц и графиков, цитат из интервью и пр.) с краткими и четкими пояснениями выглядит вполне уместно и является достоинством этой работы, то в статье или в книге материал должен быть организован и подан совершенно по-иному.

В каких-то ситуациях вместо отчета по исследованию может даваться аналитическая справка. Строгих требований к составлению аналитической справки нет, к ней обычно подходят без лишних формальностей, она просто должна содержать тот материал, который нужен заказчику. Обычно в начале справки дается краткая характеристика исследования и далее представляются результаты обработки с их кратким анализом.

Написание отчета по итогам качественного исследования представляет собой определенную сложность. Существует несколько моделей написания такого отчета. Первая из них – описательная жизненная история, которая обрамляется аналитическими комментариями исследователя. Вторая является представлением данных, полученных посредством глубоких интервью и наблюдения участников, где точки зрения участников формируют структурную основу отчета. Третий подход стремится связать практику с теорией. Здесь суммируются описательные данные, затем их связывают с более общими теоретическими построениями. Четвертый подход является наиболее теоретическим, связанный с построением теории путем опоры на данные.

Указанные четыре подхода отражены в типологии форм подачи текстовых материалов качественного исследования, предложенной в работе В. А. Ядова<sup>1</sup>:

1) дословное воспроизводство информации, для которой характерна максимальная близость к первичным данным, имеющим самостоятельную ценность;

2) отредактированные тексты, в которых первичные данные могут быть сокращены, выстроены в определенной логике, систематизированы в соответствии с логикой задач исследования, при этом язык изложения практически не редактируется;

3) комментированные (интерпретированные) первичные тексты, где текст исследователя непрерывно сопровождает истории информантов;

4) авторский текст, в котором научный, теоретический язык исследователя явно преобладает, а первичные тексты лишь дополняют и иллюстрируют его.

Кроме того, можно выделить жанры представления письменных материалов качественных исследований. *Реалистические рассказы* пишутся от имени третьего лица с четким разделением исследователя и исследуемого. *Исповедальные рассказы* являются выражено персонализированными отчетами с «мини-мелодрамой» трудностей, перенесенных во время полевых работ. В *импрессионистских рассказах* показаны собственные переживания исследователя в поле – вариант автоэтнографии.

Все эти формы написания отчета соответствуют различным темам, и требуют от исследователя определенных умений и навыков.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Что понимается под обработкой и анализом полученных данных?
2. Раскройте основные процедуры обработки и анализа данных в количественном исследовании
3. Какие можно выделить статистические процедуры анализа данных?
4. Какие можно выделить логические процедуры анализа данных?

---

<sup>1</sup> Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 2007. С. 405.

5. Раскройте основные процедуры обработки и анализа данных в качественном исследовании
6. Каковы основные правила составления транскрипты?
7. Раскройте основные виды кодирования данных.
8. Какие существуют требования к написанию отчета?
9. Из каких элементов состоит структура научного отчета?

### ***Рекомендуемая литература***

1. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431522>. (дата обращения: 19.04.2023).
2. Готлиб, А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие / А. С. Готлиб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Флинта : МПСИ, 2014. — 384 с. — Текст : непосредственный.
3. Готлиб, А. С. Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты / А. С. Готлиб. - Самара : Универс-групп, 2004. — 448 с. — Текст : непосредственный.
4. Ильин, В. И. Драматургия качественного полевого исследования / В. И. Ильин. — Санкт-Петербург : Интерсоцис, 2006. — 256 с.
5. Крыштановский, А. О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS : учеб. пособие для вузов / А. О. Крыштановский. — 2-е изд. - Москва : Издат. дом ГУ ВШЭ, 2007. — 281 с.
6. Качественные методы. Полевые социологические исследования / И. Штейнберг, Т. Шанин, Е. Ковалев, А. Левинсон ; под ред. И. Штейнберга. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2009. — 352 с. — Текст : непосредственный.
7. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учеб. пособие. — 2-е изд. / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. — Москва : ИНФРА-М, 2011. — 200 с. — Текст : непосредственный.
8. Наследов, А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпертация данных : учеб. пособие / А. Д. Наследов. - 3-е изд., стереотип. - Санкт-Петербург : Речь, 2008. - 392 с. — Текст : непосредственный.

9. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст : непосредственный.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева, Г. М. Социальная психология : учебник для вузов / Г. М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2004. – 375 с. – Текст : непосредственный.
2. Анурин, В. Ф. Эмпирическая социология : учебное пособие для вузов / В. Ф. Анурин. — Москва : Академический Проект, 2003.— 288 с. – Текст : непосредственный.
3. Бабосов, Е. М. Конкретное социологическое исследование // Социология : Энциклопедия / сост : А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. - Москва : Книжный дом, 2003. – 1312 с. – Текст : непосредственный.
4. Батыгин, Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов / Г. С. Батыгин. - 2-е изд. - Москва : РУДН, 2008. - 368 с. – Текст : непосредственный.
5. Белановский, С. А. Метод фокус-групп / С. А. Белановский. - Москва : Магистр, 1996. - 272 с. – Текст : непосредственный.
6. Белановский, С. А. Индивидуальное глубокое интервью / С. А. Белановский. - Москва : Никколо-Медиа, 2001. – 320 с. – Текст : непосредственный.
7. Богдан, И. В. Отказы от участия в опросах: общеметодологические проблемы и специфика медико-социологических исследований / И. В. Богдан, М. В. Гурылина, Д. П. Чистякова – Текст : непосредственный // Вестник НГУЭУ. - 2019. - №3. – С. 240 – 246.
8. Бурдые, П. Общественное мнение не существует // Социология политики: Пер. с фр. Г. А. Чередниченко / сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко / — Москва : Socio-Logos, 1993. — С. 159-177. – Текст : непосредственный.
9. Волков, Б. С. Методы исследований в психологии : учебно-практическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. / Б. С. Волков, Н. В. Волкова. - Москва : Педагогическое общество России, 2002. - 208 с. – Текст : непосредственный.
10. Горшков, М. К. Задачи социологического исследования и принципы измерения социальных явлений / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги // Социология образования. - 2010. - № 5. - С. 8 - 30.

11. Горшков, М. К. Прикладная социология : учебник и практикум для вузов / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов — Москва : Юрайт, 2019. — 334 с.

12. Готлиб, А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие / А. С. Готлиб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Флинта : МПСИ, 2014. — 384 с. — Текст : непосредственный.

13. Готлиб, А. С. Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты / А. С. Готлиб. - Самара : Универс-групп, 2004. – 448 с. – Текст : непосредственный.

14. Гришанова, Н. А. Тестовые методики и пути их использования : метод. пособие / Н. А. Гришанова. - Москва : ИПК СК, 1997. - 26 с. – Текст : непосредственный.

15. Девятко, И. Ф. Методы социологического исследования : учеб. пособие [для вузов]. - [4-е изд.] / И. Ф. Девятко. – Москва : КДУ, 2006. - 293 с. – Текст : непосредственный.

16. Добренъков, В. И. Методы социологического исследования : учебник / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 768 с. – Текст : непосредственный.

17. Добренъков, В. И. Фундаментальная социология : В 15 т. Т. 2: Эмпирическая и прикладная социология. / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. – Москва: ИНФРА-М, 2004. – 986 с. – Текст : непосредственный.

18. Добренъков, В. И. Фундаментальная социология : В 15 т. Т. 5: Социальная структура / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. – Москва : ИНФРА-М, 2004. – 1094 с. – Текст : непосредственный.

19. Жигунова, Г. В. Методика исследований в социальной работе : учеб. пособие / Г. В. Жигунова, Ю. В. Кузнецов. – Мурманск : Изд-во МГТУ, 2010. – 170 с.

20. Ельмеев, В. Я. Прикладная социология: Очерки методологии. — 2-е изд., испр. и доп. / В. Я. Ельмеев, В. Г. Овсянников. — Санкт-Петербург : Издательство С.-Петербургского государственного университета, 1999. — 296 с. — Текст : непосредственный.

21. Зборовский, Г. Е. Эмпирическая социология : учеб. для вузов / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина ; бюджет. учреждение высш. образования

ХМАО – Югры «Сургут. гос. пед. ун-т» ; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования «Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина». – Сургут [и др.] : РИО СурГПУ, 2016. – 313 с. – Текст : непосредственный.

22. Здравомыслов, А. Г. Методология и процедура социологических исследований / А. Г. Здравомыслов. - Москва : Мысль. - 1969. - 205 с. – Текст : непосредственный.

23. Ильин, В. И. Драматургия качественного полевого исследования / В. И. Ильин. – Санкт-Петербург : Интерсоцис, 2006. – 256 с. – Текст : непосредственный.

24. Иудин, А. А. Контент-анализ текстов. Компьютерные технологии : учебное пособие / А. А. Иудин, А. М. Рюмин. - Нижний Новгород : ННГУ, 2010. - 37 с. – Текст : непосредственный.

25. Казакова, А. Ю. Современные городские трущобы: методико-методологические проблемы изучения маргинальных слоев / А. Ю. Казакова – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. - Серия 18. Социология и политология. - 2010. - №2. – С. 80 – 90.

26. Калинин, С. И. Компьютерная обработка данных для психологов / С. И. Калинин ; под науч. ред. А. Л. Тулупьева. - Изд. 2-е. - Санкт-Петербург : Речь, 2004. - 134 с. – Текст : непосредственный.

27. Качественные методы. Полевые социологические исследования / И. Штейнберг, Т. Шанин, Е. Ковалев, А. Левинсон ; под ред. И. Штейнберга. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2009. – 352 с. – Текст : непосредственный.

28. Квале, С. Исследовательское интервью / С. Квале ; пер. с англ. М. Р. Мироновой. - Москва : Смысл, 2003. - 301 с. – Текст : непосредственный.

29. Кравченко, А. И. Методология и методы социологических исследований в 2 ч. Часть 1 : учебник для академического бакалавриата / А. И. Кравченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 280 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438331> (дата обращения: 20.01.2021).

30. Крыштановский, А. О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS : учеб. пособие для вузов / А. О. Крыштановский. – 2-е изд. - Москва : Издат. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 281 с. – Текст :

непосредственный.

31. Кучко, Е. Е. Методология и методы социологических исследований : пособие / Е. Е. Кучко, С. Н. Бурова, Л. В. Филинская. – Минск : БГУ, 2018. – 251 с. – Текст : непосредственный.

32. Левада, Ю. А. «Средний человек»: фикция или реальность / Ю. А. Левада – Текст : непосредственный // Мониторинг общественного мнения. - 1998. - №2. – С. 7 – 12.

33. Левинсон, А. Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR) / А. Левинсон, О. Стучевская – Текст : непосредственный // Мониторинг. - 2003. - №1. - С. 46-50.

34. Логвинова, С. С. Практика социологических исследований в сфере социальной защиты населения / С. С. Логвинова – Текст : непосредственный // Работник социальной службы. - 2009. - № 3 (43). - С. 7 – 12.

35. Луков, В. А. Социальное проектирование : учеб. пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. / В. А. Луков. - Москва : Изд-во Моск. гуманит.-социальн. академии : Флинта, 2003. – 240 с. – Текст : непосредственный.

36. Мертон, Р. Фокусированное интервью / Р. Мертон, М. Фиске, П. Кендалл ; пер. с англ. Т. Н. Федоровской ; под ред. С. А. Белановского. - Москва, 1991. – URL: [http:// lib. socio.msu.ru/l/library](http://lib.socio.msu.ru/l/library) (дата обращения: 12.04.2023). - Текст : электронный

37. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учеб. пособие. – 2-е изд. / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 200 с. – Текст : непосредственный.

38. Морено, Дж. Л. Социометрия : Эксперим. метод и наука об обществе : Подход к новой полит. ориентации / пер. с англ. В. М. Корзинкина ; ред. пер. и предисл. М. Ш. Бахитова. - Москва : Изд-во иностр. лит., 1958. - 289 с. – Текст : непосредственный.

39. Наследов, А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпертация данных : учеб. пособие / А. Д. Наследов. - 3-е изд., стереотип. – Санкт-Петербург : Речь, 2008. - 392 с. – Текст : непосредственный.

40. Овсянников, В. Г. В. Я. Ельмеев - основатель концепции прикладной социологии в СПбГУ / В. Г. Овсянников – Текст : непосредственный // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. - 2018. - № 1. – С. 12 – 19.

41. Оганян, К. М. Методология и методы социологического исследования : учебник для академического бакалавриата / К. М. Оганян. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 288 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/414337> (дата обращения: 20.01.2021).

42. Осипова, Н. Г. Профессия – социолог : учебное пособие / Н. Г. Осипова. – Москва: КДУ, 2009. – 359 с. – Текст : непосредственный.

43. Основы прикладной социологии : учебник для вузов / под ред. Ф. Э. Шереги, М. К. Горшкова. - Москва : Интерпракс, 1996. - 184 с. – Текст : непосредственный.

44. Паниотто, В. И. Качество социологической информации / В. И. Паниотто. - Киев : Наукова думка, 1986. - 206 с. – Текст : непосредственный.

45. Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. - 5-е изд. - Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 480 с. – Текст : непосредственный.

46. Российская социологическая энциклопедия / РАН. Ин-т социал.-полит. исслед.; под общ. ред. акад. РАН Г. В. Осипова. - Москва : НОРМА-ИНФРА-М, 1998. – 664 с. – Текст : непосредственный.

47. Сикевич, З. В. Социологическое исследование : практическое руководство / З. В. Сикевич. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 320 с. – Текст : непосредственный.

48. Семенова, В. В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию : учеб. пособие для студентов вузов / В. В. Семенова ; Ин-т социологии РАН. - Москва : Добросвет, 1998. - 289 с. – Текст : непосредственный.

49. Социологический словарь / Акад. учеб.-науч. центр РАН-МГУ им. М. В. Ломоносова ; отв. ред. Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев ; ученый секретарь О. Е. Чернощек. - Москва : Норма, 2008. - 606 с. – Текст : непосредственный.

50. Страусе А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. - 256 с. – Текст : непосредственный.

51. Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования : учеб. пособие / Е. П. Тавокин. - Москва : ИНФРА-М, 2010. – 239 с. – Текст : непосредственный.

52. Тощенко, Ж. Т. Социология: учебник для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров и магистров «Социология» (040100) / Ж. Т. Тощенко. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 607 с. – Текст : непосредственный.

53. Тюсова, О. В. Формирование выборки в социально-эпидемиологических исследованиях / О. В. Тюсова. – Текст : непосредственный // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2007. - Том X. № 1 (38). - С. 199 – 203.

54. Хадиева, Л. Г. Репродуктивные установки: методологические основы исследования / Л. Г. Халиева – Текст : непосредственный // Вестник Казанского технологического университета. - 2006. - №6. – С. 289 – 293.

55. Хили, Д. Статистика : Социологические и маркетинговые исследования : [пер. с англ.] / Д. Хили ; под общ. ред. А. А. Руденко. - 6-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер ; Москва [и др.] : DiaSoft, 2005. - 637 с. – Текст : непосредственный.

56. Чеховский, И. В. Метод фокус-групп: этапы реализации исследования / И. В. Чеховский – Текст : непосредственный // Вестник РУДН. - Серия: Социология. - 2012. - №4. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metod-fokus-grupp-etapy-realizatsii-issledovaniya> (дата обращения: 05.04.2023).

57. Шарова, Е. Н. Профессиональное самоопределение молодежи в условиях социокультурной трансформации российского общества (региональный аспект) / Е. Н. Шарова, Т. В. Мулина – Текст : непосредственный // ЖССА. - 2010. - №1. – С. 50 - 68.

58. Шляпентох, В. Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал / В. Э. Шляпентох. - Москва : Центр социального прогнозирования, 2006. – 664 с. – Текст : непосредственный.

59. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е., испр. - Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с. – Текст : непосредственный.

60. Яушева, А. А. Формирование выборки: поиск новых возможностей

/ А. А. Яушева // Социс. - 2007. - № 8. - С. 90 - 96. – Текст : непосредственный.

61. Glaser, B. G. The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research / B. G. Glaser, A. L. Strauss. Chicago: Adline, 1967. - URL: [http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser\\_1967.pdf](http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser_1967.pdf) (дата обращения: 19.04.2023). – Текст : электронный.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.<sup>1</sup>***Программа конкретного социологического исследования***

**Тема:** Стратегии профессионального самоопределения выпускников школ города Мурманска

**I. Методологический раздел*****Проблемное поле***

Профессиональное самоопределение молодёжи является одним из популярных направлений исследования как в психологии, так и в социологии. Но если психолог в большей степени акцентирует внимание на индивидуальном аспекте данного феномена, то социологический интерес здесь обусловлен пониманием надиндивидуальных эффектов (функций) профессионального самоопределения. В частности, можно выделить следующие функции профессионального самоопределения молодёжи: социализационная (освоение социальных ролей), интеграционная (включение в социальную структуру общества), воспроизводственная (поддержание основных параметров социальной системы) и инновационная (обновление основных параметров социальной системы). Понимая под профессиональным самоопределением молодёжи процесс включения (интеграции) в социально-профессиональную структуру общества, реализуемый через ценностный выбор образцов поведения (социальных ролей), социологи подчёркивают важность данного процесса для сохранения стабильности и развития общества как социальной системы.

В настоящее время современное российское общество, будучи частью нового глобализированного социального порядка, испытывает существенные трансформационные процессы. Изменения затрагивают практически все сферы функционирования российского общества, его ключевые подсистемы: политическую, экономическую, культурную, социальную. Происходящие в современном российском обществе трансформации имеют двойственную природу: во-первых, это общие глобализационные процессы, затрагивающие практически все страны, во-

---

<sup>1</sup> Шарова, Е. Н. Профессиональное самоопределение молодежи в условиях социокультурной трансформации российского общества (на примере Мурманской области) : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / Е. Н. Шарова - Архангельск, 2012. – С.187-194

вторых, это специфические российские изменения, связанные с переходом от советской социокультурной системы к постсоветской.

Молодёжь, вступающая в жизнь в настоящее время, не может не испытывать на себе социальные изменения, являясь одновременно и объектом, и субъектом трансформации социума. Двойственность позиции является сущностной характеристикой данной социально-демографической группы. Переходность, неустойчивость и, связанная с этим, неопределённость социального статуса молодёжи обусловлены завершением этапа первичной социализации и началом вторичной. Последняя сопряжена с освоением различных социальных ролей, важнейшими из которых в современном обществе являются профессиональные роли. Вторичная социализация как этап интериоризации узкоспециализированных «институциональных подмиров» актуализирует проблему самоопределения. При этом основу процесса самоопределения составляют различные ситуации выбора из нескольких альтернатив. В настоящее время в условиях российской трансформации, несогласованности действий различных институтов, социокультурной аномии проблема выбора сопряжена с ситуацией риска и неопределённости. В связи с этим, профессиональное самоопределение как серия индивидуальных выборов представляет собой диалектическое единство определённости и неопределённости. Таким образом, индивидуальный риск становится общим основанием профессионального самоопределения молодёжи в современном обществе. С одной стороны, трансформации, затронувшие современное российское общество, являются объективным фактором профессионального самоопределения молодёжи. С другой стороны, молодёжь в процессе своего профессионального самоопределения является своего рода проводником, агентом трансформационных явлений.

На наш взгляд, отсутствие институциональной определённости (прежде всего, кризис системы профориентации и трудоустройства, разрыв между основными индикаторами социального статуса – образование – профессия – престиж – доход – объём власти) накладывает отпечаток на стратегии профессионального самоопределения современной российской молодёжи. Происходит своего рода индивидуализация и плюрализация форм и способов интеграции молодёжи в социально-профессиональную структуру трансформирующегося общества. Социологический интерес

представляет выявление как общих тенденций, так и различных моделей, или типов стратегий профессионального самоопределения современной российской молодёжи (с учётом региональной специфики Мурманской области).

**Проблема исследования:** отсутствие систематизированных представлений о закономерностях профессионального самоопределения молодёжи в современном российском обществе в контексте трансформационных процессов.

**Объект:** учащаяся молодёжь города Мурманска в возрасте от 15 до 17 лет (выпускники 9-х, 11-х классов общеобразовательных школ).

**Предмет:** стратегии профессионального самоопределения учащейся молодёжи.

**Цель:** описать общие и специфические тенденции профессионального самоопределения учащейся молодёжи г. Мурманска.

**Задачи:**

1. Изучить особенности образовательного выбора выпускников общеобразовательных учебных заведений
2. Изучить особенности профессионального выбора выпускников общеобразовательных учебных заведений
3. Определить социально-демографические факторы, влияющие на профессиональный и образовательный выборы учащейся молодёжи
4. Выяснить ценностно-мотивационный компонент профессионального самоопределения учащейся молодёжи
5. Выявить специфические типы стратегий профессионального самоопределения выпускников общеобразовательных учебных заведений

**Интерпретация и операционализация основных понятий:**

*Молодёжь* - дифференцированная по своему составу социально-демографическая группа, в основе образования которой лежит возрастной критерий, преломляющийся в социально-психологических свойства личности молодых людей, их ценностях и смысложизненных установках, особой субкультуре и социальном положении, обусловленных уровнем развития общества и особенностями социализации в нём.

*Профессиональное самоопределение* - процесс формирования профессиональной идентичности личности, ее качественной определенности в трудовой сфере. «процесс ее интеграции в социально-профессиональную структуру общества, который реализуется на

личностном уровне через ценностный выбор... вариантов профессионального развития»<sup>1</sup>. Профессиональная ориентация (самоопределение) является сложным, многоуровневым процессом, включающим в себя выбор будущей специальности, представление о характере трудовой деятельности и ее месте в системе разделения труда, приобретение нового социального статуса, изменение образа жизни, появление новых прав и обязанностей, связанных с полученным статусом<sup>2</sup>.

*Профессиональный выбор* – один из центральных этапов процесса профессионального самоопределения, заключающийся в принятии решения о будущем занятии и связанном с ним социальном положении.

*Образовательный выбор* – один из центральных этапов процесса профессионального самоопределения, заключающийся в принятии решения об уровне профессиональной подготовки и соответствующем данному уровню типе учебного заведения.

*Ценностно-мотивационный компонент профессионального самоопределения* – один из элементов процесса профессионального самоопределения, отражающий внутренний (субъективный) механизм осуществления выборов (профессионального и образовательного).

*Стратегия* - «...определённая линия поведения или определённые правила, управляющие поведением человека»<sup>3</sup>, а также «...широкий круг личностных диспозиций и поведенческих паттернов»<sup>4</sup>.

*Стратегия профессионального самоопределения* – система личностных диспозиций и соответствующая ей определённая линия поведения индивида в процессе профессионального самоопределения; способ формирования профессиональной идентичности и интеграции в социально-профессиональную структуру общества.

### ***Логическая схема эмпирической интерпретации понятий***

1. Профессиональный и образовательный выбор выпускников общеобразовательных учебных заведений рассматривается через следующие эмпирические показатели:

<sup>1</sup> Дидковская Я. В. Динамика профессионального самоопределения студентов // Социологические исследования. 2001. №7. С. 132.

<sup>2</sup> Иконникова С. Н. Молодежь: социологический и социально-психологический анализ. Ленинград, 1974. С.75.

<sup>3</sup> Муздыбаев К. Жизненные стратегии современной молодёжи: межпоколенный анализ // Журнал социологии и социальной антропологии. Том VII . 2004. №1. С. 176.

<sup>4</sup> Там же.

Профессиональное самоопределение	
Показатели профессионального выбора	Показатели образовательного выбора
1) направленность профессионального выбора	1) направленность образовательного выбора
2) выбор профессии / сферы деятельности	2) выбор уровня профессиональной подготовки / типа учебного заведения
3) определенность с выбором профессии	3) определенность образовательного выбора
4) уровень определенности с конкретной профессией (спец.)	4) время принятия решения
5) информированность о выбираемой профессии (спец.)	
6) сложности, возникающие при выборе профессии (спец.)	

2. Ценностно-мотивационный компонент профессионального самоопределения выпускников общеобразовательных учебных заведений рассматривается через следующие эмпирические показатели:

Ценностно-мотивационный компонент профессионального самоопределения	
Показатели профессионального выбора	Показатели образовательного выбора
1) определение привлекательных качеств профессии	1) отношение к различным уровням профессиональной подготовки (оценка)
2) определение привлекательных характеристик работы	2) мотивы выбора различных уровней профессиональной подготовки

### ***Системный анализ объекта***

Учащаяся молодёжь в возрасте 15-17 года сложный социальный объект, дифференцированный по следующим критериям:

- пол
- человеческий капитал (успеваемость; уровень образования – основное общее среднее, полное общее среднее)
- культурный капитал (образование и профессия родителей)
- экономический капитал (материальное положение семьи)

Указанные структурные различия объекта исследования выступают в качестве объективных факторов (независимых переменных) профессионального самоопределения учащейся молодёжи. Влияние других объективных факторов – конъюнктура на региональном рынке труда и рынке образовательных услуг – эмпирически не верифицируется, а получает косвенную проверку на базе вторичного анализа имеющихся статистических данных. Влияние субъективных факторов профессионального самоопределения учащейся молодёжи раскрывается через эмпирическое изучение ценностно-мотивационного компонента.

### *Гипотезы*

1. Гипотеза-основание: В структуре профессионального самоопределения школьной молодёжи образовательный выбор опережает профессиональный выбор.

Гипотезы-следствия:

1.1 Большинство учащихся 9,11-х классов не определились с будущей профессией

1.2 Большинство учащихся 9,11-х классов определились с выбором уровня профессиональной подготовки/типом учебного заведения

2. Гипотеза-основание: Ориентация на высшее образование является доминирующей в структуре профессионального самоопределения учащейся молодёжи 9,11 классов

Гипотезы-следствия:

2.1 Большинство учащихся 9,11 классов ориентируются на профессии, предполагающие высший уровень профессиональной подготовки

2.2 Большинство учащихся 9,11 классов (80-90%) ориентируются на получение высшего образования после окончания 11-го класса

3. Гипотеза-основание: Профессиональный и образовательный выборы учащихся 9,11 классов зависят от параметров человеческого, культурного и экономического капиталов

Гипотезы-следствия:

3.1 Учащиеся 9-х классов имеют более дифференцированные профессиональные и образовательные выборы, чем учащиеся 11-х классов

3.2 Учащиеся, имеющие более высокую успеваемость, чаще ориентируются на более длительное обучение (средне-специальное и высшее образование)

3.3 Большинство учащихся 9,11-классов в своих профессиональных и образовательных выборах воспроизводят профессионально-образовательный статус своих родителей.

3.4 Материальное положение семьи оказывает влияние на образовательный и профессиональный выбор учащихся.

4. Гипотеза-основание: В структуре ценностно-мотивационного компонента профессионального самоопределения молодёжи доминируют инструментальные ценности

Гипотезы-следствия:

4.1 Среди мотивов выбора профессии доминируют мотивы, не связанные с содержанием труда (прежде всего материальные и статусные).

4.2 Среди мотивов ориентации на получение высшего образования доминируют статусные и карьерные мотивы.

## **II. Методический раздел**

### ***Принципиальный (стратегический) план исследования***

Эмпирическое исследование строится на основе описательного стратегического плана с элементами аналитико-объяснительного. Критерием выбора плана исследования послужили описательные и объяснительные гипотезы.

### ***Обоснование выборочной совокупности***

В исследовании применялась квотная модель выборки. Квоты были составлены по типу учебного заведения и району города Мурманска. Отобранные кластеры (11-е классы выбранных учебных заведений) подвергались сплошному обследованию. Всего в городе Мурманске 39 общеобразовательных школ, 12 гимназий и лицеев и три территориальных округа. Объём выборочной совокупности составил 989 чел., из них 621 чел. – учащиеся 9-х классов, 368 чел. – учащиеся 11-х классов.

### ***Методы сбора, обработки и анализа эмпирических данных***

Метод сбора эмпирических данные – анкетирование, позволяющее провести массовое обследование, выявить общие тенденции и закономерности профессионального самоопределения учащейся молодёжи по заранее разработанной системе эмпирических показателей.

Метод обработки и анализа данных – статистический анализ на базе программы SPSS: построение одномерных и двумерных распределений, обнаружение корреляций между изучаемыми признаками, величин

средней тенденции (мода, медиана, среднее арифметическое), а также использование многомерных методов обработки и анализа данных (в частности, факторный и кластерный анализ).

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.<sup>1</sup>**Анкета (9 класс)*****Уважаемый девятиклассник!***

Просим Вас принять участие в анкетировании, которое проводит Центр занятости населения Мурманской области и социологическая лаборатория МГПУ для изучения профессиональных ориентаций учащихся г. Мурманска. При ответах на вопросы анкеты просим Вас внимательно знакомиться с вопросом и в соответствии с ним выбирать ответы. Если в вопросе не говорится о том, сколько ответов следует выбрать, то выбирайте только один и отмечайте его «галочкой»:

**1. Что Вы собираетесь делать после окончания 9-го класса?**

1) продолжить обучение в школе в 10-11 классах	
2) учиться в средне-специальном учебном заведении (техникуме, колледже)	
3) получать начальное профессиональное образование (ПТУ, ПУ, ПЛ)	
4) учиться не собираюсь, пойду работать	
5) другое (укажите, что именно)_____	
6) еще не определился	

**2. Планируете ли Вы в будущем получать высшее образование?**

1) да	
2) нет	
3) затрудняюсь ответить	

<sup>1</sup> Шарова, Е. Н. Профессиональное самоопределение молодежи в условиях социокультурной трансформации российского общества (на примере Мурманской области) : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / Е.Н. Шарова - Архангельск, 2012. – С.195-204

**ВНИМАНИЕ!!!** Вопросы №3,4 только для тех, кто не собирается продолжать обучение в школе после 9-го класса. Остальных просим переходить к вопросу №5.

**3. Укажите, по какой причине Вы не собираетесь продолжать обучение в 10-11 классах? (выберите НЕ БОЛЕЕ ДВУХ главных причин. Первую, основную, обозначьте цифрой 1, а вторую, если она есть – цифрой 2)**

1) надоело учиться в школе	
2) не имею возможности учиться дальше (по материальным, семейным и другим обстоятельствам)	
3) хочу начать работать	
4) не вижу смысла учиться в 10-11 классах, дальнейшая учеба должна быть связана с получением профессии	
5) большинство моих друзей покидают школу после 9-го класса	
6) не уверен(а), что после 11-го класса смогу успешно сдать ЕГЭ, поступить в вуз (другое учебное заведение)	
7) я выбрал(а) профессию, по которой могу получить образование в ПТУ/ПУ/колледже/техникуме	
8) другое (укажите, что именно)	
9) затрудняюсь ответить	

**4. Если Вы собираетесь поступать в техникум, колледж или ПТУ, ПУ, то напишите в какой (или в какие) именно:**

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) не определился(лась)

**5. Напишите, определились ли Вы с выбором профессии?**

1) определился(лась) с конкретной (укажите, с какой именно)_____	
2) определился(лась) с несколькими (укажите, с какими именно)_____	
3) не определился(лась)	

**6. Если Вы НЕ ОПРЕДЕЛИЛИСЬ с выбором профессии, то объясните почему (выберите нужное):**

1) плохо знаю современный мир профессий	
2) плохо знаю себя (интересы, способности)	
3) не знаю, как выбирать профессию	
4) не могу выбрать из нескольких вариантов	

5) считаю, что пока рано выбирать профессию	
6) другое (укажите, что именно)_____	

**7. Какая профориентационная работа проводится в Вашей школе для оказания помощи школьникам в выборе профессии? (укажите все те мероприятия, которые действительно проводятся)**

1) индивидуальные беседы о профессиональных предпочтениях	
2) тестирование на выявление способностей к определённым профессиям	
3) проведение занятий (классных часов) на тему профессионального выбора	
4) встречи с людьми разных профессий	
5) экскурсии на предприятия	
6) встречи с представителями различных учебных заведений	
7) профориентационная работа не проводится	
8) другое (укажите, что именно)_____	

**8. Отметьте те виды работы, которые являются САМЫМИ полезными на Ваш взгляд? (отметьте все подходящие варианты):**

1) индивидуальные беседы о профессиональных предпочтениях	
2) тестирование на выявление способностей к определённым профессиям	
3) проведение занятий (классных часов) на тему профессионального выбора	
4) встречи с людьми разных профессий	
5) экскурсии на предприятия	
6) другое (укажите, что именно)_____	

**9. Что помогает Вам в выборе профессии, в знакомстве с миром профессий? (отметьте все подходящие варианты):**

1) советы, мнение родителей	
2) советы, мнение учителей	
3) советы, мнение знакомых, друзей	
4) средства массовой информации (фильмы, радиопередачи, статьи и т.п.)	

5) личное знакомство с профессией на рабочем месте	
6) наличие способностей, необходимых в профессии	
7) другое (укажите, что именно) _____	

**10. На что Вы ориентируетесь в выборе профессии?** Расставьте предложенные варианты ответа в порядке важности для Вас и отметьте самое **главное** – цифрой **1**, а второе и третье – цифрами **2** и **3**.

1) на свои желания	
2) на свои возможности (материальные, интеллектуальные и др.)	
3) на потребности общества и рынка	

**11. Какие специальности (профессии) для Вас более привлекательны?**

1) которые связаны с изучением в большей степени гуманитарных дисциплин (русс. яз, литература, история, обществознание и т.д.)	
2) которые связаны с изучением в большей степени естественно-научных и технических дисциплин (математика, физика, химия, биология, география, черчение и т.д.)	
3) ещё не определился(лась)	

12. Что является наиболее привлекательным для Вас в профессии? Выберите НЕ БОЛЕЕ ЧЕТЫРЕХ важных для Вас качеств.

1) Заработная плата	
2) Возможность сделать карьеру	
3) Интересное содержание, процесс труда	
4) Популярность, престижность	
5) Возможность развить свои способности	
6) Возможность приносить людям пользу	
7) Возможность иметь свободное время	
8) Возможность общения с людьми	
9) Творческий характер профессии	
10) Возможность управлять другими	
11) Интеллектуальный характер профессии	
12) Сложный характер	

13. Какие, по Вашему мнению, работники наиболее востребованы? Оцените каждую категорию работников по 5-балльной шкале, где 1 – совсем не востребованы; 5 – востребованы в наибольшей степени. В каждой строке сделайте ТОЛЬКО ОДИН выбор.

<i>Категории работников</i>	<i>Востребованность</i>
1) специалисты с высшим образованием гуманитарной направленности (работа с людьми)	
2) специалисты с высшим образованием естественно-научной и технической направленности (работа, связанная с техникой и природой)	
3) специалисты со средним специальным образованием (ССУЗы, техникумы)	
4) квалифицированные рабочие (ПТУ, ПУ)	
5) неквалифицированные рабочие (не требует профессионального образования)	

**14. Выразите своё отношение к следующим утверждениям (В КАЖДОЙ СТРОКЕ выберите ТОЛЬКО ОДИН вариант)**

<i>Утверждения:</i>	<i>согласен</i>	<i>частично</i>	<i>согласен</i>	<i>не согласен</i>
1) Высшее образование – залог успешной профессиональной карьеры.				
2) Обучение в ПТУ дает мало перспектив в жизни				
3) Можно хорошо зарабатывать и при этом не иметь высшего образования.				
4) Рабочая специальность мне в любом случае не подходит, даже если она имеет какие-то плюсы.				
5) Высшее образование ценно само по себе для всестороннего развития личности.				
6) Высшее образование - не для всех; можно успешно реализовать себя после окончания ПТУ или техникума.				
7) Любая работа, независимо от уровня образования (квалификации), мне подходит, если за неё хорошо платят.				
8) Высшее образование в большей степени гарантирует получение высокооплачиваемой работы.				
9) Высшее образование – не для меня; я хочу заниматься практической деятельностью без длительного обучения.				
10) При выборе работы для меня в большей степени важна её престижность.				

15. Оцените по 5-балльной шкале, как в целом относитесь Вы и Ваше окружение к высшему образованию, к обучению в техникуме/колледже, а также к обучению в ПТУ для получения рабочей профессии (1 – крайне отрицательное отношение, 2 – отрицательное, 3 – нейтральное, 4 – положительное, 5 – очень положительное)

**ВНИМАНИЕ!** В каждой ячейке таблицы должна стоять оценка.

	<i>Отношение</i>		
	<i>к высшему образованию</i>	<i>к обучению в техникуме / колледже</i>	<i>к обучению в ПТУ</i>
1) Вы сами			
2) родители, родственники			
3) учителя			
4) друзья, близкие знакомые			

16. Расставьте следующие характеристики работы в порядке важности для Вас от 1 до 4, где 1 – самая важная, а 4 – наименее важная.

1) стабильность работы, комфортность, безопасность условий труда	
2) оплата труда, социальные гарантии	
3) интерес к содержанию работы, процессу труда	
4) положение в обществе, образ жизни, сопутствующий профессии	

**ВНИМАНИЕ!** Следующий блок вопросов относится к тем, кто собирается получать высшее образование (или не исключает такой возможности в будущем). Те, кто точно **НЕ СОБИРАЕТСЯ** получать высшее образование, переходите к вопросу № 19

**17. Когда Вы приняли решение о получении высшего образования?**

1) этот вопрос не вставал, я всегда был(а) на это ориентирован(а)	
2) решение было принято еще в среднем звене школы (5-9 класс)	
3) я еще не принял(а) окончательного решения	

**18. Почему Вы решили получать высшее образование?**  
Выберите **НЕ БОЛЕЕ ТРЕХ** главных причин.

1) хочу получить профессию, которая мне нравится	
2) высшее образование необходимо для получения хорошей работы	
3) с высшим образованием легче устроиться на работу	
4) диплом о высшем образовании необходим каждому современному человеку	
5) высшее образование — это престижно	
6) хочу расширить свой кругозор, повысить свой культурно-образовательный уровень	
7) не хочется идти работать сразу после школы	
8) по настоянию родителей или родственников	
9) обучение помогает получить отсрочку от армии	
10) другое	

*Сообщите, пожалуйста, следующие сведения о себе:*

**19. Вы учитесь:**

1) в общеобразовательной школе	
2) в специализированном (гимназическом) классе общеобразовательной школы	
3) в гимназии, лицее	
4) другое (укажите, где)	

**20. Пол:** 1) мужской                      2) женский

**21. Успеваемость:**

1) в основном 3		4) в основном 4 и 5	
2) в основном 3 и 4		5) в основном 5	
3) в основном 4			

**22. Укажите, пожалуйста, образование Ваших родителей**

	Отец	Мать
1) незаконченное среднее		
2) среднее общее		
3) начальное профессиональное (ПТУ, ПУ)		
4) среднее профессиональное (колледж, техникум)		
5) высшее		
6) затрудняюсь ответить, не знаю		

**23. Скажите, пожалуйста, каково материальное положение Вашей семьи?**

7) денег с трудом хватает на ежедневные расходы	
8) на ежедневные расходы денег хватает, но покупка одежды, вещей представляет трудности	
9) в основном хватает денег, но при покупке дорогих вещей мы вынуждены пользоваться кредитом или брать в долг.	
10) покупка большинства товаров не вызывает у нас трудностей, но покупка автомобиля или дорогостоящий отпуск нам пока недоступны.	
11) мы можем позволить себе дорогостоящие покупки и практически ни в чем себе не отказывать	

*Благодарим Вас за участие в опросе!*

Учебное издание

**Жигунова Галина Владимировна**

**Шарова Екатерина Николаевна**

# **МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

*Учебное пособие*

*для студентов*

*по направлениям подготовки 39.03.01 Социология;*

*39.03.02 Социальная работа;*

*39.03.03 Организация работы с молодежью;*

*39.04.01 Социология; 39.04.02 Социальная работа*

*Печатается в авторской редакции*

Редактор, дизайн обложки *Р.В. Орлов*

Доступ к учебному пособию – свободный.

<http://nkras.ru/arhiv/2024/Zhigunova.pdf>

Сборник содержится в едином файле PDF.

Дата выхода в свет 20.05.2024.

Свободная цена. Заказ ММ200524.

По вопросам приобретения и издания литературы обращаться по адресу:

**Издательство «Научно-инновационный центр»**

ул. 9 Мая, 5/192, г. Красноярск, 660127 Россия

тел. +7 (995) 080-90-42

Электронная почта: [monography@nkras.ru](mailto:monography@nkras.ru)

Дополнительная информация на сайте: [www.nkras.ru](http://www.nkras.ru)

