

А. Г. БОНДАРЕНКО

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ:
МЕТОДИКА ОПРОСА

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАМЫШИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

А. Г. Бондаренко

**СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ:
МЕТОДИКА ОПРОСА**

Учебное пособие

РПК «Политехник»
Волгоград
2006

ББК 60.5 я 73
Б 81

Рецензенты:

д. п. н., проф. А. Н. Выршиков;
к. п. н., доц. М. Б. Кусмарцев.

Бондаренко А. Г. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: МЕТОДИКА ОПРОСА. Учеб. пособие / ВолгГТУ, Волгоград, 2006. – 64 с.

ISBN 5-230-04720-8

Рассматриваются содержание и методика подготовки социологических опросов, их возможности и практический опыт применения в целях изучения актуальных социальных проблем.

Предназначено для студентов, изучающих дисциплину «Социология» по направлениям обучения, предусмотренным учебными планами института.

Ил. 6. Табл. 8. Библиогр.: 34 назв.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Волгоградского государственного технического университета.

Александр Григорьевич Бондаренко

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: МЕТОДИКА ОПРОСА

Учебное пособие

Под редакцией автора. Темплан 2006., поз № 43

Лицензия ИД № 04790 от 18. 05. 01.

Подписано в печать 23. 05. 2006 г. Формат 60×84, 1/16.

Бумага листовая. Гарнитура «Times».

Усл. печ. л. 4. Усл. авт. л. 3,88.

Тираж 100 экз. Заказ №

Волгоградский государственный технический университет.
400131 Волгоград, просп. им. В. И. Ленина, 28.

РПК «Политехник»

Волгоградского государственного технического университета
400131 Волгоград, ул. Советская, 35

ISBN 5-230-04720-8

© Волгоградский
государственный
технический
университет, 2006

ВВЕДЕНИЕ

Социологическое знание – многоуровневое. Его высший уровень образуют фундаментальные социологические теории, отличающиеся высокой степенью обобщения различных сторон общественной жизни и абстрагированием от многих конкретностей и деталей. В то же время социология как наука основывается на точных, конкретных данных об отдельных социальных фактах и процессах, то есть на эмпирическом знании. Составляя первичный (нижний) уровень и будучи неотъемлемой составной частью науки, эмпирическое социологическое знание имеет не только общие с теоретической социологией, но и свои, особенные научные основания, выполняет относительно самостоятельные функции. Занимая столь важное место в науке, эмпирические исследования питают общесоциологические теории, придают им соответствующий смысл, ибо «теоретизирование, не подкрепленное знанием конкретных фактов социальной действительности, становится бессодержательным, нежизненным. В то же время эмпирические исследования, не связанные общетеоретическими выводами, не могут объяснить природу большинства социальных явлений» [31, с. 26].

Процесс распространения социологических исследований в нашей стране, достигший широкого размаха за последние 25 – 30 лет, сопровождается изданием научной, методической и просто популярной литературы. Благодаря этому методика и техника разработки и реализации программ социсследований стали доступными широкому кругу лиц. Причем, хочется подчеркнуть непреходящую ценность и работ, вышедших в свет еще в советское время, и современных изданий, и трудов, адресованных ученым, и книг, предназначенных для массового читателя [см., например: 3; 12; 14; 20; 21; 24; 32; 34]. Вместе с тем надо отметить, что в большинстве работ преимущественно освещается (с большей или меньшей долей популярности) исследовательская методология и теория, а практических пособий, формирующих наглядные представления о технологии и инструментарии социологического исследовательского проекта, выпускается значительно меньше*.

Есть еще одно заслуживающее внимания обстоятельство. Подавляющее количество социологических исследований проводится методами опроса. Этот факт свидетельствует как об их неоспоримых преимуществах перед другими методами, так и о некотором увлечении опросами,

* Было бы отступлением от истины утверждать, что таких работ нет вообще [см., например: 12, с. 379-504], однако работ, которые позволили бы соединить изучение основных проблем теоретической социологии с освоением азов прикладной социологии по программам подготовки «неспециалистов-социологов», издается недостаточно.

преувеличении их кажущейся простоты и эффективности. «Опрос – это просто» – так названа глава в одном популярном пособии [14, гл. 6]. И хотя авторы раскрывают методику подготовки и проведения опроса, указывая при этом и на возможные «подводные камни», название главы «срабатывает» как реклама. Оно дополняет и без того распространенные заблуждения о том, что для проведения опроса достаточно составить перечень вопросов и опросить несколько десятков прохожих.

При написании настоящего учебного пособия преследовались две главные цели. *Первая* – раскрыть содержание и методику подготовки социологического опроса и технику его применения в контексте важнейших научных процедур («канонов») социологического исследования, в особенности тех, которые позволяют придать ему четкую направленность (стратегию) и обеспечить надежность инструментария, а стало быть, и результата. *Вторая* – показать научную и практическую значимость различных методов социологического опроса для поиска путей решения наиболее острых социальных проблем. Здесь нельзя не согласиться с мнением о том, что перед исследователем, приступающим к своей работе, стоит «по крайней мере, три важнейших вопроса: 1) определиться с типом исследования и его целью («что хотим получить на выходе?»); 2) какие методы использовать; 3) какие новые темы развивать» [2, с. 11]. Только следует добавить, что все «новые темы», так или иначе, тяготеют к четырем «старым», которыми можно было бы обозначить вершины своеобразного социального квадрата: личность, ее формирование в определенной социальной среде – социальное неравенство – самодостаточность общества для познания самого себя и управления собой (общественное сознание и его слагаемое – общественное мнение) – социальный конфликт. Этим и определяется основное содержание пособия*.

Данное пособие призвано дополнить имеющуюся учебную литературу и оказать помощь в подготовке и проведении учебных деловых игр и прикладных занятий по дисциплине «Социология» при изучении тем и отдельных вопросов: «Методы социологического исследования», «Социальные группы и общности. Общность и личность. Малые группы и коллективы», «Социальное неравенство, стратификация и социальная мобильность», «Личность как социальный тип. Социальный контроль и девиация», «Общественное мнение как институт гражданского общества».

1. ОПРОС В СИСТЕМЕ МЕТОДОВ СОЦИССЛЕДОВАНИЙ

* Необходимо пояснить, что тема сбора и применения социологической информации в целях прогнозирования и предупреждения социальных конфликтов заслуживает отдельного и более подробного рассмотрения. Ограниченные размеры пособия не позволили включить ее в настоящее издание.

1.1 Понятие о социологическом исследовании и его методах

Социологическое исследование представляет собой совокупность согласованных логико-теоретических и эмпирических процедур, направленных на получение информации о социальном объекте. Поскольку человек живет в мире уже имеющихся знаний, и новое исследование строится не на пустом месте, то сопоставление замысла нового исследования с имеющимся знанием, обоснование целей, приемов, средств сбора информации достигается с помощью ряда логических операций. Затем выполняется эмпирическая регистрация социальных фактов, которые в свою очередь подвергаются логико-теоретическому анализу, обобщениям, сравнениям и т.п. В зависимости от преследуемых целей и задач различают исследования разведывательные, описательные и аналитические, а по организации и последовательности – точечные (разовые) и повторные.

Разведывательное (пробное или пилотажное) исследование проводится по упрощенной схеме в целях уточнения проблемы, объекта и предмета исследования, корректировки выдвигаемых рабочих гипотез, социологического инструментария и т.п.

Описательное исследование преследует цель получения достаточно полной и целостной информации о сторонах и свойствах объекта.

Аналитическое исследование является наиболее глубоким. Его целями выступают выявление системных свойств объекта, причинно-следственных связей, тенденций его развития и др.

Точечное (разовое) исследование дает информацию о состоянии социального объекта в определенный момент. Его результатами довольствуются тогда, когда нет оснований предполагать о существенных изменениях сторон, свойств объекта исследования.

Для исследования динамики, тенденций развития социального объекта проводят повторные исследования, разновидностями которых являются *лонгитюдные* (исследования динамики и взаимообусловленности внутренних для объекта факторов при относительном постоянстве внешних социально-исторических и социально-структурных факторов) и *панельные* (преследующие цель выявить взаимосвязь внутренних и внешних факторов, обуславливающих изменения).

Выполнение социологического исследования обеспечивается применением множества методов (способов, приемов). Общенаучные логические методы позволяют разрабатывать теоретическую концепцию и стратегию исследования, отслеживать соответствие реального исследования его замыслу, вносить изменения в план проведения исследования. К таким методам относятся:

Дедукция – метод получения научных знаний путем построения частных выводов из общих суждений.

Индукция – метод получения научных знаний путем формирования общего вывода на основе частных суждений. Дедукция и индукция – два взаимосвязанных и дополняющих друг друга метода. Но их роли на разных этапах исследования отличаются. В процессе выдвижения гипотез и обобщения результатов их проверки (что, как мы сможем в этом убедиться, и делается в процессе исследования) дедукция выступает отправным, а индукция – завершающим пунктами в цикле получения нового знания.

Анализ – метод, сущность которого составляет мысленное расчленение целого (системы) на составные части (элементы) с целью их всестороннего изучения.

Синтез – метод мысленного соединения отдельных частей (сторон, свойств) в единое целое.

Абстрагирование – метод логического отвлечения от ряда свойств и сторон при одновременном сосредоточении внимания на других свойствах и сторонах, непосредственно интересующих познающего субъекта.

Сравнение – метод сопоставления однопорядковых явлений (сторон, свойств), установления их сходств и различий.

Моделирование – метод познания объекта путем создания и изучения копии (модели), соответствующей оригиналу в части наиболее важных сторон и свойств. К типу общенаучных логических методов относятся и другие: аналогия, восхождение от абстрактного к конкретному и т.д.

Другую группу методов образуют методы сбора первичной социологической информации или эмпирические социологические методы.

Наблюдение – метод сбора информации путем прямой и непосредственной регистрации исследователем событий и условий, в которых они протекают. Существует несколько разновидностей наблюдения: *формализованное* (осуществляемое в строгом соответствии с заранее составленной программой) и *неформализованное* (свободное); *включенное* (в котором исследователь является непосредственным участником событий) и *невключенное*; *полевое* (наблюдение объекта в естественных, повседневных условиях) и *лабораторное* и др.

Анализ документов – метод получения информации, источниками которой выступают документы. Под документами в социологии понимают специальные предметы, предназначенные для фиксирования, накопления и передачи информации. В зависимости от видов документов (прямые и косвенные, служебные и личные, текстуальные и визуальные и др.) выделяют и соответствующие разновидности этого метода. Кроме того, анализ документов может быть традиционным и формализованным. *Традиционный анализ* отличается последовательным изучением содержания документов, выявления зафиксированных в них фактов. *Формализо-*

ванный анализ предполагает предварительный подбор единиц анализа (смысловых единиц, наличие или отсутствие которых в содержании документа интересует исследователя). К разновидностям формализованного анализа можно отнести *контент-анализ* содержания газет, кинофильмов, публичных выступлений, теле- и радиопередач, служебных и личных документов и т. п., а также анализ статистических материалов.

Социологический эксперимент – метод получения новых знаний (о причинно-следственных связях, тенденциях развития социальных процессов) путем включения в их содержание новых элементов, создания новых условий жизнедеятельности и развития объектов, контролируемых и управляемых исследователем. В зависимости от сложности исследовательских задач эксперимент может быть *комплексным и простым*, а в зависимости от условий проведения – *полевым и лабораторным*.

К методам сбора первичной социологической информации относятся и различные *методы опроса*, которые будут рассмотрены специально.

Особую (третью) группу методов социологического исследования составляют способы и приемы, применяемые для обеспечения охвата исследованием исследуемого объекта (о них см. с. 9 – 12 настоящей работы). Четвертую группу методов составляют методы обработки информации и анализа результатов исследования. Собранный материал может обрабатываться вручную (путем внесения данных в специальные таблицы - матрицы) и с помощью ЭВМ. Достаточно широк круг методов анализа данных. В одних из них преобладают математическо-статистические процедуры. Это могут быть: *группировка данных* (расчленение совокупной социологической информации на относительно однородные, отличающиеся определенными признаками группы). Группировка может быть простой и перекрестной. *Корреляционный анализ* предполагает измерение взаимосвязи между рядами данных (переменных) путем расчетов коэффициентов корреляции. *Факторный анализ* представляет собой выявление связей между количественными характеристиками сторон и свойств объекта путем вычисления коэффициентов факторной нагрузки. *Многомерная классификация* (кластерный анализ или таксономия) состоит в выделении типов (классификации сторон и свойств) на основе близости математических значений. Различные варианты *графического анализа* позволяют выстраивать диаграммы, гистограммы, социогаммы, кумуляты и т.п.).

В других методах превалируют логические процедуры: *теоретическая типологизация* (обобщение признаков социальных явлений по теоретически обоснованным критериям); *ситуационный анализ* (установление логической связи между изменениями свойств признаков и изменениями ситуации); *сравнительный анализ* (установление общих и особенных показателей, характеризующих социальные явления и процессы) и др.

1.2 Особенности методов социологического опроса

Понятие «социологический опрос» является собирательным для целой совокупности методов сбора первичной социологической информации приемами прямого или опосредованного общения с группами людей (респондентов). Социологические опросы являются наиболее широко применяемыми методами исследования, поэтому именно с ними чаще всего отождествляются социологические исследования вообще. Это обусловливается такими особенностями методов опроса, которые делают их более предпочтительными для исследователя: оперативность, дешевизна проведения, способность охватить большой круг носителей информации, в том числе и тех, кто не стал бы делиться ею по своей инициативе, возможность применять названные методы многократно и др. Однако и участники опросов (респонденты) часто видят в методах опроса то, что в большей степени импонирует им. Так, в процессе одного из исследований было установлено, что около 60 процентов респондентов относят анкетирование и интервьюирование (наиболее распространенные методы опроса) к методам, обеспечивающим высокую надежность результатов и безопасность для участников. Примерно такое же количество респондентов с доверием относятся к исследованиям, проводимым данными методами, и полагают, что они создают обстановку для более откровенных ответов на вопросы исследователей [22, с. 104 – 105].

К конкретным видам опроса относятся:

Интервьюирование (исследовательская беседа) – метод непосредственного общения с участниками опроса. В свою очередь интервьюирование может быть *стандартизированным* (формализованным), т.е. проводимым строго по заранее составленному плану (перечню вопросов) и *свободным*. Кроме того, в настоящее время широко применяется телефонное интервью с использованием специальной компьютерной системы САТИ (Computer Assisted Telephone Interview). Оно проводится оператором, который считывает вопросы с экрана терминала, управляемого компьютером, и вводит ответы респондента в компьютер с помощью клавиатуры [11].

Анкетирование – метод опосредованного сбора информации в форме ответов на вопросы анкеты (опросного листа). Анкетирование может проводиться с помощью различных средств: бумажных анкет, распространяемых организаторами исследования (анкетерами) или распространяемых по почте; анкет, распространяемых с помощью аудио-, видеотехники, СМИ (газет, журналов, радио, телевидения, Интернета) и по другим каналам.

Экспертный опрос – интервьюирование или анкетирование наиболее компетентных носителей информации (экспертов).

Социометрия – метод изучения структуры, коммуникации, сплоченности малых групп путем получения и математической обработки субъективно выраженной информации о предпочтениях, симпатиях и антипатиях, характеризующих отношения между членами групп.

Метод независимых характеристик (групповой оценки) личности – метод получения информации о личностных качествах и отношениях в малых группах путем обобщения их оценок, составленных по определенной балльной шкале.

В свою очередь в ряду методов опроса особо выделяются методы анкетирования и интервьюирования. Их характерные черты свидетельствуют о наличии ряда преимуществ перед другими разновидностями опросов (см. табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика методов анкетирования и интервьюирования [13, с. 478–479]

Анкетирование	Интервьюирование
<p>1. Отражает массовые представления об исследуемом предмете.</p> <p>2. Собственные установки и взгляды анкетера не оказывают существенного влияния на ответы респондента.</p> <p>3. Искренность ответов поощряется анонимностью анкеты.</p> <p>4. Последовательность и темп ответов на вопросы выбираются по усмотрению респондента.</p> <p>5. К анкетеру не предъявляется требование иметь особую квалификацию и др.</p>	<p>1. Позволяет достаточно хорошо изучить предмет не за счет массовых представлений, а благодаря проникновению в суть вещей.</p> <p>2. Благодаря мастерству интервьюера может быть создана доверительная обстановка, располагающая к откровенности.</p> <p>3. Общение респондента с интервьюером обеспечивает более серьезное обоснование ответов.</p> <p>4. Сводится к минимуму возможность респондента игнорировать (уклониться от ответов на) некоторые вопросы.</p> <p>5. Хорошее владение методикой интервьюирования позволяет при необходимости менять его направленность и содержание и др.</p>

1.3 Выборочные социологические опросы

Решая задачи сбора информации, исследователь неизбежно сталкивается с необходимостью выбора приемов и способов (методов) охвата исследованием исследуемого объекта. Таких методов два. Это исследование объекта по генеральной совокупности (сплошное исследование) и выборочное исследование. *Генеральной совокупностью* называется все количество единиц (индивидов, социальных групп), составляющих социальный объект. Исследование по генеральной совокупности проводится в тех случаях, когда проблемная ситуация носит локальный характер и затрагивает интересы небольшого круга людей (малых и средних групп численностью до 150 – 200, иногда – 300 – 400 чел.). Однако чаще носи-

телями проблемы выступают общности, насчитывающие от нескольких тысяч до десятков миллионов людей. Проведение исследования по генеральной совокупности требует больших затрат (времени, материальных средств, денежных и людских ресурсов), а то и просто оказывается невозможным. В таких случаях исследование проводят по выборочной совокупности (выборочное исследование). *Выборочная совокупность* (часто на языке социологов её называют просто выборкой) представляет собой отобранную по определенным правилам часть элементов объекта, непосредственно охватываемую исследованием. При условии, что выборочная совокупность в главных своих признаках соответствует генеральной совокупности, результаты исследования распространяют на весь объект. Качество выборки характеризуется рядом понятий.

Репрезентативность выборки – ее соответствие по выделенным параметрам (критериям) генеральной совокупности. Репрезентативность зависит от *объема выборки* – количества составляющих ее единиц. Но при определении объема руководствуются сочетанием целого ряда показателей: количества параметров отбора, дисперсией признаков, величиной статистически обоснованного результата, допустимой ошибкой смещения выборки. Обеспечить абсолютное совпадение параметров выборки и генеральной совокупности невозможно. Поэтому задаются оптимальным набором параметров, которые с учетом исследуемой проблемы являются наиболее важными для обеспечения качества исследования (пол, возраст, социальное происхождение, род занятий и т.п.).

Дисперсия признака – числовое значение, характеризующее распределение признака среди единиц, составляющих выборочную совокупность. Часто эту величину приходится сопоставлять с минимальным статистически обоснованным показателем (таким показателем является число 30).

Например: Численность генеральной совокупности равна 2000 чел., из них 90% составляют жители города и 10% - жители села. Применяв шаг выборки 1/10, исследователи решили остановиться на объеме выборки в 200 чел. Но при этом варианте в составе выборки окажется 180 жителей города и только 20 сельских жителей. Чтобы результаты исследования в части опроса жителей села были статистически обоснованными, необходимо увеличить объем выборки как минимум до 300 чел., применив шаг $\approx 1/7$.

Ошибка смещения выборки – выражаемое в процентах отклонение показателей выборочной совокупности от показателей генеральной совокупности. Она (ошибка) может быть вызвана неверными исходными статистическими данными о параметрах контрольных признаков генеральной совокупности, а иногда – невозможностью их получить в точном виде, объективной трудностью представить в меньшем (по сравнению с генеральной совокупностью) объеме выборки все параметры контрольных признаков объекта. Ошибка выборки является величиной случайной и имеет тем меньшее значение, чем больше объем выборки (см. табл. 2).

Таблица 2

Зависимость величины ошибки смещения выборки от объема выборки

Объем выборки n	2500	1100	620	400	280	200	160	110	100	67	50	33
Ошибка смещения выборки Δ	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	14	17
Показатель допустимости применения данного объема выборки	Допустим для федеральной выборки	Допустим для региональной выборки	Допустим для локальной выборки				Условно допустим для локальной выборки			Не допустим		

Таблица 3

Методы выборки

Методы случайной выборки	Простая	Механическая	Многоступенчатая
	Отбор единиц выборочной совокупности по таблице случайных чисел	Отбор единиц выборочной совокупности через интервалы, равные шагу выборки	Случайный отбор структурных частей генеральной совокупности, из которых случайным методом (простым или механическим) отбираются единицы в состав выборочной совокупности

Методы целенаправленной выборки	Серийная	Гнездовая	Основной массив	Квотная
	Разделение генеральной совокупности на однородные части (серии) с последующим случайным или целенаправленным отбором единиц	Отбор в качестве единиц групп, коллективов (гнезд) с последующим сплошным или выборочным опросом их состава	Отбор 50 – 75% единиц генеральной совокупности как типичных носителей интересующей информации	Определение квот и целенаправленное формирование выборочной совокупности с структурой, аналогичной генеральной совокупности

Выборочная совокупность может формироваться различными методами. Одни из них относят к методам случайной выборки, другие – к методам целенаправленной выборки (см. табл. 3). На практике применение выборочных методов в комплексе не только возможно, но и широко распространено. Так поступают в случаях, когда выборочную совокупность приходится формировать в несколько этапов (прибегать к многоступенчатой выборке). При этом единицы одного уровня (масштаба) могут от-

бираться одними методами, а при переходе к детализации единиц отбора могут применяться уже другие методы.

Вопросы для самоконтроля

1. Каково соотношение логических и эмпирических процедур в структуре социологического исследования?
2. Каковы основные виды социологических исследований?
3. Что представляют собой общенаучные (логические) методы исследования?
4. Какими методами производится сбор первичной социологической информации? Кратко охарактеризуйте их.
5. Чем отличаются методы социологического опроса и каковы их основные разновидности?
6. В силу каких причин и для чего прибегают к выборочным исследованиям?
7. Какими основными параметрами характеризуется выборка?
8. Каковы основные методы выборки?

2. ПРОГРАММА И ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА

2.1 Этапы и программа социологического исследования

Сложный процесс социологического исследования строится на фундаменте общих положений теории научного познания и представляет собой систему познавательных актов.

Исходным пунктом выступает факт действительности (факт социальный) – реальное событие, явление, происходящее независимо от того, изучается оно или нет. В.А. Ядов полагает, что в качестве социальных фактов могут выступать: а) поведение индивидов или целых социальных общностей; б) продукты человеческой деятельности (материальной или духовной) или же в) вербальные действия людей (суждения, мнения, взгляды и т.д.) [34, с. 18]. Затрагивающий познавательные интересы субъекта социальный факт, выделенный из множества других и описанный на основе имеющихся знаний, становится фактом гносеологическим (познавательным). Констатация познавательного факта является первой формой и первым шагом научного исследования. Затем анализируются известные и неизвестные стороны факта, и формулируется проблема исследования, выдвигается гипотеза (предположительный ответ по существу проблемы), производится проверка гипотезы. Подтверждение гипоте-

зы (полностью или частично) приводит к превращению познавательного факта в факт научный.

В соответствии с названными всеобщими формами и степенями научного познания выделяют следующие этапы социологического исследования:

- 1 – *подготовительный*;
- 2 – *сбор информации*;
- 3 – *обобщение результатов*;
- 4 – *оформление нового теоретического знания, разработка рекомендаций, социоинженерного проекта на основе выполненного исследования.*

На этапе подготовки исследования разрабатывается его *программа* – основной документ, в котором излагается общая концепция исследования, последовательность и содержание операций и процедур, направленных на решение его задач. Разделами (составными частями) программы являются: проблемно-теоретический (иные названия: теоретико-методологический, методологический), методический (процедурно-методический), организационный.

Проблемно-теоретический раздел включает анализ социального факта (фактов), постановку исследовательской проблемы и целей исследования, определение исследуемого объекта, предмета, задач, а также другие теоретико-логические операции и процедуры.

Методический раздел содержит обоснование методов проведения исследования и характеристику применяемого в этих целях инструментария.

Организационный раздел обычно разрабатывается в виде рабочего плана, в котором отражаются основные мероприятия по подготовке и проведению исследования с указанием сроков и места исполнения, ответственных за выполнение лиц, применяемых материальных средств и т.п.

Общую направленность исследованию придают операции и процедуры, объединяемые проблемно-теоретическим разделом.

Исследовательская проблема – основной научный вопрос, на разрешение которого направлено исследование. Постановка исследовательской проблемы оказывается делом непростым, но исключительно важным. Практический опыт позволяет сформулировать несколько правил выполнения этой процедуры: а) добиться четкого представления о спектре проблем, связанных с социальным фактом (темой исследования) с тем, чтобы остановить свой выбор на одной из них; б) не «переоткрывать» уже известное (если в литературе, других источниках уже рассмотрено решение проблемы, то лучше сосредоточить внимание на том, как это знание применить к конкретному случаю); в) из спектра проблем выбрать именно ту, решение которой будет иметь наибольшую практическую значимость [14, с. 53 – 58]. Качество формулировки исследовательской проблемы будет зависеть от следующих действий (см. табл. 4).

Таблица 4

Алгоритм формулировки исследовательской проблемы

Порядок выполнения процедуры	Критерии качества
1. Осмысление проблемной ситуации.	1. Точность и ясность описания.
2. Обнаружение противоречия, воплощенного в проблемной ситуации.	2. Отражение в формулировке сторон, свойств, одновременно взаимно предполагающих и исключающих друг друга.
3. Формулировка основного вопроса, на который необходимо получить ответ.	3. Отделение неизвестного от известного.
4. Превращение вопросительной формулировки в установку на исследование.	4. Способность проблемы выступать «знанием о незнании».
	5. Связь проблемы с практической потребностью.

Цель исследования определяет его общую ориентацию на прогнозируемый результат. Различают два вида целей: теоретические и прикладные. Достижение первых обогащает науку новыми теоретическими положениями, открытием социальных законов и закономерностей, установлением сущности социальных явлений и процессов. Прикладные цели могут заключаться в разработке вариантов (рекомендаций и предложений) решения проблемы, корректировке предлагаемых нововведений, составлении социоинженерных проектов и т.п. Логическая связь «проблема – цель исследования» составляет своеобразный вектор исследовательских действий, и каждое очередное из них должно «укладываться» в это направление.

Следующим логическим шагом является выбор объекта и предмета исследования. *Объект* – некоторая социальная реальность, относительно самостоятельная целостная система (подсистема), институт, общность или группа в каком-либо виде деятельности, социальных отношений и т.п. *Предметом* выступает непосредственно исследуемая сторона объекта. Если объект реален, то предмет абстрактен и определяется путем анализа объекта (мысленного расчленения целостности на ряд составляющих ее сторон, свойств) и абстрагирования (отвлечения от известных и не имеющих существенного значения для исследования сторон и свойств объекта).

Для достижения цели исследования необходимо выполнить ряд задач. *Задачи исследования* – это конкретные целевые установки, определяющие поэтапное приближение к поставленной цели. Каждая задача может содержать некоторую совокупность исследовательских действий по изучению отдельных сторон, свойств, включенных в предмет исследования, либо же анализ некоторого массива информации, либо выявление

какой-либо частной тенденции развития социального объекта и т.д. Задачи не могут выходить за пределы поставленной цели.

Дальнейшую стратегию исследования будут определять выдвинутые гипотезы. *Гипотеза* – это научно обоснованное предположение о существенных основаниях, свойствах социальных явлений, отраженных в проблеме исследования. Предположения, составляющие содержание гипотезы, могут относиться к: а) причинам; б) динамике; в) средствам и методам разрешения противоречий, лежащих в основе проблемной ситуации; г) возможностям управления социальными процессами, предупреждения негативных (нежелательных) и использования позитивных (желательных) тенденций и последствий. Гипотеза должна отвечать ряду требований. Она должна быть: 1. соответствующей проблеме, цели, объекту и предмету исследования; 2. научно вероятностным знанием; 3. относительно новым знанием, нуждающимся в проверке; 4. доступной для проверки средствами социологического исследования. Соответствующая этим требованиям гипотеза называется *рабочей гипотезой исследования*. Реально, в процессе подготовки исследования может быть принято в качестве рабочих несколько гипотез. В своем соотношении они могут быть основными и дополнительными; а по содержанию – описательными (о свойствах и характеристиках объектов, о структурах, социальных механизмах явлений), объяснительными (о причинно-следственных связях), прогностическими (о тенденциях, динамике, последствиях, возможностях управления процессами и т.п.).

Завершается проблемно-теоретический раздел программы *отбором и операционализацией понятий*. Эта процедура обеспечивает переход от логико-теоретических действий к сбору эмпирической информации, и ее необходимость диктуется тем, что: а) проблема, цель, объект, предмет, гипотезы исследования формулируются с использованием научно-теоретических (обобщенных) понятий, тогда как сбор и математическая обработка данных возможны по эмпирически фиксируемым и измеряемым признакам, которые обозначаются эмпирическими понятиями; б) за социологической информацией исследователь обращается к респондентам – людям разного возраста, профессий, имеющим разные уровни образования, отличающимся жизненным опытом и установками. Но при этом требуется, чтобы эти обстоятельства как можно меньше влияли на различное толкование вопросов, фигурирующих в анкетах, опросных листах. Добиться этого можно, если вопросы будут строиться вокруг понятий, касающихся фактов, явлений, оценок, достаточно одинаково понимаемых носителями информации.

Отбор понятий предполагает выделение в обосновании и формулировках проблемы, объекта, предмета, особенно рабочих гипотез основных понятий с целью их последующей переработки.

Уточнение и логический анализ понятий представляет собой соотношение понятий с определенной теоретической системой (для устранения двусмысленности, противоречивости толкования) и выделение заложенных в определениях понятий родовых и видовых отличий.

Эмпирическая интерпретация понятий – поиск эмпирических значений и замена ими теоретических понятий. Иногда ее дополняют *операционализацией понятий* – расчленением сложных понятий на однопорядковые составляющие. В результате выполненной интерпретации и операционализации понятий получают набор *индикаторов* – понятий о фактах, признаках социального объекта, доступных для эмпирической регистрации и измерений. Именно индикаторы составляют главные элементы социологического инструментария.

Рассмотрим порядок выполнения процедур подготовки исследования на примере проблемной ситуации: *«Один из существенных недостатков образовательного процесса в вузе – невысокий уровень умений и навыков самостоятельной работы студентов с научной, учебной и методической литературой...»*).

А. Определение и формулировка проблемы и цели исследования

1. Обнаружение противоречия, воплощенного в проблемной ситуации. Из нескольких возможных противоречий останавливаемся на *противоречии между объективным профессиональным требованием к специалисту (умение самостоятельно находить и анализировать информацию) и несоответствующими этому требованию средствами и методами формирования умений такого рода.*

2. Формулировка основного вопроса, на который необходимо получить ответ: *Какими причинами вызвано указанное несоответствие?*

3. Превращение вопросительной формулировки в установку на исследование: *Необходимо установить факторы, снижающие результативность формирования умений и навыков самостоятельной работы, выявить средства и методы, обеспечивающие высокоэффективное решение данной дидактической задачи.*

4. Формулировка цели исследования: *Разработать предложения по совершенствованию средств и методов формирования у студентов КТИ умений и навыков самостоятельной работы с литературой и другими источниками информации.*

Б. Выбор объекта и определение предмета исследования

1. Выявление системного явления реального мира, наличествующего в проблемной ситуации (выбор объекта). В данном случае: *Студенты вуза как социальная группа и другие социальные субъекты, представляющие институт высшего образования.*

2. Анализ множества сторон объекта и выбор предмета исследования, а именно: *процесс самообразования студентов, условия и факторы, под влиянием которых он протекает.*

В. Постановка задач исследования

Исходя из цели исследования, задачи могут быть сформулированы следующим образом: *1. Выявить факторы, усложняющие формирование умений и навыков самостоятельной работы студентов с научной и методической литературой;*

2. Исследовать высокоэффективные приемы, методы формирования умений и навыков самостоятельной работы студентов, организационные формы их внедрения;

3. Определить степень готовности профессорско-преподавательского состава вуза обеспечить методическое руководство самообразованием студентов.

Г. Выдвижение рабочих гипотез

1. Анализ составляющих исследовательской проблемы для определения основы гипотезы. В данном случае – это: «средства» – «методы» – «факторы» – «методическое руководство».

2. Формулировка рабочей гипотезы: *Можно предположить, что: 1) потребность и вкус к самостоятельной работе студентов с литературой не прививается в процессе текущих занятий, консультаций, а необходимые для этого умения и навыки формируются спонтанно на завершающих стадиях обучения (в конце семестра), когда необходимо отчитываться за выполнение соответствующих заданий; 2) положительно преодолеть это состояние возможно средствами и методами, придающими самостоятельной работе систематический характер.*

Д. Выбор методов исследования

Анализ характерных свойств и составляющих объекта и выбор адекватных методов исследования: 1. анкетирование студентов, 2. экспертный опрос преподавателей, других сотрудников института.

Е. Работа с понятиями

1. Отбор понятий для операционализации: а) потребности изучения соответственно: научной, учебной, методической литературы; б) мотивы обращения к источникам информации; в) систематичность самостоятельной работы студента с литературой; г) уровень требований к освоению источников информации; д) методическое руководство самостоятельной работой и др.

2. Логический анализ понятий: а) **Потребности изучения соответственно: научной, учебной, методической литературы** – наличие и степень осознания либо отсутствие необходимости обращения к соответствующим видам литературы. Научная литература содержит новейшие научные сведения, точки зрения, результаты исследований, обобщения в какой-либо отрасли знаний либо практики; учебная литература является систематизированным и выстроенным в соответствии с учебной логикой (от простого к сложному, от целого – к частям и т.п.) изложением материала по наиболее значимым теоретическим и практическим проблемам.; методическая литература излагает наиболее рациональные способы, приемы освоения знаний по предмету учебной дисциплины в целом или ее составным частям.

б) **Мотивы обращения к источникам информации** – осознанные внутренние побуждения, под влиянием которых студент выполняет самостоятельную работу с использованием соответствующих источников информации. ...г) **Уровень требований к освоению источников информации** - предъявляемые требования освоить источник выборочно, т.е. использовать для изложения отдельных фрагментов информации, цитирования и т.п.; репродуктивно, т.е. использовать для целостного освоения информации, но в виде повторения, следования за авторской позицией или творчески - освоения излагаемых положений в качестве методологии анализа проблем, выходящих за рамки содержания источника и т. д.

3. Эмпирическая интерпретация (операционализация) понятия. Понятию «**систематичность самостоятельной работы студента с учебной и научной литературой**» могут соответствовать эмпирические индикаторы: а) констатация фактов, обращения к литературе в процессе подготовки к текущим занятиям, подготовки к контрольным занятиям, выполнения семестровой работы, подготовки к зачету, экзамену; б) индивидуальные количественные характеристики объема изучаемой информации (страниц, глав, книг и т.п.); в) индивидуальные оценки заполнения чтением литературы времени, отводимого на самостоятельную работу. Аналогично могут быть интерпретированы и другие отобранные понятия.

К выбранным примерам мы еще обратимся при рассмотрении процесса разработки социологического инструментария.

2.2 Инструментарий сбора первичной социологической информации

Вид и содержание инструментария зависят от выбранных методов сбора первичной информации и методов охвата исследованием социального объекта (исследование по генеральной совокупности или выборочное). В состав инструментария входят документы и материалы, используемые для сбора и обработки социологической информации. Для проведения опроса методом анкетирования разрабатываются: анкета, бланк ответов на вопросы анкеты (может разрабатываться в целях многократного использования анкет), матрица для ручной обработки анкет или компьютерная программа, адаптированная для обработки анкет. Применительно к методике интервьюирования инструментарием являются: план проведения интервью, опросный лист, матрица (программа) для обработки результатов. Если анкетирование (интервьюирование) проводится выборочно, то составляется также расчет (схема) выборки. Инструментальное обеспечение социометрического исследования составляют: социометрическая карточка, социоматрица и др.

Рассмотрим технологию составления социологической анкеты.

Анкета – структурно организованный набор вопросов, смысл и содержание которых определяются задачами (гипотезами) социологического исследования.

Композиционно анкета состоит из: вводной части (обращения к респонденту с кратким разъяснением темы исследования и техники заполнения анкеты); основной части (одного или нескольких смысловых блоков вопросов, соответствующих структуре рабочей гипотезы, а также «паспортички» – блока вопросов, направленных на получение данных о самом респонденте); заключительной части (обращения к респонденту со словами благодарности за представленную информацию).

«Рабочим материалом» для составления вопросов выступают индикаторы, полученные в результате интерпретации и операционализации понятий. Поскольку вокруг индикаторов «выстраивается» конструкция вопросов, они (индикаторы) должны соответствовать ряду требований: а) быть способными зафиксировать информацию эмпирического характера; б) быть доступными для понимания различными категориями респондентов; в) быть полезными для проверки рабочей гипотезы. По характеру эмпирической информации различают индикаторы следующих типов: *фактический* (фактологический, констатирующий) – индикатор, позволяющий регистрировать наличие (отсутствие) событий, явлений, к.-л. сторон, свойств и т.п.; *количественный* – индикатор, позволяющий регистрировать количественную характеристику явления (частота, размер, масштабность свойств и т.п.); *оценочный* – выраженная в эмпирических

понятиях оценка респондентом качественного состояния, степени проявления свойств, зрелости, значимости и т.п. событий и явлений; *прогностический* – индикатор, позволяющий регистрировать субъективные представления респондента о будущих состояниях объектов, тенденциях их изменений, последствиях событий и т.п. На основе данных типов могут создаваться комбинированные индикаторы.

Индикаторы смогут выполнить свою функцию лишь тогда, когда они будут дополнены шкалами. *Шкалой* называется измерительная часть инструментария, обеспечивающая фиксацию и последующую математическую обработку информации. Без шкалы социологический инструментарий теряет смысл. Однако в одних случаях шкала наглядно, зримо присутствует в инструментарии (в социологической анкете, опросном листе, наборе вопросов для интервью – в виде вариантов ответов на закрытые и полужакрытые вопросы), в других – она непосредственно в инструментарий не включается (если инструментарий формируется с помощью открытых вопросов), но разрабатывается заранее, корректируется и применяется при обработке результатов исследования. Соотношение индикаторов и шкал может быть разным. Шкалы могут составлять сгруппированные и выстроенные в определенной последовательности индикаторы, в этом случае индикаторы выполняют роль показателей шкалы. Иной вариант шкалы может быть получен, если индикатор дополняется специальным набором показателей. Основные требования, предъявляемые к шкалам: а) полнота и чувствительность, то есть включение в шкалу оптимального набора показателей (не большого, но и не малого), позволяющего фиксировать разные степени проявления состояний, свойств, оценок и т.д.; б) удачная (понятная) сопряженность индикатора и шкалы; в) валидность шкалы, то есть способность фиксировать именно ту информацию, которая необходима для решения задач исследования; г) определенность типа и вида шкалы. Типы шкал определяются формами применяемых показателей. Шкалы, в которых в качестве показателей выступают слова, называются *вербальными*. Шкалы, в которых показателями являются числа – *числовые*, а если числовые показатели дополняются графическими элементами – *графические*. По соотношению показателей шкалы бывают: *номинальными* (показатели таких шкал не выражают зависимость типа «больше-меньше», «лучше-хуже» и т.п.); *ранговыми* (показатели таких шкал выражают зависимость типа «больше-меньше», «лучше-хуже»; *интервальные* – (шкалы, показатели которых позволяют фиксировать свойства объекта через определенные промежутки). Номинальные шкалы относятся к типу вербальных. Такие шкалы образуются именно сочетаниями индикаторов. Ранговые шкалы могут быть как вербальными, так и числовыми. Интервальные – числовыми и

графическими. Разработка шкал представляет собой самую трудоемкую часть работы по составлению анкеты, опросного листа или иного инструментария. Отобранные индикаторы и составленные шкалы остается только отредактировать, придать формулировкам вид социологических вопросов. Все вопросы, применяемые в инструментарии, можно классифицировать по функциям (основные и вспомогательные) и конструкции (открытые, закрытые, матричные).

Основные (предметные) вопросы позволяют получать информацию, необходимую для проверки рабочей гипотезы, а вопросы «паспортчики» – получать информацию о социально-экономических, демографических данных респондента.

Вспомогательные (функциональные) вопросы могут быть: *контактными* (для поддержания психологической установки респондента на составление искренних ответов на вопросы анкеты); *вопросами-фильтрами* (для разделения информации, предоставляемой определенными категориями респондентов); *контрольными* (для проверки искренности ответов на к.-л. предыдущие вопросы); *вопросами-«ловушками»* (позволяющими в целом оценить искренность и добросовестность респондента в процессе составления ответов на вопросы анкеты. В содержании таких вопросов обычно фигурируют события и явления, которых в реальности не было и нет).

Конструкции *открытых* вопросов характеризуются тем, что вопросы не дополняются наборами вариантов ответов, как это делается при конструировании *закрытых* вопросов. Достоинства и недостатки открытых и закрытых вопросов относительны. Ответы на открытые вопросы более индивидуализированы и разнообразны. Они позволяют установить весь спектр представлений респондента по исследуемой проблеме, что весьма важно для решения задач опросов общественного мнения, разведывательных исследований и т. п. Однако результаты ответов на такие вопросы сложнее обрабатывать и интерпретировать, чем ответы на закрытые вопросы. Удобство обработки результатов применения закрытых вопросов дополняется также возможностями с их помощью направить исследование вглубь. Однако при этом несколько ограничивается самостоятельность респондента, «огрубляются» их ответы. В известной мере эти трудности преодолеваются применением *полузакрытых* вопросов, в которых кроме предлагаемых вариантов ответов резервируются позиции (коды) для произвольных ответов.

Разновидностями закрытых и полузакрытых вопросов могут быть альтернативные, неальтернативные, матричные вопросы.

Альтернативный вопрос – вопрос, шкала которого допускает выбор только одного варианта ответа из предлагаемых (выбор респондентом двух и более вариантов порождает противоречивость ответа).

Неальтернативный (вариативный вопрос или вопрос-меню) – вопрос, шкала которого допускает выбор нескольких вариантов ответов из предлагаемых (выбор респондентом даже всех вариантов не будет порождать противоречивость ответа).

Матричный вопрос – сведенный в таблицу набор однотипных по конструкции закрытых (полузакрытых) вопросов, снабженных общей шкалой.

Строго установленных норм, регламентирующих количество вопросов, включаемых в анкету (опросный лист), нет. Однако опыт подсказывает, что оптимальный вариант может представлять анкета, состоящая из 20 – 25 вопросов (до 150 – 180 позиций ответов). В зависимости от содержания и структуры гипотезы анкета может быть разбита на блоки вопросов (по 3 – 6 для проверки каждой слагаемой основной гипотезы). Состав «паспортички» определяется тем, какие социально-экономические и демографические показатели респондентов предположительно могут повлиять на разброс их мнений по основным вопросам (это еще одна «технологическая» гипотеза исследования).

В рассматривавшемся выше примере в результате эмпирической интерпретации (операционализации) понятия «*систематичность самостоятельной работы студента с учебной и научной литературой*» были получены эмпирические индикаторы: а) констатация фактов, обращения к литературе в процессе подготовки к текущим занятиям, подготовки к контрольным занятиям, выполнения семестровой работы, подготовки к зачёту, экзамену; б) индивидуальные количественные характеристики объема изучаемой информации (страниц, глав, книг и т.п.); в) индивидуальные оценки заполнения чтением литературы времени, отводимого на самостоятельную работу.

Данные индикаторы можно классифицировать по типам и определить выбор соответствующих шкал следующим образом (см. табл. 5):

Таблица 5

Индикаторы и шкалы

№ п/п	Индикаторы		Шкалы	
	Содержание	Тип	Тип и вид	Показатели
1	<i>Констатация фактов, обращения к литературе в процессе подготовки к текущим занятиям, подготовки к контрольным занятиям, выполнения семестровой работы, подготовки к зачёту, экзамену</i>	<i>Констатирующий (фактический)</i>	<i>Вербальная номинальная</i>	<i>Виды используемой литературы: основной учебник; дополнительный учебник; методическое пособие; научная монография; научная статья. Виды учебной работы: подготовка к лекции; подготовка к практическому занятию (семинару); выполнение семестровой работы.</i>

Окончание табл. 5

№ п/п	Индикаторы		Шкалы	
	Содержание	Тип	Тип и вид	Показатели
2	Индивидуальные количественные характеристики объема изучаемой информации (страниц, глав, книг и т.п)	Количественный	Вербальная ранговая; числовая интервальная	<p>Констатация фактов использования литературы: использует не использует</p> <p>При подготовке к занятиям:</p> <p>а) к очередному практическому – страниц: до 5; 6–10; 11–20; более 20;</p> <p>б) к контрольному за период обучения – страниц: до 5; 6–15; 16–25; более 25;</p> <p>источников: 1; 2–3; 4 и более;</p> <p>в) при выполнении семестровой работы – источников: 1; 2–5; 6–10; более 10;</p> <p>г) при подготовке к зачёту (экзамену) – источников: 1; 2–5; 6–10; более 10.</p> <p>Оценки: максимальное использование времени самостоятельной работы; достаточно интенсивное, но не максимальное использование времени самостоятельной работы; использование времени самостоятельной работы от случая к случаю; неопределенная оценка.</p>
3	Индивидуальные оценки заполнения чтением литературы времени, отводимого на самостоятельную работу.	Оценочный;	Вербальная ранговая	

Используя полученные индикаторы и шкалы, можно составить вопросы следующих конструкций:

Открытый вопрос: *Укажите, какие виды литературы Вы чаще всего используете для изучения дисциплин.*

или:

Полузакрытый вопрос (вариативный или вопрос-меню): *Укажите виды литературы, которые Вы чаще всего используете для подготовки к практическим (семинарским) занятиям.*

022 – учебник из списка основной литературы;

- 023 – учебник из списка дополнительной литературы;
 024 – методическое пособие;
 025 – научная монография;
 026 – научная статья;
 027 – иной ответ (укажите): _____

Альтернативный вопрос: Как бы Вы оценили использование Вами времени, отводимого на самостоятельную работу с литературой?

- 028 – как максимальное использование времени самостоятельной работы;
 029 – как достаточно интенсивное;
 030 – как использование времени от случая к случаю;
 031 – иная оценка (укажите) _____;
 032 – я не могу дать оценку

Матричный вопрос: Укажите, как часто Вы обращаетесь к учебной и научной литературе.

Обращаюсь к литературе:	Учебники, учебные и методические пособия	Монографии, научные статьи и т.п.
При подготовке к очередному практическому занятию		
читаю до 5 страниц	036	037
читаю до 6 – 10 страниц	038	039
читаю 11 – 20 страниц	040	041
читаю более 20 страниц	042	043
с литературой не работаю	044	045
При подготовке к контрольному занятию за период обучения		
читаю до 5 страниц	046	047
читаю 6 – 15 страниц	048	049
читаю 16 – 25 страниц	050	051
читаю более 25 страниц	052	053
При этом изучаю 1 источник	054	055
изучаю 2 – 3 источника	056	057
изучаю 4 и более источников	058	059
с литературой не работаю	060	061
При выполнении семестровой работы (реферата)		
изучаю 1 источник	062	063
изучаю 2 – 5 источников	064	065
изучаю 6 – 10 источников	066	067
изучаю более 10 источников	068	069
с литературой не работаю	070	071
При подготовке к зачету (экзамену)		
изучаю 1 источник	072	073
изучаю 2 – 5 источников	074	075
изучаю 6 – 10 источников	076	077
изучаю более 10 источников	078	079
с литературой не работаю	080	081

2.3 Обработка первичной социологической информации

Собранная первичная социологическая информация еще не является результатом исследования. Ее обработка должна пройти через ряд этапов:

1. *подготовка данных к анализу;*
2. *анализ данных;*
3. *интерпретация результатов;*
4. *оформление результатов исследования.*

Получив заполненные анкеты (бланки ответов на вопросы анкеты), необходимо: ознакомиться с качеством их заполнения; произвести выбраковку тех анкет (бланков), из которых, в результате их некачественного заполнения, невозможно получить искомую информацию; при необходимости отредактировать те из них, которые вызывают трудности обработки (двусмысленные ответы, ответы не по существу обычно относят в разряд «не ответил», «ответ не ясен», «прочие»). Все данные, подвергающиеся анализу, кодируются. Обычно кодирование производится при составлении анкет, опросных листов и др. инструментария. Однако может возникнуть необходимость присвоения числовых кодов данным ответам на открытые вопросы и другим дополнительно собранным данным. Для ручной обработки данных составляют матрицу – таблицу, в ячейки которой вносят данные из анкет и опросных листов. Горизонтальные (строки) и вертикальные (столбцы) элементы таблицы обозначаются кодами, соответствующими кодам ответов на вопросы. Если коды строк «привязывают» к вопросам «паспортички», к контрольным вопросам, к вопросам-фильтрам и «ловушкам», то коды столбцов сохраняют «привязку» к основным (предметным) вопросам или наоборот. Тем самым будет обеспечено так называемое парное (перекрестное) распределение данных, очень важное для их анализа. При обработке данных на персональных компьютерах применяют табличные процессоры, позволяющие не только вводить, хранить и корректировать данные, но и производить различные вычисления по формулам, придавать данным вид диаграмм и графиков, выполнять другие операции. Для автоматизации операций по вводу данных в электронные таблицы создаются соответствующие макросы.

Одним из первых аналитических действий, необходимых для обобщения информации, является группировка данных. *Группировка* – упорядочение данных по одному установленному признаку (*простая группировка*) или двум признакам (*перекрестная группировка*). В результате группировки получают ряды распределения переменных. Ряды распределения могут включать следующие переменные:

- характеризующие проявление сторон, свойств объекта;
- свидетельствующие о процессах, состояниях, причинно-следственных связях, затрагиваемых гипотезами исследования;

социально-экономические, демографические и иные данные респондентов; ответы на вопросы, имеющие общий предмет, а также ответы на вопросы-фильтры, ловушки, контрольные вопросы и др.;

данные, имеющие близкие по величине количественные показатели и т.п.

Перекры́стная группировка позволяет:

обнаруживать взаимозависимости эмпирических фактов, упорядоченных по двум признакам;

осуществлять взаимоконтроль показателей. Если простая группировка имеет линейную, одномерную форму, то перекры́стная приобретает табличную форму. Еще более сложную форму приобретает многомерная графическая классификация или таксономия (кластерный анализ)*.

Для установления взаимосвязей между переменными выполняют математические расчеты: от простейших (вычисление абсолютных величин, средних арифметических, процентирование) до вычисления различных коэффициентов и индексов. Следует иметь в виду, что сами по себе они могут свидетельствовать о наличии некоторой статистической зависимости, но этого еще бывает недостаточно для установления причинно-следственной связи. Для того, чтобы установить наличие последней, необходимо произвести дополнительные расчеты (например, анализ взаимосвязи двух переменных с помощью контрольного фактора или путем сравнения расчетов с результатами эксперимента и др.) [34, с. 190-208].

Примерами более глубокого анализа зависимостей могут послужить выявление дисперсии признаков, корреляции показателей и др.

Дисперсия – рассеивание (отклонение) признаков (показателей) под влиянием различных факторов. Такими факторами могут быть: ошибка смещения выборки; характер и субъективная значимость для респондентов информации (в данном случае дисперсия устанавливается по показателям ответов на основные и контрольные вопросы) и др.

Вычисление дисперсии производится по формуле:

$$\sigma^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}, \text{ где: } \sigma^2 - \text{ величина дисперсии,}$$

$\sum_{i=1}^n$ – сумма n -показателей признака; x_i – числовое значение i -й по-

зиции признака; i – индекс, обозначающий порядок изменения значений признака; \bar{x} – средняя арифметическая величина признака; n – число показателей признака. Величина $\sqrt{\sigma^2}$ называется средним квадратиче-

* Названный метод будет рассмотрен в 4 главе настоящего пособия на примере стратификационного исследования.

ским отклонением признака и является показателем границ отклонения признака от среднего арифметического. Нормативов приемлемости среднего квадратического отклонения нет. Однако по аналогии с ошибкой смещения выборки логично считать величину $\sqrt{\sigma^2} \leq 7$ – допустимой; $7 < \sqrt{\sigma^2} \leq 10$ – условно допустимой для локальных исследований, $\sqrt{\sigma^2} \geq 11$ – не допустимой.

Корреляция – наличие статистической взаимозависимости признаков. Она может быть установлена различными способами. Один из них – вычисление коэффициента ранговой корреляции по формуле:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n^3 - n}$$
, где: ρ – коэффициент ранговой корреляции; $\sum d^2$ – сумма квадратов разности рангов; n – число рангов.

Величина ρ может меняться от +1 до -1. Значение $\rho = +1$ свидетельствует о полной корреляции, а значение $\rho = -1$ является показателем отсутствия корреляции.

Математический анализ результатов исследования дает основания для логической интерпретации их. Иначе говоря, обработанные результаты позволяют констатировать наличие (отсутствие) социальных фактов, причинно-следственных связей между ними, форм проявления, тенденций изменения и др. С картиной установленных социальных фактов сравниваются выдвинутые рабочие гипотезы и делаются выводы о подтверждении (степени подтверждения) последних. Абсолютно полное подтверждение гипотез возможно только в идеале. Поэтому констатируются и иные, в том числе и выходящие за рамки выдвинутых предположений, следствия гипотез.

Основным документом, подытоживающим исследование, является отчет. Его структура соответствует общей логике исследования. Вступительная часть (раздел) посвящается краткому обоснованию актуальности исследования, его целей и задач. Основная часть может делиться на соответствующие основным слагаемым рабочей гипотезы (гипотез) разделы (подразделы). Главное внимание в ней уделяется характеристике методов исследования и выполненных исследовательских процедур, а также полученных с их помощью результатов. Заключительная часть (раздел) содержит общие выводы и практические рекомендации. К отчету прилагаются программа, рабочий план исследования, образцы инструментария, рабочие инструкции, а также те социологические данные (таблицы, графики, диаграммы), которые не вошли в отчет.

Таким образом, возможности социологического исследования одновременно и велики, и скромны. Применяемые эмпирические методы и процедуры позволяют раскрыть реальную картину социальных явлений и

процессов. Однако получение научных данных в каждом случае проведения социологического исследования ограничивается возможностями проверки выдвинутых рабочих гипотез.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы основные этапы социологического исследования?
2. Что представляет собой программа социологического исследования и какова ее структура?
3. Какие требования предъявляются к формулировке исследовательской проблемы?
4. Кратко охарактеризуйте основной смысл таких процедур, как постановка целей и задач, определение объекта и предмета исследования.
5. Что называют гипотезой исследования? Каковы виды исследовательских гипотез?
6. Каково предназначение операционализации понятий и в чем состоит ее смысл?
7. Кратко охарактеризуйте основные виды инструментария, разрабатываемого для применения различных методов опроса.
8. Какова композиция социологической анкеты?
9. Что такое шкалы, какова их связь с индикаторами? Какими могут быть шкалы социологического инструментария?
10. Кратко охарактеризуйте основные виды и конструкции вопросов, применяемых в социологическом инструментарии.
11. Разъясните основные процедуры, выполняемые в процессе анализа первичных социологических данных.
12. Что представляет собой отчет о социологическом исследовании?

3. СОЦИОМЕТРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МАЛОЙ ГРУППЫ

3.1 Социометрия как метод

Методика социометрии была разработана и применена в конце 30-х гг. 20 в. американским ученым Дж. Морено. Автор методики исходил из идеи о том, что в обществе можно выделить две структуры отношений: макроструктуру (своеобразное «пространственное» размещение индивидов, обусловленное преимущественно их производственной деятельностью, выполнением иных общесоциальных функций) и микроструктуру (совокупность психических отношений непосредственно взаимодействующих людей, их желаний, чувств, представлений в конкретных повседневных ситуациях). Несовпадение макро- и микроструктур является фактором, обуславливающим социальную напряженность и конфликты,

так как ближайшее окружение индивида может включать не только лиц, приемлемых в психологическом отношении. Социометрическая методика ставит своими задачами выявление соотношения макро- и микроструктур путем изучения отношений симпатии и антипатии, притяжения и отталкивания, возникающих между членами группы.

Методика, предложенная Морено, не решает всех задач исследования малой группы, у нее немало критиков, и критика ее имеет под собой серьезное основание. Социометрия дает весьма одностороннее представление о структуре и характере межличностных отношений в малой группе, так как не выявляет мотивов выборов и отклонений, весьма поверхностно затрагивает сферу трудовой деятельности, не дает четких ответов на вопрос о том, что является главным детерминантом сплоченности группы и т.п. [1, с. 173 – 174]. Есть и известные трудности применения методики, связанные с деликатностью информации о межличностных отношениях, открытым (неанонимным) характером социометрического тестирования. Тем не менее, несмотря на названные недостатки, социометрическая методика может быть плодотворной в изучении коммуникативной и эмоциональной структур малой группы, выявлении степени сплоченности группы в неформальных отношениях. Ведь малые группы имеют одно основополагающее отличие от иных общностей, в них общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов. А чувство общности, цементирующее отношения членов группы, обуславливается не только пониманием цели совместных действий, но и определенным эмоциональным тяготением, ориентациями на учреждение своей долговременной структуры в рамках уже существующей формальной структуры группы. Такая структура является для группы средством ее включения в макроструктуру общества. При хорошей продуманности инструментария и грамотном его применении, социометрическое исследование может позволить выявить стадию зрелости группы (диффузная группа – ассоциация – корпорация – коллектив), произвести замер референтности в группе (значимость норм, мнений, оценок членов группы для выбора линии поведения индивида). А это в свою очередь позволяет строить прогнозы относительно отклоняющегося поведения, возможных конфликтов и т.п.

Социометрия как методика сбора первичной социологической информации является разновидностью социологического опроса, направленного на получение данных в виде эмоциональных личностных оценок связей в группе. Интерпретация результатов исследования строится на основе вычисления персональных и групповых индексов.

3.2 Подготовка социометрического исследования

Подготовка социометрического исследования ведется с соблюдением рассмотренных в предыдущей главе требований и в порядке, установленном для других разновидностей опроса, за некоторыми исключениями. Поскольку социометрическое исследование является разведывательно-описательным, то формулировка проблемы и цели исследования строится на основе констатации фактов, свидетельствующих о расхождении формальной и неформальной структур группы. Объектом исследования всегда выступает конкретная малая группа, а исследование не может проводиться выборочно. Предмет исследования – коммуникативная и эмоциональная структуры и характер неформальных связей в группе. Рабочая гипотеза отличается простотой формулировки и по характеру является либо описательной (относительно господствующей модели коммуникаций в группе), либо объяснительной (относительно факторов, обуславливающих то или иное построение структуры, наиболее заметно влияющих на характер эмоциональных связей и т.п.). Гипотетический характер имеет все содержание инструментария, который отражает большую часть особенностей этого вида исследования.

Вопросы, включаемые в социометрическую карточку, предлагают респонденту осуществить выбор или отклонение в той или иной вероятной для него ситуации. Для того, чтобы их сконструировать, необходимо подобрать особые индикаторы и шкалы. Ключевыми понятиями, вокруг которых выстраивается набор индикаторов, выступают: выбор, отклонение, нейтральное отношение, ситуация (социометрический критерий), ограничение выборов (отклонений).

Выбор – выраженное индивидом желание (готовность) сотрудничать, взаимодействовать с кем-либо из других индивидов.

Отклонение (отрицательный выбор) – выражение нежелания (неготовности) сотрудничать с кем-либо из членов группы. И положительные выборы и отклонения в литературе часто обозначаются общим понятием «выбор».

Нейтральное отношение – отсутствие и выбора, и отклонения по отношению к какому-либо члену группы.

Ситуация (социометрический критерий) – конкретная содержательная характерная для отношений в группе ситуация (случай), предлагаемая респонденту в качестве основы выбора. Формулировки ситуаций (критериев) должны:

отражать взаимоотношения между членами исследуемой группы, а не в обществе (общности, большой группе) в целом;

ориентировать респондента на сообщение информации о выборах (отклонениях), а не какой-либо иной информации;

быть значимыми для участников опроса;

быть ясными, доступными для одинакового понимания всеми участниками опроса;

формулировки ситуаций (критериев) не должны быть внушающими, навязывающими респонденту чужое мнение относительно выборов [24, с. 391 – 393].

Различают несколько видов социометрических критериев.

Трудовые (производственные) критерии предполагают выборы в отношениях, содержание которых определяется главным образом трудовой деятельностью (профессиональное занятие, выполнение основных функций, возложенных на группу).

Социально-групповые (социальные) критерии определяются различными видами группового взаимодействия, поддержанием групповых традиций, настроений, мнений и т.п.

Межличностные критерии должны позволять выявлять эмоционально окрашенные и не зависящие от трудовых отношений и других групповых взаимодействий персональные ориентации (выборы) членов группы.

Конкретное содержание критериев вытекает из рабочей гипотезы и в свою очередь выступает набором индикаторов для сбора информации. Для разработки вопросов и составления социометрической карточки необходимо выбрать шкалы. В данном виде исследования применяются ранговые шкалы, диапазон которых определяется крайними показателями: указание фамилии (псевдонима, кода) выбираемого члена группы – указание фамилии (псевдонима, кода) отклоняемого члена группы. Промежуточный показатель подразумевается. Им является нейтральное отношение к члену группы (умолчание). Такие шкалы являются простыми. Более сложными являются социометрические шкалы с ограничениями и рейтинговые шкалы. Если респонденту предложено (позволяется) при выборе указывать столько лиц, сколько он сочтёт нужным, то такая шкала и соответственно вопрос называются *непараметрическими* (без ограничений). Они удобны для сбора информации об эмоционально-психологическом климате и многообразии межличностных связей в группе. Однако их применение усложняет расчет персональных индексов членов группы, установление коммуникативной структуры, а то и создает предпосылки для оценок по принципу «все хорошие» или «все плохие». Чтобы избежать этого применяют *параметрические* шкалы и вопросы (с ограничениями). В них указывают максимальное количество (предел) выбираемых лиц (см. табл. 6). А рейтинговые вопросы (с ограничениями или без) предлагают респонденту указывать фамилии (псевдонимы, коды) выбираемых лиц в определенном порядке.

Таблица 6

Ограничения, рекомендуемые для применения в социометрических исследованиях, в зависимости от численности группы

Число членов группы N	5 – 7	8 – 11	12 – 16	17 – 21	22 – 26	27 – 31	32 и более
Ограничение I	1	2	3	4	5	6	7

Рассмотрим несколько примеров. А. Социометрический вопрос с использованием трудового (производственного) критерия и параметрической шкалы: *К кому из членов вашего коллектива Вы: а) обратились бы за советом по производственному вопросу (укажите до 3-х фамилий);*

1) _____ 2) _____ 3) _____

б) не стали бы обращаться за советом по производственному вопросу (укажите до 3-х фамилий)?

1) _____ 2) _____ 3) _____

Б. Этот же вопрос с применением непараметрической шкалы: *Укажите, к кому из членов вашего коллектива Вы: а) обратились бы за советом по производственному вопросу (укажите 1 или несколько фамилий);*

б) не стали бы обращаться за советом по производственному вопросу (укажите 1 или несколько фамилий).

В. Социометрический вопрос с использованием социально-группового критерия и параметрической ранговой шкалы: *С кем из членов группы Вы: а) обсудили бы важную для группы инициативу (укажите в порядке важности для Вас до 3-х фамилий);*

1) _____ 2) _____ 3) _____

б) не стали бы обсуждать важную для группы инициативу (укажите в порядке важности для Вас до 3-х фамилий);

1) _____ 2) _____ 3) _____

3.3 Анализ результатов социометрического исследования

Результаты опроса заносятся в социоматрицу, позволяющую упростить их математическую обработку (см. табл. 7).

Уже визуальная оценка показателей, внесенных в социоматрицу, дает представление о том, кого и как выбирают члены группы, кто оказывается более часто выбираемым, кто – отклоняемым. Более глубокий анализ осуществляется путем расчета различных персональных и групповых индексов, составления социограмм. Рассмотрим только некоторые из возможных аналитических процедур. *Персональный индекс положительных выборов* (показатель, характеризующий частоту положительных выборов члена группы другими) рассчитывается по формуле:

$$S_i^+ = \frac{\sum^+ x_i}{c^+ \times (N-1)}, \text{ где } \sum^+ x_i - \text{сумма положительных выборов, осуществ-}$$

ляемых по отношению к i -члену группы, c^+ – число ситуаций (критериев) положительного выбора, N – число членов группы. Если применялась рейтинговая шкала, то целесообразно учитывать количество выборов с соответствующими коэффициентами, скажем за выбор в первую очередь – 1,25, за выбор во вторую очередь – 0,75, а затем находить приведенный

индекс: $S_{i_{\text{прив.}}}^+ = \frac{S_i^+}{k_1}$, где k_1 – коэффициент, применяемый к количеству

выборов в первую очередь*. Формула для вычисления *персонального индекса отклонений* будет почти аналогичной ранее рассмотренной, а именно:

$$S_i^- = \frac{\sum^- x_i}{c^- \times (N-1)}, \text{ где } \sum^- x_i - \text{сумма отклонений, осуществляемых по от-}$$

ношению к i - члену группы. *Персональный социометрический статус* (показатель, характеризующий место, авторитетность члена группы) можно вычислить по формулам:

$$S_i = S_i^+ - S_i^- \text{ или } S_i = S_{i_{\text{прив.}}}^+ - S_{i_{\text{прив.}}}^- \quad \text{Этот показатель является своего}$$

рода рейтингом члена группы (см. табл. 8).

* Целесообразно выбирать такие величины коэффициентов, чтобы их среднее арифметическое равнялось 1. Это обеспечит более высокую объективность в оценке дистанции между членами группы.

Таблица 7

Примерная социоматрица, составленная по одному из видов критериев (количество членов группы $N=6$, количество примененных ограничений $l=2$, количество ситуаций (критериев) $c=3$)

Кто выбирает		Кого выбирают						Итого выборов	
		А	Б	В	Г	Д	Е		в т.ч. взаимных
А	+		2+1	1+2	0	0	0	3+3=6	6
	-		0	0	3+0	0	0	3+0=3	0
Б	+	2+1		0+2	0	0	1+0	3+3=6	3
	-	0		0	3+0	0	0	3+0=3	3
В	+	3+0	0		0	0	0	3+0=3	3
	-	0	0		3+0	0	0	3+0=3	0
Г	+	3+0	0	0		0	0	3+0=3	0
	-	0	3+0	0		0	0	3+0=3	3
Д	+	3+0	0	0	0		0	3+0=3	0
	-	0	0	0	0		0	0	0
Е	+	2+1	0	1+2	0	0		3+3=6	0
	-	0	0	0	3+0	0		3+0=3	0
Итого:	+	13+2	2+1	2+6	0	0	1+0	18+9=27	
	-	0	3+0	0	12+0	0	0	15+0=15	
в т.ч. взаимных	+	6	3	3	0	0	0		12
	-	0	3	0	3	0	0		6

Примечания: 1. жирным курсивом выделены взаимные выборы (отклонения) 2. в рассматриваемом примере социометрическая карточка была составлена с помощью рейтинговых вопросов, поэтому показатели выборов представлены в виде слагаемых. Первое и второе слагаемые выражают соответственно выборы в первую и во вторую очередь.

Таблица 8

Значение персональных индексов, рассчитанных по приведенным в примере данным

Показатели и индексы		Кого выбирают					Итого выборов		
		А	Б	В	Г	Д	Е	в группе	в т.ч. взаимных
Всего выборов	+	13+2	2+1	2+6	0	0	1+0	18+9=27	12
	–	0	3+0	0	12+0	0	0	15+0=15	6
S_i^+		1,0	0,20	0,53	0	0	0,07		
$S_{i_{прив.}}^+$		0,95	0,17	0,37	0	0	0,07		
S_i^-		0	0,20	0	0,80	0	0		
$S_{i_{прив.}}^-$		0	0,20	0	0,80	0	0		
S_i		0,95÷1,0	0÷–0,03	0,37÷0,53	–0,80	0	0,07		

Еще более наглядную картину отношений дает графический анализ и составление социограммы.

Социограмма – графическое изображение (схема) структуры, характера связей и формы коммуникаций в малой группе (см. рис. 1).

Социограмма разрабатывается на основе анализа показателей социоматрицы и (или) расчета персональных индексов. Схема должна быть наглядной, составленной с применением понятных условных обозначений и символов. Необходимо также стремиться (по возможности) к орбитальному построению социограммы.

Продолжая рассмотрение примера, установим порядок составления социограммы. Анализируя данные социоматрицы и вычисленные персональные индексы, выявляем, что наиболее часто положительный выбор в группе осуществляется по отношению к А, Б, В. Однако взаимными являются только положительные выборы в отношениях между А и Б, А и В. Отсутствует взаимность в отношениях Б и В. Кроме того Б имеет невысокий персональный социометрический статус, а показатель персонального статуса В вдвое ниже, чем у А. Следовательно, роль лидера в группе выполняет А, наиболее близок к лидеру В. Затем выявляем членов группы, уступающих другим по количеству и взаимности положительных выборов и соответственно социометрическим статусам. Таковыми являются Б и Е. Односторонность связей между ними и ориентация каждого в первую очередь на А, а затем на В не позволяют рассматривать Б и Е как микрогруппу в составе группы. В процессе очередно-

го аналитического действия выявляем членов группы, характеризующихся отклонениями (в т.ч. взаимными), определяем фракции (микрогруппы)-антагонисты. Таковыми выступают Б и Г, причем, Г испытывает отклонение также и со стороны А, В, Е, а его персональный социометрический статус имеет достаточно большое отрицательное значение. Следовательно, Г является отклоняемым членом группы, но как таковых микрогрупп-антагонистов в группе не установлено. Анализ данных позволяет установить нейтрального члена группы Д, обладающего нулевым статусом.

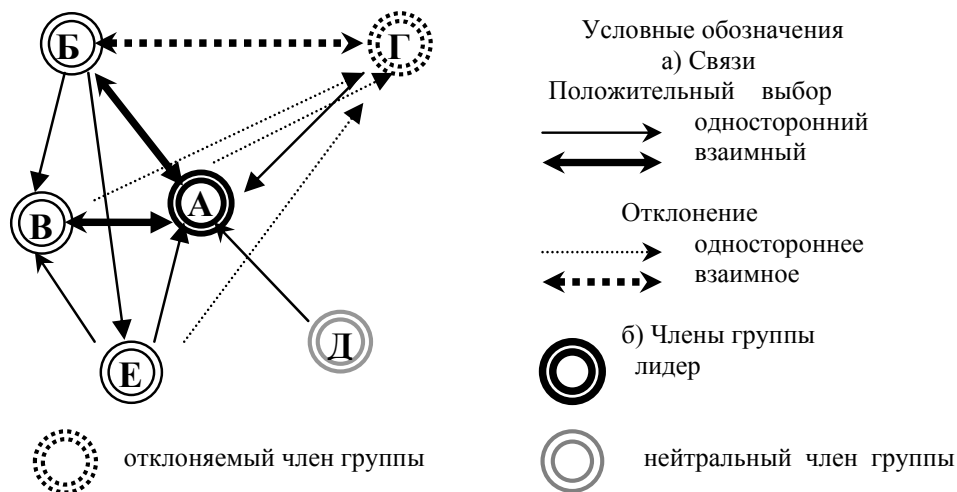


Рис. 1. Пример построения социограммы

Групповые индексы. *Индекс положительных выборов* (показатель частоты положительных выборов в группе) можно вычислить по форму-

ле: $G^+ = \frac{\sum_{i=1}^N x_i^+}{l \times c \times N}$, где $\sum_{i=1}^N x_i^+$ — сумма положительных выборов в

группе, l — число ограничений (если исследование проводится без ограничений, то вместо l в данную и в другие формулы по расчету групповых индексов вводят величину $N-1$), c — количество ситуаций (критериев), N — число членов группы. *Групповой индекс отклонений* рассчиты-

вается по формуле: $G^- = \frac{\sum_{i=1}^N x_i^-}{l \times c \times N}$, где $\sum_{i=1}^N x_i^-$ — сумма отклонений в

группе. *Индекс референтности* (показатель значимости отношений, взаимодействий в группе для самих членов группы) рассчитывается по

формуле: $R = \frac{\sum_{i=1}^N x_i^+}{\sum_{i=1}^N x_i^-}$, где $\sum_{i=1}^N x_i^+$ – сумма взаимных положительных

выборов в группе. *Элементарный индекс групповой сплочённости* является обобщённым показателем характера отношений в группе, соотношения положительных выборов и отклонений. Он рассчитывается по фор-

муле: $C_9 = G^+ \times (1 + \frac{\sum_{i=1}^N x_i^+}{l \times c \times N}) (1 - G^-) (1 - \frac{\sum_{i=1}^N x_i^-}{l \times c \times N})$. Заключение о степени

сплочённости группы составляется на основе сравнения величин индексов G^+, G^-, R, C_9 . Первые три индекса могут иметь максимальное значение 1. Стремление G^+, R к 1 является показателем достаточно вы-

сокой сплоченности группы. Однако такое значение указанных индексов является скорее идеальным результатом, чем реальностью. Опыт исследований показывает, что минимальные значения индексов, удовлетворяющие требованиям сплочённости, таковы: $G^+ \geq 0,6; R \geq 0,5$. Иное дело

индекс G^- . Чем меньше его значение, тем выше сплоченность группы. В идеале оно может быть равно 0. Реально отвечающее требованиям сплоченности значение G^- может быть в пределах $0,25 \geq G^- \geq 0$. Индекс C_9

при полном отсутствии отклонений и максимальном количестве взаимных положительных выборов может иметь предельное значение 2. Увеличение доли отклонений, особенно взаимных, приводит к уменьшению его значения. Так, при максимальном количестве положительных, в том числе и взаимных выборов и при наличии $\frac{1}{4}$ от возможного количества отклонений (если все они взаимные) значение $C_9 \cong 1$. Увеличение количества отклонений приводит к нелинейному уменьшению значения индекса. В итоге он может оказаться мизерным и даже равным 0. Поэтому окончательный вывод о степени сплочённости группы делают на основе сравнения групповых индексов.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы возможности социометрии для изучения малых групп?
2. Каковы особенности определения объекта, предмета и выдвижения гипотезы при подготовке социометрического исследования?
3. Что представляет собой социометрическая карточка (тест) и как она составляется?
4. Охарактеризуйте основные социометрические критерии, применяемые в данном виде исследования.

5. Охарактеризуйте шкалы, применяемые для составления социометрической карточки.

6. Что такое социоматрица, социограмма и для чего они составляются?

7. Как рассчитываются персональные индексы членов исследуемой группы?

8. Каков порядок расчета групповых индексов и определения степени сплоченности группы?

4. ОПРОС В ИССЛЕДОВАНИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ И МОБИЛЬНОСТИ

4.1 Возможности применения опросов в исследованиях стратификации и мобильности

Исследование социального неравенства было бы невозможным без накопления эмпирического материала, характеризующего социальное положение людей. К 30-м гг. 19 в., когда О. Конт еще только приступал к разработке своего социологического проекта, в социальной науке уже прочно утвердилось понятие «класс», которое стало центральным в различных учениях о неравенстве. Это понятие широко применяли историки Ф. Гизо, О. Тьери, классики политической экономии А. Смит и Д. Рикардо. Сам Конт, рассматривая социальную статику, выделил четыре класса: «спекулятивный» (представители науки, философии), «практический» (предприниматели, торговцы, банкиры), сельскохозяйственный и рабочий. На первом этапе (до начала 80-х гг. 19 в.) теоретические обобщения и выводы по вопросам социального неравенства строились на основе анализа статистических материалов («Статистическое описание Шотландии» Дж. Сиклера, «Положение рабочего класса в Англии» Ф. Энгельса, «Европейские рабочие» Ф. Ле Пле и др.) [17, с. 37 – 122]. Главными инициаторами подобных исследований были либерально мыслящие историки, философы, публицисты, искавшие средства смягчения социального неравенства и даже его революционного устранения. С последней четверти 19 в. подобные исследования начинают дополняться сбором и анализом информации оценочного характера, а одним из широко применяемых методов становится анкетирование. В 1880 г. в исследовании положения французских рабочих была применена разработанная К. Марксом «Анкета для рабочих», содержащая 99 вопросов. Правда, следует отметить, что распространение данной анкеты преследовало не только научно-социологические, но и идеолого-политические цели. Но такова уж была историческая и политическая обстановка того времени [17, с. 124]. В 90-е гг. 19 в. и в начале 20 в. другой классик немецкой социологии М. Вебер непосредственно или в качестве консультанта участвовал в шести исследованиях [14, с. 23]. Важным фактором, повлиявшим на совершенствование методик эмпирического исследования стратифи-

кации, стало обоснование П. Сорокиным методологических принципов по проблемам стратификации и мобильности в его работе «Социальная мобильность» (1927 г.). *Первый* методологический принцип связан с понятием «социальное пространство», под которым автор понимал совокупность социальных дистанций между людьми, имеющих горизонтальные и вертикальные параметры. Если Евклидово геометрическое пространство трехмерное, то социальное пространство – многомерное, поскольку существует более трех вариантов группировки людей по социальным признакам (по принадлежности к государству, религии, национальности, профессии, экономическому статусу, политическим партиям, происхождению, полу, возрасту и т.п.) [28, с. 297 – 300]. *Второй* методологический принцип – относительность стратификационного положения индивидов и групп. Принцип предполагает: «1) указание отношений человека к определенным группам; 2) отношение этих групп друг к другу внутри популяции; 3) отношение данной популяции к другим популяциям, входящим в человечество» [28, с. 299]. *Третий* важный принцип касается форм стратификации. Отмечая многообразие конкретных ипостасей социальной стратификации, Сорокин указывал, что оно может быть сведено к трем основным формам: экономической, политической, профессиональной. При этом «как правило, все они тесно переплетены. Люди, принадлежащие к высшему сословию в каком-то одном отношении, обычно принадлежат к тому же сословию и по другим параметрам: и наоборот... Хотя существует и немало исключений. Так, к примеру, самые богатые далеко не всегда находятся у вершины политической или профессиональной пирамиды, также и не во всех случаях бедняки занимают самые низкие места в политической и профессиональной иерархии [28, с. 303]. Перемещение же индивида, группы, социальной ценности, от одной социальной позиции к другой (по горизонтали или вертикали) называется социальной мобильностью [28, с. 373].

Интерес к стратификационным исследованиям заметно вырос в 30 – 40-е гг. 20 в. в связи с поразившими большинство стран мира экономическими и социально-политическими кризисами. Причем, к анализам статистических данных добавились методики, в которых первичная социологическая информация приобретала вид сравнительной оценки людьми социального положения – своего и других лиц. На этой основе было построено исследование, проведенное в 30 – 40-е гг. У. Уорнером и получившее название «Янки-Сити». В процессе этого исследования люди сами определяли классовую принадлежность, высказываясь друг о друге («Если владелец бакалейной лавки считал, что банковский служащий выше его по социальному положению, Уорнер «ловил его на слове»). Таким образом было выявлено шесть различных классов: 1) *высший высший* класс – богатые, но ведущим признаком принадлежности к классу явилось «знатное» происхождение; 2) *низший высший* класс – лица с

высоким достатком, но не имеющие аристократического происхождения; 3) *высший слой среднего* класса – высокообразованные лица, занятые интеллектуальным трудом, деловые люди, имеющие высокие доходы: врачи, юристы, владельцы капитала; 4) *низший средний* класс – главным образом «белые воротнички» (секретари, банковские кассиры, делопроизводители и др.); 5) *высший слой низшего* класса – «синие воротнички» (заводские рабочие и прочие работники физического труда); 6) *низший слой низшего* класса – самые бедные и отверженные члены общества [27, с. 284]. Совершенствование методик опросов по рассматриваемой проблеме подвело к мысли о необходимости включения в исследования критерия социального престижа. В сер. 50-х гг. 20 в., согласно оценкам участников опросов, проводившихся в разных странах мира, ученые установили значительное сходство престижности различных профессий. А в конце 70-х гг. американский ученый Д. Трейман, проанализировав результаты подобных исследований, пришёл к выводу о том, что в основе сходства оценок престижности профессий, лежит сходство системы потребностей. В обществах, достигших индустриальной стадии развития, примерно одинаковые основные потребности порождают и примерно одинаковое разделение труда. В этих условиях образуются примерно одинаковые профессиональные категории (категории лиц по роду занятий), которые в большей мере владеют материальными ресурсами, контролируют их использование и обладают большей властью. Следствием такого разделения, в свою очередь, становятся привилегии, которыми пользуются люди, занимающие более высокое положение в обществе. Профессии (род занятий), обеспечивающие подобные преимущества, в общественных оценках выглядят наиболее престижными [27, с. 285 – 286].

4.2 Сбор и интерпретация данных опроса о стратификационном положении и мобильности

Как мы уже сумели убедиться, качество социологической информации во многом определяется удачным подбором индикаторов и шкал. Применительно к стратификационному исследованию, они должны обеспечить получение информации, во-первых, оценочного характера, во-вторых, содержанием которой выступает соотнесение социальных ролей и вознаграждений человеческой деятельности. Исследователь ожидает, что респондент сопоставит с одной стороны свою профессию, отрасль деятельности, принадлежность к числу лиц, имеющих собственный бизнес либо наемных работников, либо индивидуального творческого труда, участие в социальной деятельности в качестве организатора (руководителя) или исполнителя и т. п., с другой – доход, привилегии, престиж, иные присваиваемые социальные ценности, входящие в систему потребностей. В качестве инструментария может быть применена анкета (опросный

лист, бланк интервью), в котором респонденту предлагается оценить свои социальные показатели по определенной шкале (в этом случае удобно применить графическую ранговую шкалу, имеющую 6 – 7 позиций, соответственно количеству выделяемых в современном обществе социальных рангов или страт) (см. рис. 2). Другую разновидность представляет инструментарий, в котором респонденту предлагается сравнить свой обобщенный социальный статус и статусы других социальных категорий по принципу: «они имеют более высокий статус, чем я» – «они имеют более низкий статус, чем я». И в последнем случае может использоваться ранговая шкала, имеющая 6 – 7 позиций, но вербальные показатели (профессий, видов деятельности, родов занятий, уровней доходов, образования и др.) респондент должен выбрать из предложенного перечня статусов или сформулировать по своему усмотрению и внести в шкалу сам.



Рис. 2. Примерный вариант шкал для оценки респондентом своих социальных показателей

Примерный вариант блока вопросов для изучения стратификационного положения

1. Укажите отрасль деятельности и профессию (род занятий) _____

2. Укажите, имеете ли Вы собственный бизнес, либо являетесь наемным работником, либо заняты индивидуальным творческим трудом _____

3. Укажите Вашу должность, если это по каким-либо причинам невозможно, то укажите, являетесь ли Вы организатором (руководителем) или исполнителем в процессе труда (общественной деятельности) _____

4. Взвесив Ваше имущественное положение, доходы, доступ к власти, привилегии, социальный престиж, укажите позицию, которую Вы и другие лица, одного с Вами положения, занимаете в обществе (самая высокая – 1 позиция, самая низкая – 7 позиция)

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

5. Укажите, какие профессиональные группы или социальные категории Вы отнесли бы к занимающим **самую высокую (1-ю) позицию** (можете воспользоваться справочным перечнем профессиональных групп и категорий или указать по своему усмотрению) _____

6. Укажите, какие профессиональные группы или социальные категории Вы отнесли бы к занимающим непосредственно **более высокую позицию, чем та, которую занимаете Вы** (можете воспользоваться справочным перечнем профессиональных групп и категорий или указать по своему усмотрению) _____

7. Укажите, какие профессиональные группы или социальные категории Вы отнесли бы к занимающим непосредственно **более низкую позицию, чем та, которую занимаете Вы** (можете воспользоваться справочным перечнем профессиональных групп и категорий или указать по своему усмотрению) _____

8. Укажите, какие профессиональные группы или социальные категории Вы отнесли бы к занимающим **самую низкую (7-ю) позицию** (можете воспользоваться справочным перечнем профессиональных групп и категорий или указать по своему усмотрению) _____

(Далее следует справочный перечень профессиональных групп и социальных категорий*).

Инструментарий для сбора информации о процессах социальной мобильности (анкета, вопросы для интервью и др.) может разрабатываться и применяться как отдельный исследовательский материал, так и включаться в общий инструментарий стратификационного исследования в виде отдельного раздела (блока вопросов). Выполняя работу с понятиями, важно нацелить ее на получение качественной информации, дающей представления о следующих сторонах процесса мобильности:

1. Констатация самого факта социального перемещения либо наличия предпосылок к нему (или отсутствия перемещения и предпосылок к нему), а также вид и характер перемены социального положения (экономического, профессионального, политического (властного), территориального, религиозного, семейного и иных); вертикального (повышение или понижение статуса) или горизонтального; индивидуального или группового.

2. Оценка связи социальных перемещений с социальными условиями: а) с социальной структурой предыдущего этапа (советского, досоветского) развития общества; б) влиянием политического фактора (расстановки политических сил, стабильности (нестабильности) политической власти в стране и регионе); в) социальными программами (в области труда, образования, здравоохранения и др.) и последствиями их реализации.

* Перечень не приводится, но может быть составлен исследователем на основе использования различных пособий [см., например: 13, с. 107].

3. Изучая динамику социальных перемещений, важно выявить представления о: а) массовости перемещений в составе социального слоя (класса), к которому индивид относит себя, и значимости этого обстоятельства для респондента; б) интенсивности и скорости перемещений (в отрезках времени: 5 – 7, 10 – 15, 30 – 40, 50 – 70 лет, в течение которых могут происходить значимые перемены в социальном положении индивидов, слоев, поколений, социальных групп).

4. Что касается каналов мобильности, то следует обратить внимание на: а) использование типичных каналов (образовательный, профессиональный (служебный), политический, семейный и др.); б) выявление каналов, которые оказались достаточно закрытыми, и последствий их закрытости для социального статуса; в) влияние этнической, конфессиональной обстановки (в общества в целом, в регионе) на возможности выбора каналов социальных перемещений); г) типичные формы поведения представителей страты в ответ на перемещения, осуществляемые представителями других социальных слоев (страт).

Несложно убедиться, что задача обработки данных стратификационного исследования относится к числу задач анализа признаков (свойств) объекта в многомерном социальном пространстве и может быть решена методом многомерной классификации – таксономии. Рассмотрим возможности и методику действий на примере анализа данных реального исследования материально-имущественных характеристик и качества жизни богатых и бедных [9; 33]*.

В данном примере классифицируемыми объектами будут являться респонденты, описываемые признаками доступа к различным материальным благам и социальным услугам. Анализ начинается с обозначения соответствующими осями признакового пространства:

Ось Y – шкала переменных, характеризующих доход. Показатели шкалы: «+» – доход, превышающий в несколько раз прожиточный минимум; «–» – доход, равный прожиточному минимуму и менее.

Ось X – шкала «Денежные накопления». Показатели: 1 – накопления отсутствуют, регулярно «влезают» в долги; 2 – имеются незначительные накопления; 3 – имеются накопления, достаточные для жизни семьи в течение неск. мес. – 0,5 года; 4 – имеются накопления, достаточные для жизни семьи в течение 1 года.

Ось A – шкала «Стремление к улучшению своего материального положения». Показатели: 1 – ищут возможности для дополнительного заработка, имеют разовые приработки; 2

* Строго говоря, это исследование имело своей целью не выявление стратификационной структуры российского общества, а изучение образа и стандартов жизни полярных классов. Его авторы не утверждают, что результаты обрабатывались методом многомерной классификации. Но для нас оно интересно собранным богатым эмпирическим материалом. А примененная в ходе исследования двухпозиционная дихотомическая шкала («имеют – не имеют») и показатели, характеризующие только две группы общества (богатых и бедных) позволят нам в учебных целях достаточно наглядно продемонстрировать приемы таксономии. На материале, характеризующем не две, а большее количество социальных групп это сделать в рамках настоящего пособия было бы сложнее.

– занимаются работой по совместительству; 3 – получают доходы от имущества; 4 – не предпринимают особых усилий для улучшения материального положения.

Ось В – шкала «Наличие имущества длительного пользования (холодильник, цв. телевизор, стиральная машина, пылесос, комплект мебели и т.п.)». Показатели: 1 – имеют от 1 до 3 видов имущества; 2 – имеют почти все необходимые виды имущества, но приобретено оно более 7 лет тому назад; 3 – имеют почти все необходимые виды имущества и обновили часть его за последние 7 лет; 4 – имеют необходимые виды имущества, кроме того, за последние 3 года приобрели домашний кинотеатр, посудомоечную машину, кондиционер и др.

Ось С – шкала «Использование за счет собственных средств платными услугами (образование, медицина, отдых и др.)». Показатели: 1 – услугами не пользовались; 2 – пользовались преимущественно образовательными услугами; 3 – пользовались довольно широким перечнем услуг; 4 – пользовались широким перечнем услуг, включая отдых за рубежом.

Полученная система координат позволит указывать место изучаемых объектов в многомерном социальном пространстве. Конечно, при этом придется прибегнуть к некоторым условностям: а) объекты, имеющие многомерные характеристики, придется изображать как двухмерные, то есть с помощью 2 координат. На самом же деле в n -мерном пространстве каждый объект будет иметь n ($n - 1$) координат (в нашем случае – 20); б) объекты, имеющие идентичные координаты, изображаются как близкие, а не совпадающие в пространстве, иначе вместо изображений двух или нескольких объектов мы имели бы изображение одного объекта (см. рис. 3).

В результате выполненной работы мы получили n -мерное изображение социальных объектов. Интерпретация результатов осуществляется с применением ряда принципов. *Принцип компактности* предполагает распознавание классов социальных объектов по сгущениям точек (символов) в признаковом пространстве и нахождению центров сгущений. Согласно этому принципу в идеальном случае скопление объектов одного класса приобретает в двухмерном признаковом пространстве форму круга, в 3-мерном – форму шара (см. рис. 4), в n -мерном – это гипершар. *Принцип связности* предполагает наличие закономерных связей между социальными признаками, если объекты занимают близкие места в социальном пространстве [20, с. 32 – 41]. Однако в зависимости от выбранных шкал, распыления признаков и др. факторов изображение скоплений объектов может иметь вид «облаков», вытянутых вдоль различных кривых (см. рис. 3).

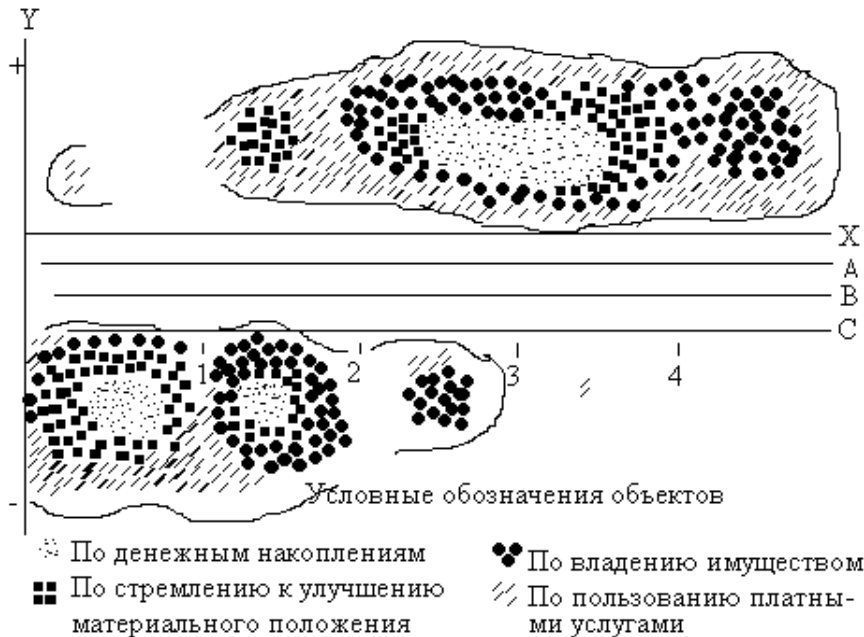


Рис. 3. Многомерная классификация: выделение таксонов по схожести ряда свойств

В нашем примере на основе полученных числовых показателей и графических изображений мы можем констатировать, что класс состоятельных людей в России характеризуют такие черты и стандарты образа жизни как: а) наличие денежных накоплений, достаточных для жизни семьи на протяжении от неск. месяцев до неск. лет (80,9 проц. опрошенных) при отсутствии особого стремления к улучшению своего материального положения (56,1 проц.); б) приобретение за последние 7 лет основных товаров длительного пользования (от 65 до 91 проц. опрошенных); в) пользование за счет собственных средств платными услугами в областях образования (от 40,3 до 58,7 проц.), охраны здоровья детей и взрослых (от 33,7 до 57,8 проц.), поездок за рубеж членов семьи (46,9 проц.), строительства или покупки жилья (61,4 проц.). Кроме того, данные свидетельствуют о том, что в состав этого класса входят люди относительно молодые (средний возраст опрошенных, отнесших себя к этому классу – 33 года) и не имеющие в составе своих семей экономически неактивных взрослых членов (только 19,9 проц. опрошенных заявили о наличии в составе их семей пенсионеров, безработных и т.п.). Класс бедных отличается иными чертами и стандартами жизни: а) отсутствием денежных накоплений и систематическим образованием долгов, в том числе и по оплате коммунальных услуг (более 30 проц.); б) поиском возможностей для дополнительных заработков (90,4 проц.); в) незначительными возможностями приобретения за последние 7 лет товаров длительного пользования (такими возможностями располагали от 14,3 до 36,2 проц.); в) крайне низкими возможностями пользования за счет собственных средств платными услугами (такими услугами не пользовались вообще 52,1 проц., пользовались лишь услугами в области образования от 10,7 до 11,1 проц. Представители класса имеют средний возраст 47 лет, 62,2 проц. опрошенных имеют в составе своих семей пенсионеров и безработных.

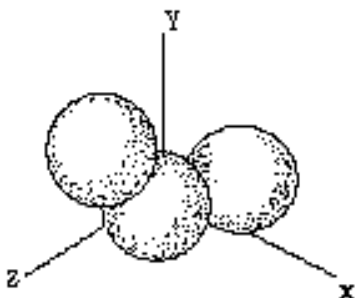


Рис. 4. Положение классов социальных объектов в 3-мерном пространстве

Многомерная классификация – не абсолютный и не единственный метод, применяемый для анализа полученных данных. Ее результаты не только могут,

но и должны уточняться с помощью других методов: факторного, корреляционного анализа, выявления дисперсии признаков и др. (см. с. 25 – 26 настоящего пособия). Кроме того, следует учитывать, что стратификационная структура России не является однородной. Она расколота как по вертикали, так и по горизонтали. Четкие очертания имеет только высший класс. Это те, кто благодаря имущественному положению, власти, привилегиям может удовлетворять потребности самого высокого порядка. В первую очередь – это лица, входящие в высшее государственное руководство, олигархи, лидеры крупных политических партий, научные светила, элита художественной интеллигенции. Второй эшелон высшего класса образуют федеральные чиновники, владельцы процветающих фирм, менеджмент предприятий-монополистов федерального уровня, известные юристы, деятели науки, культуры, спорта и др. Высший класс российского общества достаточно замкнут. Он охраняет свои границы и привилегии, принимая законы, защищающие его монопольное положение, развивая систему образования, недоступного для других социальных категорий, имея свою инфраструктуру социального развития и отдыха. Низ социальной пирамиды составляют малообеспеченные и бедные (до 60 проц. населения). К среднему классу может быть условно отнесено около 20 проц. населения. Он неоднороден и разделен на множество социальных сегментов, одни из которых тяготеют к верхнему полюсу, другие – к низам. По различным региональным меркам средний класс представляют лица, чей доход, имущественное положение, профессия, образование, в меньшей степени – доступ к власти позволяют полагаться на себя, быть уверенными в стабильности своего положения, чувствовать себя достаточно свободными в сфере имущественных, иных социально-экономических отношений.

Вопросы для самоконтроля

1. Какое значение для исследования социальной стратификации имеет методология, разработанная П. Сорокиным? Каковы ее принципы?
2. Какие критерии были применены в исследованиях стратификации, выполненных У. Уорнером, Д. Трейманом и др. учеными?
3. Кратко изложите принципы построения инструментария для получения информации о стратификационной структуре общества.
4. Укажите круг типичных понятий, которые могут быть переработаны в индикаторы для получения информации о социальной мобильности.
5. В чем суть методики многомерной классификации и каковы возможности применения ее в целях обработки информации стратификационного исследования?
6. Какие методы еще могут быть применены в процессе анализа полученных данных? Кратко поясните их суть.

5. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС И ДИАГНОСТИКА ПРЕДПОСЫЛОК К ДЕВИАНТНОМУ (ОТКЛОНЯЮЩЕМУСЯ) ПОВЕДЕНИЮ

5.1 Характеристика социальных предпосылок к девиации

Среди множества проблем, в исследовании которых применяют различные опросные методики, особое место занимают проблемы девиантного (отклоняющегося) поведения. И это неудивительно. Ведь социология исследует не общественные процессы вообще, а законы и закономерности деятельности и поведения людей как субъектов социальных процессов, отношений, явлений. Благодаря специфике своего содержания и применяемых методов эта наука выполняет важные социальные функции предвидения, прогнозирования, социального проектирования. А поскольку отклоняющееся поведение в любом обществе является массовым, часто носит антиобщественный, а то и угрожающий стабильности общества характер, и потому нуждается в регулировании и профилактике, эти функции социологии оказываются особенно востребованными, а прикладные социологические исследования по соответствующей тематике становятся важнейшим средством реализации названных функций.

Напомним, что под девиантным (отклоняющимся) поведением понимается существенное отклонение поведения субъекта от принятых социальных норм, влекущее применение социальных санкций. Первые попытки раскрыть его природу были предприняты с натуралистических, психологических, медицинских, правовых позиций. Социологический подход к изучению этого явления начал закладываться лишь с конца 19 в. в связи с исследованием самоубийств, выполненным Э. Дюркгеймом. Опираясь на большой фактический материал, ученый установил, что значительную роль в совершении самоубийств и в других проявлениях социальной патологии играет характер социальной среды, точнее степень и интенсивность связей в механизме социальной интеграции. Социологический подход позволяет рассматривать девиацию конкретно-исторически, с учетом социальной среды и жизненных условий, в которых находятся девианты (индивиды и группы как носители данного типа поведения), существующей системы норм и ценностей и ее влияния на процесс социализации, всего многообразия ее видов (отклонений индивидуальных и групповых, одобряемых (проявлений социальной активности и творчества) и осуждаемых (преступлений и проступков), первичных и вторичных, активных и пассивных и др.).

Предпосылки к негативным видам и формам отклоняющегося поведения могут возникать на нескольких социальных уровнях.

Макросоциальный уровень возникновения предпосылок к девиации образуют различные общесоциальные факторы, по-своему влияющие на процесс социализации. Если непосредственное окружение может предопределять девиацию индивида, то общесоциальные факторы воздействуют на большие группы людей, особенно поколения. Если личность способна противопоставить себя влиянию микросреды обитания, избрать другую микросреду, то преодолеть влияние макросреды (макросоциальных факторов) гораздо труднее. Такими предпосылками являются:

Классовые, национальные и иные социальные противоречия, побуждающие отдельных людей и группы занимать определенную позицию, вступать в борьбу с другими людьми и группами и тем самым демонстрировать девиацию в достаточно активных формах;

Возникновение субкультур и контркультур. Хотя для развития культуры этот процесс является естественным (многие общепризнанные ценности культуры в свое время возникали и внедрялись как элементы субкультур), тем не менее, сам факт их возникновения уже говорит о наличии признаков групповой девиации. И многое зависит от того, какую направленность она приобретает. В условиях доминирования массовой культуры, ее бесцеремонного и навязчивого вторжения в духовный мир личностей и целых поколений усложняется выбор ими социально одобряемых целей и средств деятельности.

Дезорганизация общества, ослабление социального контроля, разрушение системы принятых норм, ценностей, особенно если при этом не создается полноценной замены им. Это явление Э. Дюркгейм назвал аномией. Длительное время изучением аномии занимался американский ученый Р. Мертон. По его мнению, аномия разрушает ориентиры поведения человека, а затем формирует позицию необязательности исполнения тех норм, которые общество учреждает для обуздания и преодоления аномии.

Стигматизация («навешивание ярлыков»). В исследовании этого феномена важную роль сыграл американский социолог Г. Беккер. Он различал первичные (эпизодические и скрытые от окружающих) и вторичные отклонения (регулярные и стигматизированные, т.е. обозначенные «ярлыком», «клеймом»). Согласно точке зрения Беккера, нормы и стандарты поведения, которые становятся объектом нарушения со стороны девиантов, формирует не все общество, а лишь отдельные группы и их представители (законодатели, политики, судьи, врачи, учителя и т.п.). А нарушает нормы и стандарты большинство членов общества. Но основная масса нарушений совершается эпизодически, не привлекая внимания общест-венности. Такая девиация называется первичной. Она может привести к вторичной, когда систематические отклонения становятся достоянием семьи, коллектива, правоохранительных органов. При этом носитель отклонения обозначается соответствующим «клеймом»: «хулиган», «наркоман», «вор» и т.п. [27, с. 212 – 214; а также: 7]. Стигматизация играет

двойную роль. Влияние общества на девиантов с целью устранить или ограничить отклонения не может обходиться без стигматизации, но при этом возникает и обратный эффект. Стигматизация воспринимается как некое общественное «признание». Люди и группы, получившие своеобразный «ярлык», формируют свою суб- и контркультуру с своим кругом ценностей, традициями, ритуалами, образом жизни и действий. Все это может значительно ослаблять эффективность мер, направленных на коррекцию поведения нарушителей.

Процесс социализации протекает при активном влиянии *ближайшего социального окружения* личности. На этом *уровне* могут возникать свои предпосылки. Исследования показывают, что склонность к девиации может возникать не столько в результате контактов с безличными организациями и институтами, сколько в процессе повседневного общения с близкими, знакомыми, друзьями в школе и на улице, в семейном окружении. Чем моложе человек, тем с большей готовностью он усваивает образцы поведения, навязываемые другими. Основными предпосылками этого уровня могут быть предрасположенность к социальным отклонениям ближайшего неформального окружения личности, дефекты семейного и школьного воспитания и др.

На *личностном уровне* такими предпосылками могут быть особенности психических процессов, свойств, состояний, образований личности, затрудняющие социальную адаптацию, вызывающие разногласия общественных и личных целей, порождающие противоречия между социально одобряемыми средствами и несоответствующими им индивидуальными средствами и формами поведения и деятельности. Другую группу предпосылок этого уровня составляет избирательное отношение личности к предпочтительной среде общения, в основе которого лежат личностные потребности и интересы, поиск референтной группы (группы, поведение которой служит примером для подражания).

5.2 Методика выявления предпосылок к отклоняющемуся поведению

Результативная профилактика девиантного поведения возможна как комплекс мер, осуществляемых поэтапно, дифференцированно с различными социальными категориями, сочетающая организационные меры, просвещение и воспитание, массовую и индивидуальную работу, влияние формальных институтов и неформальный социальный контроль. Для этого необходимо располагать как можно более полной информацией о личностных качествах, формальной и неформальной структурах, межличностных и межгрупповых отношениях. В ряде случаев требуется выполнить эту работу оперативно, однако данное обстоятельство не может служить оправданием игнорирования научно обоснованных исследовательских

процедур: постановки исследовательской проблемы и целей исследования, определения исследуемого объекта, предмета, задач, выдвижения гипотез, отбора и операционализации понятий.

Целенаправленный сбор необходимой информации начинается, как правило, с получения и анализа данных статистики, характеризующих степень распространения того или иного вида нарушений, динамику количественных показателей по периодам, носителей нарушения и т.п. Кроме того, анализируется состояние социальной среды как совокупность событий и фактов, предположительно влияющих на характер и динамику нарушений и их носителей. Благодаря этим первым исследовательским действиям, во-первых, определяется общая направленность исследования, его вектор «проблема – гипотеза – цель»; во-вторых, облегчается его перевод в русло сбора данных с помощью эмпирических понятий-индикаторов, касающихся фактов, явлений, оценок, достаточно одинаково понимаемых носителями информации и позволяющим фиксировать, измерять и математически обрабатывать информацию.

Одна из наиболее трудоемких, но исключительно важных для достижения целей исследования процедур – операционализация понятий, может быть выполнена путем переработки довольно широкого круга понятий, отражающих различного уровня предпосылки к девиации.

Для предпосылок общесоциального уровня это могут быть: а) острота (степень сглаживания) противоречий, связанных с экономическими процессами; б) наличие (отсутствие) противоречий между региональной (городской, поселенческой) элитой и остальной частью граждан; в) состояние власти и управления; г) взаимоотношения поколений людей; д) общественные инициативы и их реализации в регионе и городе; е) влияние суб- и контркультур; ж) традиционные способы эмоционально-психологических компенсаций (снятие напряженности, переключение энергии и т.п.), характерные для данной территориальной или этнокультурной общности; з) эффективность правовых барьеров ограничения отклоняющегося поведения; и) состояние социально-досуговой сферы жизни региона, города, поселения; к) ориентация на личность институтов образования, культуры, информации, молодежных институтов и др.

Для выявления предпосылок, связанных с дефектами семейного и школьного воспитания, индикаторы могут быть получены в результате операционализации следующего круга понятий: а) личностная значимость семейного и школьного воспитания; б) эффективность методов и средств воспитания; в) степень единства слова и дела в данном аспекте семейного и школьного воспитания; г) наличие (отсутствие) связи между ценностями, заложенными воспитанием и свободой выбора линии поведения; д) наличие (отсутствие) связей между девиацией данного типа и процессами воспитания в семье и школе; е) роль семьи (школы) в форми-

ровании устойчивой невосприимчивости к данному типу девиации; ж) роль семьи (школы) в формировании веры в негативные последствия девиации данного типа; з) роль семьи и школы как моральной опоры в преодолении трудностей выбора линии поведения и др.

Довольно сложную задачу представляет составление набора индикаторов для сбора информации о влиянии на выбор линии поведения ближайшего неформального окружения, так как об этой сфере отношений (общения) люди, в особенности молодые, предпочитают высказываться более сдержанно, чем даже о себе лично. В этом смысле может быть полезным опыт исследования подростковых группировок по методике «вороночной модели», применение которой предполагает последовательный переход от общих и нейтральных вопросов к все более существенным вопросам по проблеме исследования. В процессе одного из исследований молодым людям задавались вопросы о неформальной группе, в которую они входят: длительности ее существования, территориальной привязке поведения (парки, улицы, дороги, площади, а также клубы, кафе, бары и т.п.), об ориентации на формы проведения свободного времени, о групповой идентификации с противоправным поведением и др. [26, с. 50 - 58].

При разработке социологического инструментария могут быть учтены типичные диагностические признаки личностной предрасположенности к отклонениям в поведении. К ним относятся: а) наличие (отсутствие) положительно ориентированных жизненных планов и намерений; б) степень сознательности и дисциплинированности; в) уровень развития полезных знаний, навыков, умений (трудовых, спортивных, технических, творческих и т. п.), разнообразие и глубина полезных интересов; г) отношение к педагогическому воздействию; д) коллективистские проявления, способность считаться с коллективными интересами, уважать нормы коллективной жизни; е) способность критически, в соответствии с нормами морали и права оценивать поступки окружающих, друзей; ж) самокритичность, наличие навыков самоанализа; з) внимательное, чуткое отношение к окружающим, способность к сопереживанию; и) волевые качества, степень невосприимчивости к дурному влиянию, способность самостоятельно принимать решения и преодолевать трудности в процессе их выполнения; к) внешняя культура поведения (внешний вид, культура речи, вежливость); л) способность к отказу от дурных привычек и форм асоциального поведения (употребление алкоголя, курение, употребление нецензурных выражений и т. п.); м) отношение к стигматизации и др. [4, с. 100 - 101].

Полученные индикаторы могут обеспечить составление инструментариев для проведения исследований различными методами (анализ документов, наблюдение, разновидности социологических опросов). Исследования девиации, как никаких других аспектов человеческой деятельности и поведения, нуждаются в комплексном подходе, сочетании

социологических методик с психолого-педагогическим тестированием, медицинскими, правовыми и др. исследованиями. Некоторые диагностические задачи могут быть решены с помощью социологического тестирования, идея которого впервые была применена в 1964 г. В ходе опроса, проводившегося газетой «Комсомольская правда», преследовалась цель выявить степень знакомства детей с понятиями, отражающими «пережиточные» (по критериям того времени) явления. Причем, речь шла о знакомстве не книжном, а обусловленном в первую очередь окружающей ребенка средой – семейной, школьной, личной и т.п. [8, с. 313 - 314]. Процедура опроса была достаточно простой. Обследуемым предлагался перечень слов, которым они должны были дать толкование, соответствующее своему пониманию и степени знакомства с явлением. С поправкой на новые времена, новые проявления девиации и новые задачи в такой диагностический тест могут быть включены понятия (индикаторы), отражающие разные стороны (атрибутику, символику, поведение и др.) того или иного вида девиации и девиантов. Могут быть включены слова (в комбинации с вышеупомянутыми или в виде самостоятельного теста) из состава сленга, присущего определенной группе девиантов.

Программа диагностики предпосылок к отклоняющемуся поведению в части выявления мировоззренческих, идеологических, этических, правовых, экономических, экологических и иных установок и ценностных ориентаций может быть дополнена тестированием по методике неоконченных предложений [23]. Тест содержит перечень неоконченных предложений, несущих мировоззренческий, этический и т.п. смысл. Формулировки подбираются таким образом, чтобы они, во-первых, первоначально имели лишь посылочный и несколько афористичный вид, во-вторых, не имели однозначного завершения и не побуждали участника опроса к завершению предложения словами известного афоризма, крылатого изречения, пословицы и т.п., в-третьих, могли в завершенном виде нести некоторую информацию об установках и ориентациях тестируемого.

Например: «Истинное богатство человека...»; «Возможности человека...»; «Подлинный смысл общения...»; «Управлять собой...»; «Преодоление трудностей...» и т.д.

Тесты – не «детектор лжи». Какую бы информацию ни давали «на выходе», какие бы откровения ни вызывали – они не могут быть основанием для составления «досье» на конкретного человека. Этот принцип должен быть убедительно доведен до тестируемых и неукоснительно соблюдаться исследователем. Но информация, полученная в результате тестирования, может послужить дополнительным средством верификации данных, собранных с помощью иных методов.

Вопросы для самоконтроля

1. Какова специфика социологического подхода к исследованию девиации?

2. Каковы типичные предпосылки к социальным отклонениям, возникающие на макросоциальном уровне?

3. Охарактеризуйте социальные предпосылки к девиации, возникающие на уровне ближайшего социального окружения и личностном уровне.

4. Укажите круг типичных понятий, которые могут быть переработаны в индикаторы для получения информации о социальных предпосылках к девиации (макросоциальный уровень и уровень ближайшего социального окружения).

5. Что дает для исследования предпосылок к отклоняющемуся поведению применение набора личностных диагностических признаков?

6. Охарактеризуйте возможности применения социологических тестов в целях изучения предрасположенности к социальным отклонениям.

6. ОПРОСЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

6.1 Общественное мнение в зеркале социологического исследования: объект и предмет

Общественное мнение – сложный социальный феномен и может быть рассмотрено в нескольких аспектах. *Первый* – социально-психологический. В этом смысле общественное мнение является срезом обыденного массового сознания и выражается в совпадающих оценках и суждениях отношений общества (части общества, общности) к фактам, событиям, проблемам, затрагивающим его (их) интересы. *Второй аспект* – общественное мнение как информация, полученная и обобщенная в результате социологического изучения индивидуальных и групповых мнений и оценок, установления их совпадений, структурирования относительно фактов, значимых для групп людей. Известны метафорические трактовки результатов подобных исследований («общественная температура», показатели «социального барометра» и т.п.). *Третий аспект* – общественное мнение как социальный институт, обладающий определенной структурой и выполняющий определенные функции в данном обществе. Причем, сбор информации о содержании и структуре общественного мнения и производится в большинстве случаев в целях реализации его институциональных функций.

Общественное мнение как институт – явление историческое. В условиях традиционных обществ общественное мнение выступает как непосредственно групповое, относящееся к племени, общине, толпе, единоверцам, сословию, поселению, то есть к той ячейке, состав которой сплочен традиционными или членскими рамками принадлежности. Нарушение социальной нормы ставит человека силой мнения в положение вне группы, «вне закона». То есть мнение выступает как *общее*, но не *общее*

ственное, так же как человеческая деятельность строится по принципам *общины*, но не *общества* (Ф. Тённис). Зрелый вид оно начинает приобретать с 2-й половины 19 в. благодаря целому ряду социальных предпосылок: а) обострению проблемы удовлетворения потребительского спроса, завоевания и удержания позиций в конкурентной борьбе, совершенствования рекламы под влиянием роста капиталистического производства; б) дифференциации социальной структуры, обострению политической борьбы, возникновению политических партий и общественных организаций; в) возникновению, развитию и усложнению структуры средств массовой информации и коммуникации, особенно радио и телевидения; г) росту уровня образования и культуры населения, расширению спектра его интересов и др.

По мере развития и усиления влияния общественного мнения все более четко обозначалась предметная область его научного исследования, происходила институционализация отраслевой науки – социологии общественного мнения.

Интерес к научному изучению общественного мнения в России значительно вырос в ходе реформ 60 – 80-х гг. 19 в. Под влиянием и для обслуживания потребностей земской реформы возникла и развивалась земская статистика, в которую органично включались и результаты всевозможных опросов по проблемам социально-экономического положения российской «глубинки». Просветительская деятельность российской интеллигенции, сопряженная с изданием и распространением дешевых книг, журналов, газет «для народа», велась на основе изучения мнений, настроений, оценок широких масс. После Октябрьской революции 1917 г. соответствующие методики применялись и совершенствовались под углом зрения «изучения настроений трудящихся». Однако получаемая информация предназначалась преимущественно для партийно-государственных органов, в том числе для органов НКВД-КГБ. Достоянием общества становилась лишь информация, представлявшая в выгодном свете трудовой энтузиазм советских людей, их приверженность идеалам коммунизма.*

Формирование современной системы изучения общественного мнения связано с ослаблением тоталитарного режима в СССР. В 60 – 70-е гг. 20 в. усилиями и под руководством советских социологов Б.А. Грушина, В.Э. Шляпентоха, А.Г. Здравомыслова, В.А. Ядова были разработаны и

* Следует отметить, что проявления данных чувств и настроений советских граждан имели под собой реальные основания и носили массовый характер. Их исследования, выполненные советскими учеными А.К. Гастевым, С.Г. Струмилиным, другими авторами, чьи работы по рассматриваемой проблеме вышли в свет в 20 – 30 – е гг. 20 в., отличались исключительной научной добросовестностью и вошли в сокровищницу отечественной социологии [см., например: 16; 18 и др.].

реализованы первые целостные программы изучения общественного мнения [см. об этом подробнее: 8]. По существу это стало началом институционализации отечественной социологии общественного мнения. Благодаря созданию различных центров, служб и фондов, исследования общественного мнения приобретают характер мониторинга [10; 11; 29].

Богатый практический опыт исследований тем не менее не внес достаточную ясность в вопрос об объекте и предмете общественного мнения. Показательным в этом отношении является признание, сделанное в свое время одним из руководителей британской службы общественного мнения Г. Дюрентом, из которого следует, что общественное мнение «не поддается описанию, неуловимо для определения, его трудно измерить и невозможно увидеть. Оно напоминает риторический и часто напоминаемый вопрос Ласки (англ. социолога – А.Б.): «Если я встречу всеобщую волю прогуливающейся по улице, как я смогу узнать ее?» [8, с. 17].

Когда речь идет об объекте и предмете общественного мнения, надо разграничивать пары понятий: «объект и предмет *общественного* мнения» и «объект и предмет *исследования* общественного мнения». В первом случае имеется в виду то, что отражается в мнении. Во втором – то, на что направлено исследование. Теоретическое толкование первой пары понятий не представляет особой сложности. Объектом мнения потенциально может быть все, что окружает людей извне, и все, что наполняет их внутренний духовный мир. Предметом – все..., что затрагивает их интересы. Но «все» - это нечто из разряда «необъятного», которое, по мысли Козьмы Пруткова, объять невозможно. Потому то, приступая к работе, исследователь (и одновременно – один из носителей мнения) субъективно выбирает событие (цепь событий, процесс, реальное поведение людей и т.п.) и проверяет, стало ли оно объектом мнения и какой стороной затрагивает интересы людей. Эта задача решается в процессе разведывательного исследования, без которого, как правило, невозможно выбрать и сформулировать *объект и предмет исследования* общественного мнения.

Объективирование (превращение в социальный объект) общественного мнения может происходить в формах поведения людей, документов, материальных результатов деятельности. Эти формы становятся и объектом исследования, а для их изучения применяются методы наблюдения, анализа документов, эксперимента и их разновидности. Но чаще приходится исследовать мнение, воплощенное в процессах сознания людей, и для того, чтобы получить информацию о нем, - инспирировать высказывания людей, то есть прибегать к опросам общественного мнения. При проведении опросов объектом исследования выступают группы людей как носители общественного мнения, а предметом – отражение в групповом сознании социальных явлений, процессов, событий, взятое во взаимосвязи с важнейшими механизмами, факторами, придающими ему (отражению) тот или иной вид. Выбирая в каждом конкретном случае *пред-*

мет исследования, следует учитывать особенности *предмета общественного мнения*. Таких особенностей несколько.

1. Если общественное мнение преднамеренно «не загоняется» в тупик, то взятое в целом, во всех своих секторах оно *способно* отражать явления с достаточно высокой долей истины.

2. На предмет высказываний, оценок, суждений накладываются отпечаток причины, побуждающие к высказываниям. Они могут выдвигать на первый план ту иную сторону событий (фактов).

3. Общественное мнение может быть не только истинным, но и ложным, не только адекватным действительности, но и иллюзорным. Причем, эти крайности «спокойно» уживаются в нем: взятое в целом, общественное мнение практически никогда не бывает абсолютно истинным или абсолютно ложным; оно всегда есть своеобразное переплетение точных знаний и иллюзий, элементов истины и фантастики.

4. Мнения и оценки всегда конкретны, так как выражают позицию данного лица по поводу данного явления, и относительны, так как содержание и интонация этих субъективных оценок определяются конкретной ситуацией.

5. В мнении фиксируются, как правило, прошедшие и настоящие ситуации. А относительно будущего высказываются лишь разного рода пожелания, стремления, надежды, не отличающиеся такой же категоричностью, как констатация фактов.

6. Общественное мнение обладает свойством транзитивности, т.е. переноса на предмет высказываний свойств высказывающих. Субъективный характер оценок еще более усиливается, когда людям приходится судить о процессах и событиях, в которых они сами непосредственно участвуют.

6.2 Особенности методики опроса общественного мнения

Существует множество методик изучения общественного мнения. Мы уже отмечали возможности получения информации путем наблюдения за поведением людей, анализа документов, анализа результатов деятельности. На фоне этих методик опросы общественного мнения выделяются как своими преимуществами, так и особенностями организации (не будем скрывать: некоторые из них сопряжены с трудностями, которые приходится преодолевать исследователю). Опросы общественного мнения могут быть беспрограммными (личные беседы, письменное изложение мнения по заданному вопросу (корреспондентский опрос) и др.) и программными (формализованное и неформализованное интервьюирование, интервьюирование с помощью технических средств, анкетирование и др.). Исследования общественного мнения по наиболее значимым проблемам федерального, регионального и локального масштабов могут

осуществляться в режиме мониторинга – регулярных исследований, оценок, накопления информации, прогнозов, осуществляемых в рамках относительно стабильной программы. Мониторинг позволяет устанавливать изменения содержания мнения через определенные промежутки времени, конкретизировать и детализировать содержание, исследовать причины и факторы, обуславливающие характер мнения, выявлять тенденции изменений и на этой основе выдвигать прогнозы. Это позволяет повысить эффективность функционирования общественного мнения как института, а также управлять процессом его формирования (манипулировать им). Наиболее четко система мониторинга налажена на общенациональном уровне и в регионах.

В организации мониторинга различают первичные и вторичные исследования. *Первичное* изучение общественного мнения имеет разведывательный характер и проводится для получения исходной информации, на основе которой вносятся необходимые уточнения в программу еще на стадии ее разработки, проверяется оптимальный вариант выборки (если исследование носит выборочный характер), совершенствуется инструментарий. *Вторичное* исследование является аналитическим по своему характеру. В его содержание (содержание инструментария) могут вноситься изменения и дополнения для того, чтобы: а) можно было выявить влияние событий (факторов), которые не могли быть учтены на стадии проектирования исследования; б) зафиксировать изменения в мнениях по этапам изучения; в) установить причинно-следственные связи изменений и др.

Как отмечалось выше, интервьюирование и анкетирование являются ведущими методами изучения общественного мнения, т.к. их применение позволяет решать исследовательские задачи оперативно, при значительной экономии сил и средств, обеспечивая охват большого количества респондентов. Выделим только наиболее важные особенности применения методов опроса в целях изучения общественного мнения.

I. Значительная часть их связана с формированием стратегического плана (программы) исследования. Целевая установка исследования должна быть свободна от конъюнктуры любого рода (научной, политической, рыночной и т.п.). Во главу угла должна быть поставлена задача не выхватывания то одной, то другой сторон мнения, не избавления от противоречий или «замазывания» их, а системного рассмотрения, фиксации феномена в его противоречивой сущности. Обычно при исследовании общественного мнения задаются вопросами:

какое место то или иное мнение занимает среди иных общественных явлений и в какой степени согласуется с ними (речь идет о практических действиях, программных установках, декларируемых официальными лицами, конституционных установлениях властей);

каковы источники общественного мнения;

каковы наиболее влиятельные факторы, определяющие его конкретное содержание;
по какому поводу высказывается;
чьим интересам соответствует (служит) в большей степени;
в какой форме высказывается
и т.д.

Данные вопросы составляют проблемно-гипотетическую основу исследования, а ответы на них (с помощью полученной информации) позволяют установить факторы, влияющие на содержание мнения. Сложную задачу представляет установление взаимосвязи между складывающимся мнением и социально-психологическим механизмом его формирования, т.к. мнение не является «простым зеркальным отражением» важных для людей событий. Как считает Ю.А. Левада, к наиболее значимым составляющим психологического механизма формирования мнения относятся:

1. *Комплексы* – социально-психологические образования, выполняющие важные функции, в силу чего происходит объединение различных носителей мнения и возникает общественное мнение как таковое. Базовыми являются комплексы: а) *приобщения*, то есть освоения языка, «правил игры» и тем самым идентификации с определенными группами общества; б) *зависимости* – установления своего места в системе господства и подчинения; в) *ожидания* – отношения к предполагаемому поведению других; г) *сравнения* – определения сходства и различия с другими людьми, группами.

2. *Стереотипы* – как бы «готовые формы», «шаблоны», в которые «отливаются» общие мнения и оценки, несмотря на то, что рождаются они (в индивидуальных формах) куда более оригинальными и разнообразными. Большинство стереотипов формируется и фиксируется в СМИ. И хотя истинный смысл, подтекст и т.п. большинства из них остаются непонятными для простого обывателя, формы типа «друг – враг», «гений – злодей», «свой – чужой», «заступник – вредитель» становятся доминирующими в выражении и оформлении индивидуальных мнений.

3. *«Спираль молчания»*, возникающая в силу того, что самостоятельно высказывать и отстаивать свое мнение способна незначительная часть общества, остальные же пытаются обнаружить мнение большинства, выбирают в качестве такового определенное мнение и присоединяются к нему. Оказывающиеся в меньшинстве скрывают свои взгляды и отмалчиваются. «Спираль молчания» усиливает видимый перевес большинства [19, с. 222 - 228].

II. Опросы общественного мнения отличаются своеобразием содержания и стиля построения инструментария, а это, в свою очередь, предъявляет своеобразные требования к индикаторам и шкалам. Они должны

быть сопряжены с понятиями, позволяющими: а) фиксировать «язык общественного мнения»; б) четко распознавать группу «своих», т.е. людей, аналогичным образом выражающих оценки и взгляды; в) обозначать некоторые нормативы и стандарты выражения мнения; г) отражать оценку соответствия поведения человека этим стандартам. Требование разработки инструментария на «языке общественного мнения» обусловлено тем, что язык, выражающий состояния общественного мнения несоизмеримо проще, грубее, малоподвижнее по сравнению с любым «живым» языком. Огромный фактический материал, собранный исследователями общественного мнения по вопросам предвыборной борьбы в России в 90-е гг. прошлого века, свидетельствует о том, что основные мнения и оценки концентрировались главным образом вокруг понятий: «доверия» – «недоверия» к различным ветвям власти; оценки демократии не по критериям демократического участия и контроля над властью, а по признакам «порядка» и «благополучия», а социальных институтов – «полезности» или «бесполезности». В язык общественного мнения органично вошли понятия «правых» и «виноватых», «своих» и «чужих» (особенно «этнически чужих»). Важный языковой пласт в общественном мнении образуют массовые ожидания («кто», «чего», «благодаря чему», «ожидает» от социальных реформ), готовность «поддержать» акции протеста и готовность в них «реально участвовать», а также сугубо рекламные штампы: «хотите... («порядка», «мира», «победы», «свободы», «спокойствия», «процветания», «успеха»...), «голосуйте за...»

Как институт общественное мнение формирует готовность следовать определенным нормам, правилам, стандартам, действовать во имя достижения определенных целей. Но как показывает опыт, поддерживать различные акции, симпатизировать их участникам и реально участвовать в них – не одно и то же. Выявление этих позиций представляет также и задачу, и важную особенность построения исследовательского инструментария.

III. Получение достоверных результатов опросов общественного мнения, в особенности проводимых в режиме мониторинга, предъявляет особые требования к обеспечению репрезентативности выборки. В оперативных исследованиях могут применяться стихийные выборки, характерные, скажем, для опросов избирателей на выходе из избирательных участков. Но в подавляющем большинстве случаев все же применяются методы целенаправленной многоступенчатой выборки. Примером может послужить выборка, применяемая фондом «Общественное мнение» (см. рис. 5).

Половинная выборка: г. Москва и 42 субъекта федерации	Половинная выборка: г. Санкт-Петербург и 44 субъекта федерации
--	---

Всего 203 городских и сельских населенных пунктов из 63 субъектов федерации (часть субъектов федерации включены одновременно и в первую и во вторую половинные выборки)	
189 избирательных участков	189 избирательных участков
378 избирательных участков (в т.ч. 80 – в г. Москве). Общий размер выборки 4028 чел. (в т.ч. 1200 чел. представляют г. Москву)	
Шаг отбора домохозяйств в пределах избирательных участков: частные дома – каждый 2-й; многоквартирные дома: кв. 1 – 10 – каждая 2-я; кв. 11 – 25 – каждая 5-я; кв. 26 – 50 – каждая 10-я; кв. 51 и более – каждая 20-я.	

Примечание: Еженедельные всероссийские опросы проводятся поочередно по одной из половинных выборок. Выборка позволяет один раз в две недели получать результаты о динамике общественного мнения в г. Москве.

Рис. 5 . Схема выборки, применяемой для опросов фондом «Общественное мнение» [29]

IV. Обработка результатов изучения общественного мнения выполняется в соответствии с общими правилами, но с учетом некоторых особенностей.* Так, особая роль отводится перекрестной группировке данных, которая позволяет выявить основные тенденции формирования общественного мнения, зависимости его содержания от социально- психологического механизма и иные его характеристики (см. рис. 6).

* См. с. 24 – 27 настоящего пособия.

	Что, по мнению респондента, думает о... большинство людей				
Что думает о... респондент		Что думает о... абстрактное большинство людей (население страны)			
Что думает о... большинство людей своего города, села, близкие люди			Готовность участвовать в социальных акциях		
Поддержка социальных акций				Показатели опроса по периодам изучения	
Содержание мнений опрошенных по предмету опроса (блоку вопросов)				Показатели опроса по категориям респондентов	
Содержание мнений опрошенных по предмету опроса (блоку вопросов)					Связь содержания мнений с ситуационными факторами, социально-психологическими явлениями и т.п.

Рис. 6. Примерная схема перекрестной группировки переменных, полученных в результате опроса общественного мнения

Сравнение данных, составляющих ряды переменных, может быть дополнено расчетами корреляции и установления статистической взаимозависимости признаков.

В процессе изучения общественного мнения приходится анализировать данные повторных исследований. Эта процедура выполняется с соблюдением некоторых общих и частных правил. К числу последних относятся:

1. *Правило сопоставимости.* Из него следует, что для сопоставления результатов двух и более разовых исследований, выполненных по регионам, сопоставимым объектам или со сдвигом по времени, необходимо применять идентичные инструментариумы и методики сбора и обработки информации.

2. *Правило обоснования существенности или несущественности различий.* Существенность различий зависит от устойчивости и социальной значимости для людей изучаемых видов деятельности и отношений, а с формально-статистической точки зрения – от сравнимости различий данных, полученных при повторных исследованиях, с ошибками данных при их первичной регистрации. Для сравнения выполняют расчеты по специальным формулам, но упрощенно можно сравнить различия с вели-

чиной ошибки выборки. Если последняя перекрывается величиной различий, то различия можно считать существенными.

3. *Логические правила сравнения* эмпирических данных:

а) два состояния одного процесса сопоставимы, если они содержат хотя бы одно общее свойство или показатель;

б) фактор, имеющий место в одном случае, и отсутствующий – в другом, не может быть признан причиной сравниваемых явлений;

в) не может быть признан причиной фактор, устанавливаемый в двух исследованиях, но в одном случае явление фиксируется, а в другом – нет;

г) фактор не может считаться определяющим, если в повторном исследовании устанавливается, что изучаемому процессу сопутствуют и другие факторы [34, с. 209].

Методики изучения и анализа общественного мнения постоянно совершенствуются, обогащаются новыми приемами. Главную тенденцию этого процесса характеризует стремление выбрать оптимальные критерии достоверности результатов, соответствия мнения как «социального барометра» реальному состоянию «социальной погоды».

Контрольные вопросы

1. Охарактеризуйте общественное мнение как сложное и многостороннее социальное явление.

2. Каковы особенности предмета общественного мнения?

3. Что такое мониторинг общественного мнения?

4. Какое место занимают и какую роль играют в социально-психологическом механизме общественного мнения комплексы, стереотипы, «спираль молчания»?

5. Охарактеризуйте специфику разработки инструментария для опросов общественного мнения.

6. Каковы отличительные особенности составления выборки для опросов общественного мнения?

7. Что характерно для обработки результатов изучения общественного мнения?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе рассмотрена лишь малая толика того, что необходимо знать и чем нужно овладеть для высокопрофессионального проведения исследований. Желая освоить этот вид деятельности на уровне искусства, должен обратиться к широкому кругу источников. В нем – научные монографии и популярные пособия, толстые фолианты и небольшие по объему брошюры. Лишь незначительная часть их представлена в списке литературы. Однако есть иная проблема, разрешение которой позволит

извлечь потенциальную (пока) пользу и преимущества соцопросов и найти им лучшее применение.

Не секрет, что сегодня востребованность массовых социологических опросов в значительной степени объясняется коммерческими, политическими, подчас далекими от научных расчетами. Соцопросы «закупаются» теми, кто платит, испытывая великий соблазн таким образом закрепить свое положение, привилегии, внушить правильность позиции, заручиться поддержкой в свой адрес. К сожалению, этому желанию в немалой степени подыгрывают и социологи. Проводившиеся в России выборы 1993, 1995, 1996 гг., отличавшиеся бесстыдно высокой ангажированностью СМИ и социологических служб, – тому наглядное свидетельство. И хотя спустя десятилетие, даже участники всевозможных акций «рейтинго-мании» вынуждены прямо или косвенно признавать такие факты, нет полной уверенности, что подобное «приложение» науки было досадным явлением прошлого и не будет повторено впредь. А следовательно, и доверие к результатам проводимых ими опросов, как и социологических опросов вообще (локальных, региональных, федеральных масштабов) будет еще оставаться невысоким.

Что же делать тем, кто по-прежнему испытывает потребность и видит практическую важность сбора информации методами социологического опроса: «посыпать голову пеплом» и, признавая якобы низкую научную состоятельность методики, упрощать процедуры или вовсе отказываться от исследовательских планов? В качестве ответа на этот вопрос уместно привести позицию, занятую патриархом советской прикладной социологии С.Г. Струмилиным еще в 20-е гг. прошлого века в связи с развернутой в прессе критикой метода анкетного опроса: «Нам всем до смерти надоели разные анкеты, собираемые по всякому поводу и без всякого повода... Поэтому готовность обругать любую анкету у многих из нас весьма большая... Но нужно различать анкеты и анкеты. И нельзя в государстве, стремящемся осуществить социализм, со слишком большим высокомерием относиться ко всякому учету и статистике... Мы должны всячески приветствовать каждую грамотную попытку в этом направлении» [8, с. 346]. Исследователь может ошибаться, но подлинно научные результаты исследования не имеют ничего общего с поверхностными и поспешными выводами, которые подчас напрашиваются уже в ходе первых сделанных исследовательских шагов или с выводами «на заказ». Проницательность исследователя, его умение глубоко осмыслить исходную обстановку (проблемную ситуацию), выдвинуть гипотезу, достойную научного исследования, трудолюбие и терпеливость в процессе выполнения достаточно трудоемких, порой рутинных процедур – таковы слагаемые успеха исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Г. М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. – М.: Наука, 1994. - 324 с.
2. Балабанова Е. С. О комплексном характере социологических исследований // Социс. 2002. № 10. С. 11 – 17.
3. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований: Учебник для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 286 с.
4. Беличева С. А. Основы превентивной психологии. – М.: РИЦ Консорциума Социальное здоровье России, 1994. – 221 с.
5. Воронин Г.Л. Социальное самочувствие россиян (1994 – 1996 - 1998). «Мерцающая» стратификация // Социс. 2001. №6. С. 53 – 66.
6. Гиленский Я., Афанасьев В. Социология девиантного (отклоняющегося) поведения. Учебное пособие. – СПб.: Санкт-Петербургский филиал института социологии РАН, 1993. – 167 с.
7. Гофман И. Стигма: Заметки об управлении испорченной идентичностью (пер. А. Мак-тас) // Социологический форум. 2000. № 3 – 4.
8. Грушин Б. А. Мнения о мире и мир мнений. Проблемы методологии исследования общественного мнения. – М.: Политиздат, 1967. – 400 с.
9. Давыдова Н.М., Седова Н.Н. Материально- имущественные характеристики и качество жизни богатых и бедных // Социс. 2004. №6. С. 40 – 50.
10. Динамика бедности в России. <http://www.levada.ru>.
11. Ежегодник ВЦИОМ – 2004. <http://www.wciom.ru>.
12. Как провести социологическое исследование / Под ред. М.К. Горшкова, Ф.Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – 298 с.
13. Капитонов Э.А. Социология XX века. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 1996. – 508 с.
14. Комозин А. Н., Кравченко А. И. Популярная социология: В помощь профактиву. – М.: ИПО Профиздат, 1991. – 208 с.
15. Краткий словарь по социологии / Под общ. Ред. Д. М. Гвишиани, Н. И. Лапина; Сост. Э. М. Коржева, Н. Ф. Наумова. – М.: Политиздат, 1988. – 479 с.
16. Кузмичев В. Организация общественного мнения. – М.-Л., 1929.
17. Лапин Н. И. Эмпирическая социология в Западной Европе: Учеб. пособие. – М.: Изд. дом ГУВШЭ, 2004. – 381 с.
18. Лебедев Д. Голос миллионов (Опыт исследования 16000 писем рабочих корреспондентов). – М.-Л., 1928.
19. Левада Ю. От мнений к пониманию: Социологические очерки. 1993 – 2000. – М.: Моск. школа политических исследований, 2000. – 576 с.
20. Математические методы анализа и интерпретация социологических данных / В.Г. Андреев, К.Д. Аргунова, В.И. Паниотто и др. – М.: Наука, 1989. – 173 с.
21. Методы социологических исследований / Добренков В. И., Кравченко А. И. – М.: Инфра-М, 2004.
22. Мягков А.Ю. Опросные методы сбора данных: предпочтения респондентов // Социс. 2000. № 8. С. 98 – 109.
23. Пузанова Ж. В. Метод неоконченных предложений в изучении проблемы одиночества // Вестник РУДН, серия «Социология», 2004. № 6 – 7. С. 92 – 11.
24. Рабочая книга социолога. / Отв. ред. Г. В. Осипов. Изд. 2-е, перераб и доп. – М.: Наука, 1983. - 477 с.
25. Радаев В.В., Шкартан О.И. Социальная стратификация. -М., 1995. - 218 с.
26. Салагаев А.А., Пашкин А.В. Молодежные группировки – опыт пилотного исследования // Социс. 2004. № 9. С. 50-58.
27. Смелзер Н. Социология. Пер. с англ. – М., 1998. - 688 с.

28. Сорокин П.А. Социальная стратификация и мобильность // Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. -М., 1992. –С. 295-424.
29. Стратегия и методы . <http://www.fom.ru>.
30. Телешова Ю. Н., Масленникова Е. В. Качественная и количественная стратегии: эмпирическое исследование как измерение в широком смысле // Социс. 2000. № 10.
31. Фролов С. С. Социология. Учебник для высших учебных заведений. – М.: Наука, 2002. Гл. 2.
32. Фундаментальная социология: В 15 томах. – Том 2. Эмпирическая и прикладная социология / Добреньков В. И., Кравченко А. И. – М.: Инфра-М, 2004.
33. Чинакова Л.И. Об отличительных признаках бедности и нищеты // Социс. 2005. № 1. С. 139 – 141.
34. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Изд. 2-е, перераб. и доп.- М.: Наука, 1987. - 248 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
1. Опрос в системе методов социсследований	5
1.1 Понятие о социологическом исследовании и его методах	5
1.2 Особенности методов социологического опроса	8
1.3 Выборочные социологические опросы	9
2. Программа и инструментарий социологического опроса	12

2.1	Этапы и программа социологического исследования	12
2.2	Инструментарий сбора первичной социологической информации	18
2.3	Обработка первичной социологической информации	24
3.	Социометрическое исследование малой группы	27
3.1	Социометрия как метод	27
3.2	Подготовка социометрического исследования	29
3.3	Анализ результатов социометрического исследования	31
4.	Опрос в исследованиях социальной стратификации и мобильности	36
4.1	Возможности применения опросов в исследованиях стратификации и мобильности	36
4.2	Сбор и интерпретация данных опроса о стратификационном положении и мобильности	39
5.	Социологический опрос и диагностика предпосылок к девиантному (отклоняющемуся) поведению	45
5.1	Характеристика социальных предпосылок к девиации.	45
5.2	Методика выявления предпосылок к отклоняющемуся поведению	48
6.	Опросы общественного мнения	51
6.1	Общественное мнение в зеркале социологического исследования: объект и предмет	51
6.2	Особенности методики опроса общественного мнения	55
	Заключение	61
	Список литературы	62