

Конспект лекции на тему:

«Методы сбора первичной информации в социологии»

(При подготовке были использованы материалы работ: Филатова О.Г. Методика и техника социологического исследования: Конспект лекций. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 48 с.; а также работ других авторов.)

Составитель: В.Я. Красниковский

Вводная часть: основные термины

То, о чем говорится ниже, существует на стыке нескольких областей научного и околонучного знания, – социологии, математической статистики, компьютеризированного анализа данных, маркетинга, а также методологии, методики, техники и организации социологических исследований, – поэтому, для начала, договоримся о терминологии.

Начнем с некоторых понятий, широко применяемых в практике социологических исследований. Для этого, уясним, в каком соотношении находятся такие понятия, как:

объект получения информации,
признак,
единица наблюдения;
единица анализа,
переменная.
Итак.

Прежде всего, у нас имеется **объект** получения информации – респондент: человек, от которого мы, используя определённые научные методы, получаем интересующие нас сведения о нём самом или о том, что происходит в его семье, в организации по месту его работы, в том населённом пункте, где он живёт, в той этно-территориальной общности, к которой он имеет отношение, в стране или в обществе.

Такие методы получения информации от человека могут быть объединены в 4 группы: анализ продуктов человеческой деятельности, наблюдение, опрос и эксперимент. И, применяя именно их в различных модификациях и сочетаниях, мы получаем те данные, которые в последующем могут быть обработаны качественно (с помощью методов качественного анализа) или количественно (с использованием методов статистической обработки и статистического анализа данных). О методах поговорим позже.

Такой объект, – человек, – при снятии с него информации, например, посредством анкетирования как разновидности метода опроса (или иных методов), описывается с помощью некоторой совокупности признаков – вопросов анкеты. Т.е. каждый вопрос анкеты – это **признак**, описывающий какую-то часть нашего объекта получения информации – человека-респондента.

Например, вопрос о зарплате – это признак респондента, характеризующий его материальное положение, вопрос о голосовании на прошедших выборах – признак, описывающий его политические ориентации или электоральное поведение, вопрос о роде профессиональной деятельности – признак, характеризующий его положение в обществе и т.д.

В социологических исследованиях объектом, или **единицей наблюдения** может быть сам человек-респондент, или тот более большой социальный объект, о котором мы снимаем первичную информацию с этого человека. В последнем случае, объектом анализа могут быть семья этого человека, его трудовой коллектив, его поселение, общественное мнение и т.п. (см. выше). То есть, опрашивая конкретного человека, в одних случаях, мы будем собирать информацию о нём самом, о его взглядах, оценках, поведенческих проявлениях или фактах из его жизни (и тогда он будет выступать для нас и объектом получения информации и объектом, или единицей наблюдения), в других же случаях, мы, также опрашивая этого человека, будем стремиться получить от него информацию, допустим, о ситуации в его семье или трудовом коллективе (и тогда он будет выступать для нас только объектом получения информации, а объектом, или единицей наблюдения будет его семья или трудовой коллектив).

Единица анализа – это элементарная, единичная часть объекта исследования (или объекта получения информации). Подчеркнём, что если говорить о социологических исследованиях, то в большинстве случаев, единица анализа совпадает с единицей наблюдения, т.е. с тем объектом, о котором непосредственно собирается информация на «полевом» этапе исследования.

Важно понимать, что единица анализа, вне зависимости от того, совпадает, или не совпадает она с единицей наблюдения, – всегда для социолога-исследователя выступает именно как целостная единица.

Ещё раз поясним сказанное. Как уже говорилось, в социологии, чаще всего, в качестве такой единицы выступает отдельный респондент. Однако, бывают случаи, когда объектом изучения может быть, например, производственная бригада, или – семья; но в этом случае, именно они выступают в исследовании при анализе информации, полученной от человека в качестве целостных единиц. То есть, о них, об их состоянии или особенностях «снимается» с человека информация. Единицами же наблюдения в таком случае выступают члены семей или бригад, т.е. отдельные респонденты, от которых, собственно, и получают информацию об этих семьях или бригадах. В дальнейшем, – после сбора первичных данных, – в процессе исследования происходит преобразование информации, собранной о единицах наблюдения, в информацию о единицах анализа.

После того, как человек ответил на вопрос анкеты или интервью тем или иным образом, и этот вопрос в совокупности с его ответами, в последующем был включен в состав паспорта массива, создаваемого для дальнейшей статобработки материалов опроса, – он (вопрос) становится **переменной**.

Переменная – это элементарный показатель, признак, характеризующий одно из изучаемых свойств единицы анализа. Простейшими переменными являются, скажем, пол или зарплата респондента. Подчеркнём, что, с одной стороны, для каждой единицы анализа она имеет одно, вполне определенное значение, а с другой стороны – не все единицы анализа имеют одинаковое значение переменной.¹

Значит, наш объект описывается посредством совокупности признаков (вопросов анкеты) или – переменных (вопросов анкеты, представленных в форме, подготовленных и представленных в форме, пригодной для дальнейшей машинной статобработки данных).

Это были базовые сведения, необходимые для дальнейшего понимания материала.

Методы сбора первичной социологической информации.

Какие же методы получения информации от человека о человеке, об отношениях людей и производных этих отношений существуют, что они могут, и чего не могут (т.е. каковы их «плюсы» и «минусы» или – область применения)? Ведь, хотя социология и ассоциируется у многих людей с анкетами и с «процентами», но анкетирование – это лишь один из методов получения первичной информации. Все же эти методы можно объединить в 4 группы, выстроив эти группы в иерархию по основанию интенсивности контакта исследователя с изучаемым объектом и, соответственно, по степени интенсивности возмущений, вносимых фактом изучения в объект (т.е., в нашем случае, – в социальную систему).

Итак, как уже говорилось, можно выделить следующие большие группы исследовательских методов, так или иначе, применяемых в социологии (приводятся в последовательности, выстроенной по основанию нарастания интенсивности контакта исследователя с объектом изучения, и, следовательно, по мере нарастания возмущений, вносимых фактом исследования в состояние изучаемого объекта):

Интенсивность контакта	Группы методов получения информации
MIN	1. Анализ продуктов человеческой деятельности (включая и «контент-анализ») – контакт отсутствует;
	2. Наблюдение;
	3. Опрос;
MAX	4. Эксперимент – интенсивность контакта максимальна.

То есть, критерием выделения, в данном случае, послужило понимание того, насколько реализация данного метода предполагает необходимость контакта исследователя с человеком, дающим информацию – респондентом, или – с иным источником информации человековедческого характера.

¹ Крыштановский, А.О. Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS: учеб. пособие для вузов / А.О. Крыштановский; Гос. ун-т-Высшая школа экономики. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 281 с. С. 11.

Ну, и ещё, в дополнение к сказанному про методы отметим, что существуют количественные и качественные методы, которые как-то между собой могут сочетаться в процессе исследовательской деятельности.

Рассмотрим подробнее эти методы.

Отметим, что хоть и существует всего четыре метода получения информации о человеке от самого человека, но каждый из них может быть реализован в виде множества конкретных методик и процедурных вариантов.

Итак.

АНАЛИЗ ПРОДУКТОВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

При использовании этого метода предполагается, что информацию о человеке дают сделанные им предметы, или иные материальные результаты его деятельности.

Поясним это с помощью примера. В 17 - 19 веках в государствах Европы получило широкое распространение искусство садово-парковой архитектуры. Известно несколько школ, успешно работавших в этой области. Среди них наиболее известны французская, уделявшая особое внимание геометрической планировке (т.е. если – простыми словами, то перед разбивкой парка, естественный ландшафт уничтожался, и на его месте создавался ландшафт искусственный: заново высаживались деревья, выкапывались водоёмы, насыпались возвышенности и т.п.; пример – ландшафтный комплекс Версаль во Франции), и английская, строившая планировку территории с учетом и исходя из особенностей конкретного ландшафта; пример – Никитский ботанический сад, усадьба Середниково (Фирсановка) или Ландшафтный парк Царицыно). Понятно, что, анализируя обустройство таких территорий, мы можем получить информацию об эстетических запросах определенных слоев населения этих стран в рассматриваемый период, о социальной и политической ситуации, уровне развития ботанических и инженерных знаний и некоторых других сторонах жизнедеятельности людей той поры.

Методы анализа продуктов человеческой деятельности основаны на объективной информации. Их главный недостаток в том, что на состояние продуктов человеческой деятельности сильное влияние оказывают посторонние факторы такие, как погодные, климатические условия и ряд прочих. Кроме этого, их необходимо рассматривать в контексте особенностей породившей их культурной среды, достоверно реконструировать которую, порой, бывает попросту невозможно.

Одним из весьма востребованных в наши дни вариантов анализа продуктов человеческой деятельности является метод Контент-анализа. Он активно используется в исследованиях, проводимых в таких областях, как языкознание, маркетинг, реклама, психология, социология и политология.

Но он, в свою очередь, является разновидностью общего Анализа документов, с которого мы и начнем.

АНАЛИЗ ДОКУМЕНТОВ

А) Классификация документов.

Практически все социологические исследования начинаются с анализа документов. В документах заключены огромные информационные возможности.

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

Классификация документов по различным основаниям;

1. По способу фиксации информации: а) текстовые документы (рукописные, печатные); б) иконографические документы (видео-, кино-фотодокументы, картины); в) фонетические документы (магнитофон); г) статистические данные (сборники ЦСУ); д) информация в машиночитаемой форме (дискеты, компакт-диски).

2. По общей значимости: а) официальные; б) неофициальные.

3. По форме изложения: а) статистические; б) вербальные.

4. По содержанию: а) исторические (описание событий); б) правовые (оценка событий); в) экономические (фиксация состояния).

5. По степени близости к информации: а) первичные (стенограммы); б) вторичные (справки, обобщения).

Один из самых важных документальных источников – *статистические данные*. Они содержат данные в числовой форме, обычно систематизированы, сведены в таблицы, схемы. Функции статистических данных 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.

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*.

Различают безличные и 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.

Для получения достоверной информации из документов необходимо:

1. Уяснить общую обстановку, в которой составлялся документ.
2. Выявлять намерения составителя документа.
3. Отличать описание событий от их оценки.
4. Знать метод получения первичных данных.
5. Помнить, что официальные документы более достоверны, чем неофициальные, личные более надежны, чем безличные, первичные надежнее вторичных.

Очень часто единственно надежным источником информации выступают документы, специально созданные для целей исследования: анкеты, тесты, опросные листы, протоколы наблюдений.

В практике исследования взаимодополняют друг друга два основных метода анализа документов: *традиционный* (классический) и *формализованный, количественный* метод (контент-анализ).

Б) Качественный (традиционный) анализ документов.

Традиционный метод – это метод качественного анализа, под которым понимаются умственные операции по интерпретации, пониманию информации, содержащейся в документах. Такой метод позволяет определить глубинное содержание документа. Два вида традиционного анализа:

- *внешний анализ* – анализ обстоятельств появления документа,
- *внутренний анализ* – непосредственный анализ документа, направленный на установление уровня компетентности автора, систематизацию сведений из документа.

При проведении традиционного анализа социолог отвечает на такие вопросы:

1. Какова форма документа, его вид?
2. Каков его контекст?
3. Кто является его автором?
4. Какова надежность документа?
5. Какова достоверность зафиксированных данных?
6. Каково фактическое содержание документа?
7. Каковы цели создания документа?
8. Каково оценочное содержание документа?
9. Какие выводы можно сделать в отношении автора документа?

Основной недостаток традиционного метода анализа – возможность субъективной интерпретации материала.

Данный недостаток преодолевается с помощью формализованного метода.

В) Контент-анализ.

Формализованный метод (контент-анализ) – это количественный анализ качественной по своей сути, слабоструктурированной текстовой информации. То есть, по сути, это перевод качественной информации в количественные показатели с последующей ее статистической обработкой.

Основные принципы контент-анализа:

- а) восхождение от текста к внетекстовой реальности;
- б) строгость исследования.

Контент-анализ применяется в следующих случаях:

- 1) когда требуется высокая степень точности,
- 2) при наличии большого несистематизированного материала,
- 3) если материал нельзя охватить без суммарных оценок.

Процедура контент-анализа:

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 категории анализа – смысловой единицы анализа. 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.

Единицы анализа выделяются на основе содержания гипотез исследования. Единицы анализа могут не совпадать с единицами счета.

Единица счета – это количественная характеристика единицы анализа, фиксирующая регулярность, с которой встречаются в тексте та или иная смысловая единица (число строк, абзацев, знаков, колонок, длительность звучания, метраж плёнки и т.д.). Это показатель, фиксирующий регулярность и / или частоту встречаемости в тексте конкретной единицы анализа.

3. Процедурный подсчет употребления категории анализа. Обоснованность (валидность) разработанной методики можно проверить:

- при помощи экспертов,
- получением аналогичных данных другими методами,
- повторным кодированием тех же документов по единой инструкции. Сбор информации, регистрация единиц анализа проводятся в

заранее разработанных макетах таблиц, на специальных карточках или при помощи специальных кодировочных таблиц.

Преимущества метода контент-анализа:

а) обеспечивает высокую степень надежности получаемой информации;

б) избегает влияние исследователя на изучаемый объект,

в) позволяет исследовать проблемы прошлых лет.

Основной недостаток метода – громоздкость процедур и техники проведения исследования.

ЛИТЕРАТУРА к разделу по контент-анализу

1 Степанов А.С. Метод контент-анализа и производные принципы в исследовании актуальных проблем современного общества. М., 1995.

2 Татарова Г.Г. Типологический анализ в социологии. М., 1993.

3 Чураков А.Н. Компьютерный контент-анализ. М., 1996.

4 Сайт «**ВААЛ**» (русскими буквами – **обязательно просмотрите и поиграйтесь с демо-версией!!!!!!!**)

НАБЛЮДЕНИЕ.

Наблюдение – метод сбора первичных эмпирических данных, заключающийся в непосредственном восприятии (визуальном, слуховом) и регистрации значимых социальных процессов, явлений, событий, подвергающихся изучению.

Идея методов этой группы состоит в осуществлении прямой регистрации событий очевидцем.

Разделяют бытовое и научное наблюдение.

Наблюдение используется в следующих случаях:

на подготовительных стадиях исследования,

на основных этапах в сочетании с другими методами,

на этапе контроля внедрения рекомендаций исследования,

как метод контроля для обоснования получаемых из других источников данных, их проверки.

Признаки научного наблюдения:

1. Четко сформулированные цель (надо заранее знать, что наблюдать, и это должно следовать из программы исследования), задачи, объект и предмет наблюдения.

2. Систематизированность процедуры наблюдения, в ходе которой исследователь должен стремиться собрать максимальное количество данных.

3. Осуществление по заранее продуманному плану.

4. Наличие системы фиксации данных наблюдения.

5. Применение специальных способов избегания субъективности наблюдателя (к ним относятся кодировка, язык и система фиксации).

6. Обеспечение на необходимом уровне контроля качества получаемой информации, которое характеризуется валидностью, достоверностью и устойчивостью.

Субъективность наблюдения может проявляться: в особенностях языка инструкции, даваемой наблюдателю (которая может пониматься им по-разному); в невозможности унификации человеческого восприятия; в неодинаковости возникающих ситуаций.

Главное преимущество наблюдения – позволяет фиксировать события и элементы человеческого поведения непосредственно в момент их совершения.

Преимущества метода наблюдения обусловлены: его непосредственностью, минимальной привнесенностью интроспекции (т.е. влияние личности исследователя на результат проводимого исследования), меньшим, по сравнению с опросами и другими методами, влиянием на результаты отношения тех людей, которые окружают исследователя в процессе проведения наблюдения.

Полезность метода наблюдения связана и с возможностью его использования в полевых, естественных для объекта условиях.

Главная особенность наблюдения заключается в том, что с его помощью можно получать данные надежные, но требующие дальнейшей интерпретации. В связи с этим приобретает особую важность процедура интерпретации его результатов.

Есть и другие особенности наблюдения:

- 1) Неразрывная связь наблюдателя с объектом наблюдения, накладывающая отпечаток на интерпретацию наблюдаемых явлений.
- 2) Восприятие социальных явлений наблюдателем и их интерпретация всегда эмоционально окрашены, что может явиться причиной искажений данных наблюдения.
- 3) Сложность повторного наблюдения.

При наблюдении возникает ряд проблем, решение которых во многом зависит от интуиции и искусства исследователя.

Первая из них связана с эффективным выделением того, что именно должно подлежать фиксации, какие внешние проявления (например: эмоциональные контакты наблюдаемых между собой, их перемещения, их жесты, громкость голосов в процессе взаимодействия и пр.). Здесь многое зависит от контекста ситуации.

Могут оказать влияние на результаты наблюдения и настроение наблюдателя, и социальные различия наблюдателя и наблюдаемых, и эффект первого впечатления, и снижение остроты восприятия в течение процесса наблюдения.

Еще одна проблема обусловлена жесткостью выделения наблюдаемых категорий.

Важно и влияние на наблюдателя последующих событий (под их воздействием у наблюдателя может возникнуть желание что-либо исправить в ранее полученных данных). Именно поэтому для обеспечения хорошего качества результатов наблюдения очень важна заранее составленная программа.

Наблюдение часто бывает не основным, а вспомогательным методом сбора информации. Наблюдение редко носит массовый характер и является одним из самых дорогостоящих методов сбора данных.

Выделяют объективные и субъективные недостатки метода наблюдения.

Объективные недостатки:

- 1) не все социальные факты поддаются наблюдению;
- 2) наблюдаемые факты ограничены во времени.

Субъективные недостатки связаны с личностными, профессиональными особенностями наблюдателя, который может по-разному истолковывать наблюдаемые явления.

Важнейшим документом наблюдения является программа, которая определяет его этапы:

1. Определение цели и задач исследования.
2. Выбор объекта, предмета и ситуации наблюдения.
3. Выбор способа наблюдения.
4. Выбор способа регистрации наблюдаемого объекта.
5. Обработка и интерпретация полученной информации.

В программе конкретизируется перечень значимых элементов наблюдения. К ним относятся:

- а) наблюдаемые – отдельные люди в различных ситуациях общения, малые группы, общности;
- б) обстановка – место нахождения наблюдаемой ситуации, типичное для этого места социальное поведение;
- в) цель деятельности людей;
- г) социальное поведение – на кого (на что) направлена деятельность, психологическая атмосфера в группе;
- д) частота и продолжительность – уникальность или типичность ситуации.

Виды наблюдения:

Наблюдение в социологии классифицируется по различным признакам.

По месту проведения наблюдения различают *полевое* и *лабораторное наблюдение*. Полевое наблюдение происходит в естественных условиях а лабораторное проводится в экспериментальной ситуации (конкурс, игра, соревнование). Поле деятельности лабораторного наблюдения ограничено, так как люди знают об эксперименте и могут вести себя неадекватно.

В зависимости от регулярности наблюдения оно носит *систематический* или *случайный* характер. Систематическое наблюдение

планируется и осуществляется в течение определенного периода, несистематическое проводится без плана, по поводу той или иной конкретной ситуации.

По положению наблюдателя наблюдения подразделяются на *включенные* и *невключенные*.

При включенном наблюдении социолог непосредственно включен в наблюдаемый объект, входит в социальную среду и изнутри характеризует процессы и явления. При «полном включении» социолог работает в изучаемом коллективе как его член.

Невключенное наблюдение предполагает изучение социологом объекта исследования со стороны, не участвуя в деятельности группы и не вступая с ее членами в прямые контакты.

Как включенное, так и невключенное наблюдение может проводиться как явно, так и скрыто. В последнем случае остро возникают проблемы этического характера.

Отечественный социолог В.А. Ядов предлагает пути повышения надежности данных наблюдения:

1. Максимально подробно классифицировать элементы событий, подлежащих наблюдению. Их надежность проверяется в пробных наблюдениях.

2. Если основное наблюдение осуществляется несколькими лицами, они сопоставляют свои впечатления и согласовывают оценки событий, используя единую технику ведения записи, тем самым повышается устойчивость данных наблюдения.

3. Один и тот же объект следует наблюдать в разных ситуациях.

4. Необходимо четко различать и регистрировать содержание, формы проявления наблюдаемых событий и их количественные характеристики.

5. Важно следить за тем, чтобы описание событий не смешивалось с их интерпретацией.

6. Важно следить за обоснованностью интерпретации данных, стремясь к тому, чтобы перепроверить свои впечатления с помощью различных возможных интерпретаций.

7. Полезно прибегнуть к независимому критерию для проверки обоснованности наблюдения. Данные наблюдений можно проконтролировать с помощью других методов.

ЛИТЕРАТУРА к разделу «Наблюдение»

1. Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социс. 1998. N 7.
2. Рабочая книга социолога. Под ред. Г.В. Осипова, М., 1983.
3. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 1998.

ОПРОС.

Прежде, чем перейти к рассмотрению технических и методических и содержательных особенностей проведения опросных исследований, хотелось бы сказать несколько слов о том, почему именно опрос в течение длительного времени пребывал в числе наиболее популярных в социологии методов получения первичной информации. В связи с этим уместно привести два числа «90», имеющих отношение к нашей теме.

Считается, что 90 % информации, циркулирующей в системе Юнеско, получается в результате проведения опросов. И еще, примерно в 90 % исследований, проводящихся в самых различных областях науки и практики, метод опроса, так или иначе, используется для получения необходимых сведений.

К сожалению, в нашем государстве, в отличие от стран с развитыми рыночными традициями, практика опроса приживается медленно. Связывают это с тем, что «на Западе» производственные и коммерческие фирмы, стремясь ориентироваться в том, какие требования предъявляет потребитель к их продукции, регулярно финансировали развитие средств получения такой информации. У нас же подобная потребность на протяжении почти всего советского периода объективно отсутствовала.

Опрос – метод сбора первичной информации в социологическом исследовании, предусматривающий устное или письменное обращение к исследуемой совокупности людей с вопросами, содержание которых представляет проблему исследования на эмпирическом уровне, а также статистическую обработку полученных ответов.

Метод опроса является наиболее распространенным в социологии. Качество социологических данных, полученных в результате исследования, в значительной мере зависит от качества применяемых методик опроса.

Понятие опроса применяется в различных науках для обозначения приемов получения информации, носителем которой является человек. С помощью опроса можно получить информацию о мотивах, интересах, планах, настроениях, предпочтениях людей, структуре отношений, семейной жизни.

1. Специфика социологического опроса:

- при опросе информацию дает непосредственно носитель изучаемой проблемы или участник изучаемых событий;
- опрос нацелен на те стороны проблемы, которые не всегда отражаются в документальных источниках и не всегда доступны прямому наблюдению;
- опрос является разновидностью социально-психологического общения анкетера с респондентом;
- опрос может быть использован при изучении самых разных сфер общества;
- опрос позволяет в короткие сроки опрашивать большие группы людей;

■ при опросе регистрируются и мотивы деятельности индивидов, и продукты их деятельности;

■ вербальная информация, полученная методом опроса, дешевле и легче поддается количественной обработке, чем невербальная.

Однако информация, полученная с помощью опроса, не отличается большой надежностью и достоверностью. Необходимо постоянно учитывать возможность искажения информации, полученной методом опроса.

Основные элементы опроса:

1. Социолог, конструирующий инструментарий,
2. Анкетер или интервьюер.
3. Анкета или план интервью.
4. Ситуация опроса.
5. Респондент.
7. Социальная реальность.

Основные этапы подготовки и проведения опроса:

1. Определение целей и задач опроса, определение проблемы, предмета и объекта, для исследования которых предпринимается опрос, определение исходных понятий.

2. Обоснование выборки: определение генеральной и выборочной совокупности.

3. Обоснование опросного листа:

а) содержательное представление проблемы исследования в формулировках вопросов;

б) обоснование вопросника относительно возможностей опрашиваемой совокупности людей как источника искомой информации;

в) стандартизация требований и инструкций для анкетеров и интервьюеров по ведению опроса;

г) обеспечение условий для машинной обработки результатов исследования (на компьютере);

д) обоснование сроков опроса, тиражирование документов опроса, отбор, обучение и контроль анкетеров и интервьюеров, сбор контрольных листов, их кодировка, обработка.

В социологических исследованиях используются различные виды опросов. По формам контакта исследователя и респондента выделяют варианты опроса:

а) личный или опосредованный (раздаточный, почтовый, прессовый, телефонный);

б) индивидуальный или групповой;

в) свободный или формализованный, фокусированный (направленный).

г) устный или письменный;

д) сплошной или выборочный;

е) по месту жительства или работы.

В самом общем плане опрос сводится к двум разновидностям:

- 1) *анкетирование* – опосредованный, письменный опрос,
- 2) *интервью* – непосредственный, устный опрос,

Анкетный опрос – один из основных видов опроса, особенностью которого является использование анкеты, заполняемой респондентом. Анкета или опросный лист заполняется респондентом самостоятельно (в отличие от интервью) и поэтому должна быть для него предельно понятной.

Композиция анкеты:

1. *Титульный лист и вводная часть.* Указывается, кто и с какой целью проводит опрос, приводится инструкция заполнения анкеты, определяется способ возврата анкеты.

2. *Основная (содержательная) часть.*

- а) контактные вопросы: заинтересовывают респондента, простые в своих формулировках,

- б) основные вопросы: содержание их полностью определяется целями и задачами исследования,

- в) заключительные вопросы: снимают напряжение.

3. *Социально-демографическая часть* (или паспортчика) – содержит вопросы об объективном положении, статусе опрашиваемого. В заключение выражается благодарность за участие в опросе.

Анкета не должна быть очень большой, время ее заполнения не должно превышать 45 минут – в противном случае притупляется внимание, ослабевает интерес. Имеет значение подготовка процедуры опроса – наличие спокойного места, карандаша, возможности самостоятельно ответить на вопросы анкеты.

Отсутствие помощи со стороны анкетера при заполнении сложных вопросов и отсутствие контроля исследователя за возможным влиянием на ответы ближайшего окружения респондента – это недостатки анкетного опроса. Преимущество его – минимум влияния анкетера на респондента.

Виды анкетирования: раздаточное, почтовое, прессовое.

Раздаточное анкетирование – наиболее надежный вид опроса, когда респондент получает анкету непосредственно из рук социолога. В зависимости от числа одновременно опрашиваемых такие вопросы называются индивидуальными и групповыми.

Почтовый опрос – распространение анкет путем почтовой рассылки. Для увеличения процента возврата анкет вместе с анкетой вкладывается сопроводительное письмо, различные сувенирные открытки и т.д.

Преимущества почтового опроса:

- 1) прост в организации и проведении;
- 2) позволяет провести опрос одновременно на большой территории;
- 3) позволяет выбрать респонденту удобное для него время заполнения;

- 4) отсутствует психологический барьер, который может возникнуть при прямом контакте с анкетером.

Недостатки почтового опроса:

- 1) низкий процент возврата анкет,

- 2) возможность группового заполнения анкеты.
- 3) искажается выборочная совокупность

Прессовый опрос – разновидность анкетирования, при котором анкеты публикуются в печати. Преимущества прессового опроса:

- 1) экономичность исследования,
- 2) оперативный зондаж общественного мнения.

Недостатки:

- 1) невозможно определить репрезентативность данных,
- 2) процент возврата не превышает 5%,
- 3) ограниченность размера анкеты.

Интервью – другой вид опроса, использующий непосредственное социально-психологическое взаимодействие между исследователем и респондентом в соответствии с поставленной целью.

Две функции интервью:

- а) получение информации;
- б) воздействие на респондента.

Преимущества интервью:

- 1) позволяет получить информацию о мнениях, мотивах, представлениях респондента;
- 2) возможность следить за степенью искренности при ответах;
- 3) личный контакт интервьюера с респондентом обеспечивает максимальную полноту реализации вопросника.

Недостатки интервьюирования:

- 1) значительные временные затраты;
- 2) обстановка интервью может не располагать к откровенности;
- 3) трудность подготовки интервьюеров.

Длится интервью в среднем от 10 минут до полутора часов, структура его напоминает структуру анкеты.

В зависимости от типа общения респондента и интервьюера различают свободное, формализованное и фокусированное интервью.

Свободное интервью проводится без заранее подготовленного опросника или плана беседы. Уместно на стадии уточнения проблемы исследования.

Формализованное (стандартизированное) интервью – общение респондента и интервьюера строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией для интервьюера. Самый распространенный вид интервью.

Фокусированное интервью характеризуется меньшей стандартизацией поведения респондента и интервьюера. Такое интервью имеет своей целью сбор информации по поводу конкретной ситуации, явления. Респондентов заранее знакомят с предметом беседы.

Телефонное интервью – одна из разновидностей опосредованного опроса. Основные достоинства – оперативность и низкая стоимость.

Оптимальная продолжительность телефонного интервью – 10-15 минут, вопросы не должны быть длинными.

Методы стимулирования процесса интервью:

- ◆ выражение согласия;
- ◆ использование коротких пауз;
- ◆ повторение основного вопроса;
- ◆ частичное несогласие;
- ◆ указание на противоречие в ответах;
- ◆ повторение последних слов респондента;
- ◆ уточнение путем неправильного повторения ответа;
- ◆ требование добавочной информации.

Достоверность и надежность полученных данных во многом зависят от личности интервьюера.

Возможные причины искажения информации при интервьюировании:

1. Влияние индивидуальных особенностей интервьюера: а) различия в возрасте опрашиваемого и интервьюера, б) различия образовательного уровня, в) различия пола, г) негативное влияние прически, фигуры, одежды.

2. Стиль поведения интервьюера: а) унижение чувства собственного достоинства опрашиваемого, б) демонстрация собственной точки зрения интервьюера, в) полемика в ходе интервью, г) демонстрация превосходства над опрашиваемым.

3. Неправильный выбор места и времени интервью.

4. Чрезмерная длительность интервью.

5. Неадекватное восприятие интервьюера опрашиваемым (например, как представителя администрации).

6. Небрежное оформление протокола интервью.

При проведении любых опросов главную роль играют вопросы, на которые, отвечают респонденты.

Вопрос анкеты (интервью) – это обращение к респонденту с целью получения от него информации по теме исследования. Выбор формы вопроса определяется целевой функцией опроса.

Классификация вопросов:

■ по содержанию вопросы о фактах сознания, о фактах поведения, о личности респондента;

■ по форме: прямые и косвенные, открытые, полузакрытые, закрытые);

■ по функциям: основные и неосновные: фильтрующие, контрольные, контактные.

Вопросы о фактах сознания позволяют выявить мнения, пожелания, ожидания людей и т.д.

Вопросы о фактах поведения выявляют поступки, действия, результаты деятельности людей.

Вопросы социально-демографического блока образуют «паспортичку»: возраст, пол и т.д.

Если приводится полный набор вариантов ответов на вопрос, то такой вопрос называется закрытым. Закрытые вопросы подразделяются на вопросы типа «да-нет», альтернативные и неальтернативные.

Альтернативный вопрос предполагает возможность выбора только одного варианта ответа, неальтернативный вопрос допускает выбор респондентом нескольких вариантов ответа.

Полузакрытые вопросы – вопросы, которые позволяют респонденту самому дополнить варианты ответов на поставленный вопрос.

Открытые вопросы – не содержат вариантов ответа и позволяют респонденту выразить свое мнение в свободной форме.

Основные вопросы направлены на сбор информации о содержании исследуемого объекта, неосновные – на проверку искренности ответов (контрольные вопросы) и выявление компетентности респондента (вопросы-фильтры).

Косвенные вопросы позволяют получить информацию посредством серии вопросов.

Методические требования:

- вопросы не должны содержать явных и неявных подсказок;
- смысл вопроса должен быть однозначен для всех респондентов и интервьюеров;
- вопросы не должны содержать неясные для респондента термины и понятия;
- при формулировке оценочных вопросов нужно следить за сбалансированностью положительных и отрицательных суждений;
- если вопрос сложный, то после его формулировки требуется инструкция;
- все вопросы должны соответствовать исследовательской задаче;
- анкета должна соответствовать возможностям респондента как источника информации.

Операция контроля и апробации анкеты включает три этапа:

- 1) логический контроль за соответствием вопросов анкеты критериям качества;
- 2) выяснение соответствия анкеты методическим требованиям;
- 3) апробация анкеты (проведение пилотажного исследования).

Далее – исправляются все обнаруженные погрешности и анкета размножается.

ЛИТЕРАТУРА к разделу «Опрос»

1. Бутенко И. А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом. М., 1989.
2. НоэльЭ. Массовые опросы. М., 1993.
3. Рукавишников В.О., Паниотто В.И., Чурилов Н.Н. Опросы населения. М., 1984.

Одной из разновидностей опроса является метод экспертной оценки (или метод экспертного опроса). Рассмотрим и его.

МЕТОД ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ – наиболее часто, процедурно реализуется в виде письменного или устного опроса экспертов.

Прежде всего, следует вспомнить, кто может выступать в качестве эксперта. А это могут быть представители только двух категорий респондентов: (1) те, кто непосредственно (профессионально, или по образу, или месту жизни) связан с изучаемой областью, о которой собирается информация; (2) те, кто сам непосредственно (профессионально, по образу, или по месту жизни) не связан с изучаемой областью, но знает мнения об изучаемой области или проблеме большого количества людей, непосредственно связанных с ней профессионально или... (см. пп. (1)).

1. Сущность социальной экспертизы.
2. Процедура отбора экспертов.
3. Формы экспертного опроса.

Итак, метод экспертной оценки в социологии – это разновидность опроса, в котором респондентами являются эксперты – специалисты в определенной области деятельности.

Основное назначение метода экспертной оценки – выявление наиболее сложных аспектов исследуемой проблемы, повышение надежности получаемой информации и/или выводов.

Экспертный опрос применяется при изучении всех сфер деятельности для диагностики и прогнозирования, проектирования, для оценки состояния социального субъекта и принятия решений. Разновидности экспертного опроса могут применяться и на всех этапах прикладных социологических исследований.

Отличительная особенность метода состоит в том, что он предполагает компетентное участие экспертов (экспертизу) в анализе и решении проблем исследования.

Экспертиза – процедура получения информации от экспертов.

Экспертные оценки – это суждение экспертов о различных сферах человеческой деятельности, предполагающий процедуру сравнения объектов |и их свойств по выделенным критериям.

Основные нормативные требования:

- тщательность подбора экспертов;
- оценка надежности представленной экспертами информации;
- создание условий для наиболее продуктивного использования экспертов в ходе исследования;
- учет факторов, влияющих на суждения экспертов;
- сохранение информации экспертов без искажения на всех этапах исследования.

Специфика опроса экспертов:

1. Нет необходимости применять в анкете косвенные или контрольные вопросы.

2. Программа опроса экспертов не детализируется и носит концептуальный характер.

3. В экспертной анкете используются преимущественно открытые вопросы, предполагающие полную свободу выбора ответа.

Качество и надежность экспертных оценок снижает неупорядоченный
■ подбор экспертов.

Критерии отбора экспертов:

1. Степень компетентности эксперта. Ее показатели – формальный уровень квалификации (например: ученая степень, высокое спортивное звание, высокий профессиональный разряд или категория), ученое звание, стаж работы по специальности, служебное положение, число опубликованных работ, количество налётанных часов и т.д.

2. Эксперт должен ориентироваться в последних достижениях в тех областях, которые являются предметом экспертизы.

3. Сочетание узкой специализации и общего кругозора эксперта.

4. Способности эксперта к анализу и синтезу изучаемых проблем, умение перерабатывать и усваивать качественно новую информацию.

5. Высокие моральные качества эксперта (предполагающие для него моральную невозможность сознательного искажения предоставляемой исследователям информации).

6. Требуется сочетание психологически приемлемых друг для друга в группе экспертов их личных качеств и характеристик: различного возраста, различных научных школ и т.д.

Экспертная группа не может быть многочисленной.

Методы отбора экспертов:

объективный – использование специальных методик отбора,

субъективный – привлечение к процедуре отбора самих потенциальных экспертов.

Объективный подход имеет два варианта:

а) документальный метод – подбор экспертов на основе социально-демографических и иных «анкетных» данных.

б) экспериментальный метод – отбор на основе тестирования кандидата.

Субъективный подход также имеет несколько вариаций:

а) аттестация – подбор экспертов осуществляется с помощью открытого или тайного голосования потенциальных членов будущей экспертной группы (может проводиться в несколько туров);

б) метод взаимной оценки в баллах или ранжированием;

в) метод самооценки компетентности.

Формы экспертного опроса:

1) разовый индивидуальный опрос (анкетирование или интервью);

2) однократный коллективный опрос (совещания, мозговой штурм);

3) индивидуальный опрос в несколько туров (дельфийская техника);
4) коллективный опрос в несколько туров (дискуссия, совещание, многоступенчатый отбор);

5) метод мозгового штурма (если позволит время, то мы поговорим о формах групповой работы более подробно в последующем; сейчас же, чтобы получить представление о «мозговом штурме» просто вспомните то, как происходит совместная работа «знатоков» в теле-клубе «Что-Где-Когда», – это и есть (правда, насколько упрощённая) модель методики организации «мозгового штурма»);

б) «традиционная дискуссия» – метод беседы с небольшой группой экспертов на изучаемую тему; это тоже важное средство выяснения возможных путей решения проблемы. Целью дискуссии является выработка группового коллективного мнения. Предпосылкой успешной групповой дискуссии является четкая формулировка предмета дискуссии и знакомство с ней подавляющего большинства участников; в значительной мере, успех дискуссии зависит от культуры, подготовки, проведения и оформления коллективного мнения экспертов.

7) «метод отнесенной оценки» – повторение нескольких циклов дискуссии с выявлением сущности наметившихся разногласий и постепенной выработки единого мнения всех или большинства участников экспертизы, с оставлением за несогласными права на частное заключение.

Методы экспертизы при коллективной работе ее участников имеют много явных преимуществ, но одновременно обладают и рядом недостатков. Главный недостаток связан с воздействием экспертов друг на друга. Этот недостаток преодолевается с помощью индивидуального опроса в несколько туров.

Заочный вариант «метода отнесенной оценки» приобрел название «метода Дельфи», или дельфийской техники (от названия древнегреческого города, получившего известность как центр предсказаний оракулов).

Дельфийская техника гарантирует соблюдение анонимности респондентов – эксперты друге другом не встречаются и заполняют анонимные анкеты или подключаются непосредственно к работе через Сетевые ресурсы.

Упрощенные вариации дельфийской техники («минидельфи») позволяют собрать экспертные оценки по 2-3 турам за несколько часов или дней.

Недостатки «метода Дельфи»:

сложность подготовки, проведения и обработки результатов, сравнительно большие временные затраты времени и средств.

Экспертный опрос в современном виде часто строится на совместном использовании различных методов, форм и процедур.

ЛИТЕРАТУРА к разделу «Экспертный опрос»

1. Ельмеев В.Я., Овсянников В.Г. Прикладная социология: очерки методологии. СПб., 1994.
2. Основы прикладной социологии. Учебник для вузов / Под ред. Ф.Э. Шереги и М.К. Горшкова. М., 1996.
3. Экспертные оценки в социологическом исследовании., Киев, 1990.

Основой большинства опросных обследований является вопросник-анкета, представляющий собой систему целенаправленных и соответствующим образом расположенных вопросов. О том, как грамотно составить анкету, и как при этом избежать ошибок, снижающих качество получаемой информации, поговорим в следующий раз.

Будут рассмотрены вопросы:

- Анкета (как организован входящий в неё материал; какие разделы и для чего в себя включает).
- Составляющие её вопросы, их типы и правила их составления.
- Виды шкал, применяемых в социологии для количественного измерения качественных по своей сути, неосязаемых социальных явлений.
- Типы ошибок, встречающихся при сборе и обработке первичной социологической информации.
- Типы (стратегические планы) социологических исследований.
- Программа исследования и «логика» её внутренней организации и построения
- Общий обзор технологической цепочки организации количественного и качественного социологического исследования (если успеем).

Теперь – несколько сотен слов об эксперименте в социологии.

ЭКСПЕРИМЕНТ.

1. Специфика социального эксперимента.

Эксперимент относится к числу самых разнообразных, трудно осваиваемых, но хорошо известных в социологии методов сбора первичной социальной информации.

Эксперимент в социологии – это метод сбора и анализа эмпирических данных, с помощью которого путем планомерного управления условиями научно проверяются гипотезы о причинных связях явлений.

Из множества методов эксперимент является наиболее активным и наиболее действенным в плане возможностей проникновения исследователей в интересующую область реальной действительности. Специфика социального эксперимента:

- вмешательство в систему объективной реальности;

- планомерное введение относительно изолированного экспериментального фактора, возможная комбинация с другими факторами;
- планомерный контроль за всеми существенными факторами;
- эффекты изменения зависимых переменных должны быть измерены и сведены к влиянию независимых переменных (экспериментального фактора).

Социолог должен решить две взаимосвязанные задачи:

- а) теоретическое обоснование структуры эксперимента и его последовательности;
- б) отбор способов анализа протекающих изменений под воздействием контролируемых фактов на социальный объект.

Эти проблемы реализуются в программе социального эксперимента. Программа эксперимента – это документ, в котором разработаны все процедуры, необходимые для его проведения.

Она включает в себя следующие разделы:

1. Характеристика проблемной ситуации.
2. Определение предмета, целей 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 эксперимента.
8. Анализ результатов проверки эксперимента.

Область применения эксперимента:

- ◆ в социологическом исследовании эксперимент направлен на доказательство гипотез исследования;
- ◆ может сочетаться со всеми другими методами в ходе прикладного исследования;
- ◆ применяется во всех общественных науках;
- ◆ широко распространен как один из ведущих методов социальной технологии.

Определение области социальных явлений зависит:

- от специфики объекта исследования,
- от того, насколько изучен характер реакции социальной группы на планируемое изменение.

Границы применения эксперимента:

- 1) экспериментально могут быть изучены только те объекты, экспериментальное управление которыми не приведет к нарушениям функционирования данной системы (системы деятельности и поведения людей);

2) экспериментально могут быть изучены те объекты, которые в случае отрицательных результатов дадут минимальные потери.

В эксперименте обычно выделяются 2 вида объектов – контрольные и экспериментальные группы.

Экспериментальная группа – та группа, на которую оказывают воздействие экспериментальным фактором. К экспериментальной группе предъявляют требования относительной стабильности состава на период эксперимента, в ряде случаев требуется согласие группы на участие в эксперименте.

Контрольная группа – идентичная экспериментальной по заданным параметрам, но не испытывает воздействие экспериментальным фактором.

При наличии контрольной группы повышается чистота социального эксперимента – так как воздействие побочных параметров в одинаковой степени вероятно и в экспериментальной и в контрольной группе.

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. Экспериментальный фактор не включается в условия экспериментальной ситуации.

По структуре экспериментальная ситуация характеризуется:

- 1) условиями эксперимента;
- 2) вербальными и предметными факторами-раздражителями;
- 3) инструкцией;
- 4) наличием экспериментаторов;
- 5) наличием экспериментируемых;
- 6) реакциями экспериментируемых.

2. Классификации социальных экспериментов:

1) по характеру экспериментальной ситуации – полевые и лабораторные;

2) по характеру структуры эксперимента как деятельности – проективные эксперименты (от настоящего к будущему) и квазиэксперименты (от прошлого к настоящему);

3) по специфике исследовательской задачи – в области науки и практические;

4) по характеру логической структуры доказательств – параллельные (исследуются две группы – экспериментальная и контрольная) и последовательные (исследуется одна группа, состояние которой измеряется до начала, в процессе проведения и после окончания эксперимента).

5) по характеру исследуемых объектов – социологические, социально-психологические, экономические и т.п.

3. Требования к социальному эксперименту:

1. Хорошо подготовленная программа исследования.
2. Применение социального эксперимента обязательно должно способствовать приросту знания.
3. Структура и условия эксперимента не должны нарушать основополагающих принципов исследуемого объекта,
4. Эксперимент должен быть управляемым.

Сам процесс организации и проведения эксперимента позволяет по-новому взглянуть на многие сложные социальные явления и процессы.

Подводя итог сказанному про метод эксперимента, отметим самое главное. Во-первых, от опроса эксперимент отличается тем, что опрос – это всегда «просьба» поделиться информацией, с которой исследователь обращается к респонденту; а эксперимент – это всегда «провокация», которую исследователь устраивает респонденту (испытуемому) с целью получения искомой информации. И, во-вторых, надо всегда помнить, что существует 2 принципиально отличающихся друг от друга организационные формы эксперимента – эксперимент параллельный и эксперимент линейный.

ЛИТЕРАТУРА к разделу «Эксперимент»

1. Кэмпбелл Дж. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. СПб., 1996.
2. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. М., 1990.
3. Социология: Словарь-справочник. Т.4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. М., 1991.

Итак, в следующий раз, – и я очень надеюсь на это, – мы рассмотрим вопросы формирования социологического инструментария для сбора первичной информации, а часть времени посвятим организационно-технологическим и методическим вопросам проведения социологических исследований.