

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ:
МЕТОДОЛОГИЯ, МЕТОДИКА И
ТЕХНИКА ПРОВЕДЕНИЯ**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ ПО КУРСУ
«СОЦИОЛОГИЯ»**

(ГСЭ.Р.01)

Для студентов юридического факультета

**ВОРОНЕЖ
2005**

Утверждено научно-методическим советом исторического факультета ВГУ,
протокол № 7, от 22 сентября 2005 года.

Составитель – Калашникова С.М.

Учебно-методическое пособие подготовлено на кафедре социологии и
политологии исторического факультета Воронежского государственного
университета [e-mail:soc@hist.vsu.ru](mailto:soc@hist.vsu.ru)

Рекомендуется для студентов 2 курса юридического факультета
очной и очно/заочной форм обучения

Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования предусматривает в курсе социологии овладение методологией, методикой и техникой проведения социологического исследования. Это дает студентам возможность приобрести определенный опыт исследовательской работы и выработать новые знания.

Социологическое исследование - это один из основных методов в социологии, представляющий собой инструмент проникновения в реально сложившуюся социальную действительность. Оно составляет информационную базу развития общей социологической теории и обеспечивает прирост новых обоснованных знаний.

Цель учебно-методического пособия – раскрыть методологию, методику и технику проведения социологического исследования.

Основные вопросы:

I. Программа социологического исследования	3
II. Анкета в социологическом исследовании	17
III. Приложение (пример анкеты)	34
IV. Методы анализа социологической информации	39
V. Литература	45

I. ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Чтобы выполнить свою роль, социологическое исследование должно быть тщательно теоретически и процедурно-методически подготовлено. Для этого необходимо разработать *программу* (общую концепцию) и *инструментарий* (систему методических и технических приемов осуществления исследования).

Программа социологического исследования - это изложение теоретико-методологических предпосылок (общей концепции) в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования, с указанием правил процедуры, а также логической последовательности операций для проверки гипотез.

Программа представляет собой относительно самостоятельный документ, логически организующий всю исследовательскую работу. Она должна содержать алгоритм исследования - от постановки проблемы до обработки и анализа полученной информации. От степени научной обоснованности этого документа зависит в значительной мере результативность проводимых исследований.

Каждая программа социологического исследования состоит из **двух** основных разделов: **I** - теоретического, **II** - процедурного.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ раздел программы - это его методологическая часть, которая включает: 1) постановку проблемы; 2) формулировку цели и основных задач; 3) определение объекта и предмета исследования; 4) операционализацию понятий; 5) выдвижение основных гипотез.

Раскроем основное содержание каждого блока этого раздела программы.

1. Постановка проблемы исследования

Разработка программы начинается с постановки проблемы. В процессе выявления проблемы исследования социолог должен осуществить две основные процедуры: 1 – осмыслить проблемную ситуацию, 2 – сформулировать саму проблему.

Проблемная ситуация – это реально существующее в социальной действительности противоречие, способы разрешения которого в настоящее время еще не ясны. Поэтому при разработке программы необходимо перевести интуитивно устанавливаемое и смутно выраженное в общественном сознании социальное противоречие на язык точной теоретической интерпретации, то есть отделить известное от неизвестного.

Проблема - это результат теоретического осмысления проблемной ситуации, выраженный в четкой формулировке.

Постановка проблемы исследования означает необходимость обоснования актуальности, значимости изучения выбранной темы и раскрытие сути проблемной ситуации, ответ на вопросы, почему надо ее изучать и что даст ее исследование. Затем необходимо сформулировать саму проблему, то есть вычленив в узле социальной напряженности стороны реального противоречия. Например, речь может идти о противоречии между социальной и профессиональной ориентации молодежи, оканчивающей школу, и потребностями общества в тех или иных специалистах, в том числе потребностями данного населенного пункта.

Проблемы могут возникнуть из-за недостатка знаний о явлении или из-за столкновения интересов социальных объектов (демографических, национальных, профессиональных, политических и иных групп) в масштабах страны, города, населенного пункта и т.д., и существовать в течение короткого или длительного периода времени. Например, неудовлетворенность обучающихся какой-то формой учебы, проблема адаптации работников к новым условиям труда, жилищная проблема, проблема отклоняющегося поведения части населения (алкоголизм, преступления).

Возникающие в реальной жизни проблемы бывают одноплановые, системные, функциональные. К первым можно отнести, например, альтернативность выбора того или иного баллотирующегося кандидата в депутаты, принятие решения о переходе на арендные отношения и другие. Ко вторым - например, рост преступности в связи с изменением структуры

отклоняющегося поведения, приобретением массового характера таких явлений, как наркомания, проституция, рэкет. К третьим - например, ломку устоявшихся распределительных отношений в обществе, изменения в политических отношениях общества и др.

Обратите внимание на ряд требований, предъявляемых к формулировке проблемы. Во-первых, необходимо стремиться к тому, чтобы в проблеме получили как можно более точное отражение и сама проблемная ситуация, и реальное противоречие, определяющее ее. Во-вторых, важно избегать опасности постановки мнимых проблем, то есть проблем, либо не отражающих реальной социальной ситуации, либо давно решенных. В-третьих, не выдвигать проблем слишком широкого плана.

Не пугайтесь, если не удастся сразу придать формулировке проблемы ясность и четкость. Это может быть сделано в дальнейшем, по мере методологической и методической разработки других частей программы.

Бывает, что в ходе одного исследования приходится искать ответы на ряд проблем. Однако такое возможно лишь в том случае, когда сама исследовательская программа нацелена на «многопроблемный» социологический анализ. Опыт показывает, что нецелесообразно, а порой и очень трудно (особенно в учебном исследовании) одновременно изучать несколько проблем на одном и том же объекте исследования.

Итак, Вы выбрали тему социологического исследования. Теперь попробуйте обосновать ее проблемность, то есть вычленив две стороны социального противоречия, их социальных носителей, формы проявления, интересные для анализа аспекты.

2. Определение целей и основных задач исследования

Правильная постановка проблемы помогает четко сформулировать цель исследования. **Цель** социологического исследования – это планируемый результат, на достижение которого направлена исследовательская деятельность социолога.

Цель студенческого социологического исследования должна быть одна, и отражать то, что самое главное Вы хотите сделать своей работой. В целом формулировка цели означает сужение и конкретизацию темы и проблемы исследования.

Социологические исследования чаще всего преследуют практическую цель, ибо призваны дать, прежде всего, информацию для выработки рекомендаций, подготовки и принятия решений, способных повысить эффективность работы.

Так, например, целью исследования по проблеме возрастной преступности может быть выявление отношения населения к ней, вскрытие причин или социальной базы преступлений и определение мер по их профилактике.

Следует помнить, что само социологическое исследование не может решить социальную проблему, а может только высветить ее основные

стороны и закономерности. Решаются социальные проблемы в рамках социальной политики. Потому исследователь не должен ставить своей целью ликвидацию тех или иных недостатков. Его назначение - исследовать причины и условия их возникновения, отношение к ним населения, а на этой основе рекомендовать управленческим органам те или иные решения.

Детализируется, конкретизируется цель исследования в задачах, которые исследователь ставит перед собой. **Задачи** – это конкретный план работы (основные направления и этапы решения поставленной проблемы), выполнение которого позволяет достигнуть цели.

Условно задачи можно разделить на основные и дополнительные. Логика социологического исследования обусловлена содержанием проблемы, задаваемым центральным вопросом. Основные должны заключать в себе поиск ответа на центральный вопрос исследования: каковы пути и средства решения исследуемой проблемы? Описательные и аналитические социологические исследования, как правило, включают несколько основных задач, решение каждой из которых предполагает реализацию определенного числа связанных с ними дополнительных задач. Оптимальное количество задач для учебного студенческого социологического исследования – 3-4.

Неосновные задачи ставятся для подготовки будущих исследований, решения методических вопросов, проверки рабочих гипотез, не связанных непосредственно с данной проблемой. Неосновные задачи целесообразно решать на материале, полученном для поиска ответа на центральный вопрос, анализируя те же самые данные, но под другим углом зрения. Возможно, что основные задачи не получат законченного решения. Но они могут помочь в постановке научной проблемы при подготовке нового исследования по новой программе.

Например, задачами исследования причин роста преступности могут быть:

- 1) определение возрастных границ по основным видам преступлений;
- 2) выявление мотивации преступлений;
- 3) исследование условий формирования криминогенной среды и др.

Главное при формулировке задач – это не расширять цель исследования, не выходить за ее рамки и не повторять формулировку цели исследования в одной из задач

3. Определение объекта и предмета исследования

Эмпирическое социологическое исследование может дать эффективные результаты, если оно ориентировано на конкретный социальный объект. **Объект** социологического исследования - это носитель (источник) той или иной социальной проблемы; это сама деятельность людей занимающих определенное социальное положение, и условия, в которых эта деятельность осуществляется. Говоря, например, об уровне политических знаний, мы всегда подразумеваем уровень знаний у определенной категории людей:

рабочих, молодых специалистов, депутатов и т.д. Все они могут выступать в качестве носителя проблемы, а значит, и быть объектом исследования.

Когда Вы будете давать описание объекта исследования, то должны учитывать следующие его характеристики:

- профессиональная принадлежность (наличие отраслевых границ позволяет сосредоточиться на наиболее важных и определяющих чертах функционирования данной социальной системы);

- пространственная ограниченность - регион, город, деревня (пространственные границы конкретизируют объект с точки зрения его производственно-территориальной общности);

- функциональная направленность (производственная, политическая, бытовая и т.д.);

- временные границы (они конкретизируют сроки проведения исследования, связанные с особенностями производства).

Обратите внимание, что причины возникновения той или иной проблемы могут лежать и за пределами объекта исследования. Это ведет к условному расширению его масштабов, позволяющему выявить истинные причины возникновения данной проблемы. Например, причиной низкой активности студентов на семинарских занятиях может быть как незаинтересованное отношение самих студентов к занятиям, так и формальная методика их проведения, низкая квалификация преподавателя. В такой ситуации выделяют два объекта исследования: основной - студенты, дополнительный - преподаватели.

Четкое выделение объекта способствует правильному определению **предмета** исследования. Он представляет собой определенную сторону или свойство объекта, которые непосредственно подлежат изучению и в наиболее полном виде выражают исследуемую проблему (что Вы хотите узнать об объекте).

Одному и тому же социальному объекту может соответствовать несколько различных предметов исследования, каждый из которых по содержанию определяется тем, какую именно сторону объекта он отражает, с какой целью, для решения какой социальной проблемы выбран. Поэтому предмет социологического исследования предстает как концентрированное выражение взаимосвязи проблемы и объекта исследования. Так, например, при исследовании проблемы текучести кадров на предприятии объектом изучения являются увольняющиеся работники или собирающиеся подать заявление на увольнение, а предметом сама текучесть в различных своих аспектах: уровень, мотивы, причины и др.

4. Операционализация понятий

Важным умственно-логическим этапом теоретической подготовки именно социологического исследования является операционализация основных понятий, применяемых в исследовании.

Операционализация понятий – это специфическая научная процедура установления связи концептуального аппарата исследования с его методическим инструментарием. Она объединяет в единое целое проблемы формирования понятий, техники измерения и поиска индикаторов. Поэтому сутью этой работы является, во-первых, определение основных используемых понятий, а во-вторых, подбор качественным характеристикам социального объекта количественных индикаторов и способов измерения.

Например, при изучении социальной активности той или иной категории трудящихся основным понятием будет «социальная активность». Логический анализ этого понятия предполагает выделение его составляющих: трудовая активность, общественно-политическая активность, активность в сфере познания, активность в сфере культуры. После этого дается определение активности и содержания сфер ее реализации.

Затем следует операциональное определение, то есть описание используемого в исследовании понятия с помощью перечисления его эмпирических значений и признаков, а также совокупности процедур для фиксирования этих признаков.

Обратите внимание, что операциональное определение не может полностью раскрыть содержание понятия, поэтому существенные аспекты изучаемого явления могут остаться вне поле зрения исследователя. Отсюда следует, что необходимо проверять операциональное определение на полноту и на этапе интерпретации результатов исследования привлекать дополнительную информацию, не ограничиваясь узкоэмпирическими обобщениями.

Например, социологическое понятие «отношение к труду». Его нельзя подвергнуть прямой эмпирической интерпретации, это может быть сделано лишь косвенным путем. Его можно разложить на три компонента, которые являются промежуточными понятиями на пути к прямой интерпретации: 1) отношение к труду как к ценности; 2) отношение к своей профессии; 3) отношение к данной работе на данном предприятии. Понятие «отношение к работе» также можно разложить на ряд характеристик: объективные - производительность труда (показатель выполнения норм выработки), трудовая инициатива (участие в рационализаторстве), трудовая дисциплина (коэффициент); субъективные - ценностные ориентации личности, структура и иерархия мотивов деятельности, состояние удовлетворенности работой (получают с помощью опроса и используют данные в процентах и индексах).

В процессе операционализации понятий осуществляется совмещение концептуальной модели объекта с его инструментальной моделью, то есть с той моделью, которая априори присутствует в любом методе, уже имеющемся и привлекаемом для исследования или вновь создаваемом. В противном случае формируемый инструментарий (совокупность методов, процедур, методики и техники) будет непригодным для изучения того объекта, понятие которого подверглось операционализации.

В целом операционализация представляет собой конкретизацию, расчленение задач исследования и является основой для формулирования вопросов в опросном листе.

5. Выдвижение гипотез исследования

Прогнозирование способов решения исследовательской проблемы осуществляется в форме гипотез, выдвижение которых является необходимым элементом научного поиска.

Гипотеза - это обоснованное предположение о структуре изучаемых социальных объектов, характера составляющих их элементов, механизме функционирования и развития и т.д. Она выдвигается для объяснения каких-либо фактов, явлений и процессов, которые надо подтвердить или опровергнуть.

Предварительное выдвижение гипотез может предопределить внутреннюю логику всего процесса исследования. При выдвижении гипотез социолог последовательно включает в процесс исследования различные стороны предмета, ориентируясь при этом на комплекс поставленных задач. Иными словами, решение задачи есть процесс последовательной проверки гипотетических предположений. Поэтому выдвигаются не любые предположения, а тематически заданные исследовательскими задачами. Кроме того, социолог предусматривает целый ряд специальных процедур по проверке гипотез.

К формированию гипотез предъявляется ряд требований. Они должны соответствовать исходным причинам общесоциологической теории, то есть: быть взаимосвязанными и представлять в совокупности систему доказательств выдвинутого объяснения; быть доступными в проверке данного социологического исследования; не должны противоречить известным и проверенным фактам, а также друг другу; не должны скрывать мысли исследователя и предопределять заранее итоговые результаты его работы; быть сформулированы точно, однозначно; быть простыми, развертываться от общих посылок к эмпирически интерпретируемым следствиям, заключать в себе возможность дедуктивного выведения эмпирически проверяемых предложений, полученных в результате исследования.

Гипотезы бывают разные. Их можно классифицировать по следующим основаниям:

1. *По содержанию предположений* относительно изучаемого социального объекта гипотезы делятся на описательные и объяснительные. Первые могут быть структурными (предположения о наборе элементов изучаемого социального объекта и характере связей между ними) и функциональными (предположения о специфике поведения элементов объекта и его самого, выполнении ими тех или иных функций). Объяснительные гипотезы представляют собой предположения о причинно-

следственных связей в изучаемом объекте и его связях с внешней средой, требующих экспериментальной проверки.

2. *По степени общности предположений* гипотезы бывают гипотезами обоснования и гипотезами следствия. Последние выводятся из гипотез-обоснований. Подтверждение или опровержение в ходе эмпирического исследования гипотез-следствий - путь доказательств гипотез обоснований. Например, в исследовании «Человек и его работа» одна из основных гипотез-обоснований формулировалась так: функциональное содержание труда будет ведущим фактором, определяющим отношение к труду, фиксируемое в объективных и субъективных показателях при данных общих социальных условиях трудовой деятельности. Отсюда следствия: чем выше теоретические возможности работы (содержание труда), тем выше объективные показатели отношения к труду; чем выше творческие возможности работы, тем выше субъективные показатели отношения к труду (удовлетворенность работой); структура мотивов труда в зависимости от его содержания будет колебаться больше, нежели в зависимости от различий в размере заработка и т.д.

Таким образом, гипотезы-обоснования разворачиваются в целую цепочку выводных гипотез-следствий.

3. *С точки зрения задач* социологического исследования гипотезы могут быть основными и дополнительными, как относящиеся к разным задачам. Главное внимание при выдвижении гипотез по этому основанию уделяется первому их виду (основным), относящемуся к центральному вопросу, проблеме, задаче.

4. *По степени обоснованности и разработанности* различают гипотезы первичные и вторичные. Вторичные выдвигаются взамен первичных, если те опровергаются эмпирическими данными. Каждое отдельное событие, имея собственную значимость, включено в некоторую цепь событий, которая подчиняется определенным законам. Поэтому нужно разрабатывать не только гипотезы, рассматривающие явления в их относительной обособленности, но и гипотезы-прогнозы о закономерностях, охватывающих множество явлений в едином процессе. Они раскрывают тенденции в функционировании и развитии объектов, изучаемых процессов, выходят за рамки конкретных социальных фактов, связывая их в статистические ряды. Следовательно, если, например, изучается социальная активность трудящихся, необходимо не только установить ее фактическое состояние и описать причины, объясняющие это состояние, но и раскрыть тенденции и законы ее развития.

Необходимо понять, что хорошо обоснованное исследование опирается на целую серию гипотез, в том числе и альтернативных.

Главное – при разработке программы социологического исследования необходимо соблюсти **алгоритм**, то есть чтобы все части программы соответствовали друг другу и каждая последующая вытекала из предыдущей, раскрывая и уточняя ее. Поэтому, разработав программу,

проверьте ее логическую цепочку: тема → проблема → цель → задачи → объект → предмет → операционализация → гипотезы.

Завершив разработку теоретического раздела программы социологического исследования, необходимо перейти к раскрытию структуры и содержания процедурного раздела.

ПРОЦЕДУРНЫЙ раздел программы - это ее методическая часть, которая включает: 1) определение общего плана исследования; 2) определение обследуемой совокупности; 3) характеристику методов сбора первичной социологической информации; 4) разработку способов анализа данных.

Рассмотрим подробнее содержание каждого блока этого раздела программы.

1. Определение общего плана исследования

В каждом конкретном случае проведения социологического исследования разрабатывается своя собственная стратегия исследовательского поиска. Она обусловлена рядом факторов: сущностью и особенностями исследуемого явления; состоянием знания об изучаемом объекте; масштабностью решаемых в ходе исследования целей и задач; глубиной и степенью сложности анализа предмета исследования; возможностями самого исследователя.

Основными типами социологических исследований являются *поисково-разведывательное, описательное, аналитическое*.

В каких случаях применяется то или иное исследование?

Поисковое исследование применяется тогда, когда нет ясного представления о проблеме или объекте исследования. В процессе этого исследования формулируется проблема, выдвигаются гипотезы, определяются методики исследования, порядок их применения, очередность задач, подлежащих решению.

В качестве предварительного этапа глубоких и масштабных исследований могут использоваться такие их разновидности, как разведывательное и пилотажное. Разведывательное исследование применяется для получения предварительной информации о предмете и объекте, при уточнении и корректировке гипотез и задач, инструментария и границ обследуемой совокупности, для выявления трудностей, которые могут встретиться в ходе проведения углубленного исследования. Пилотажное исследование применяется с целью проверки качества инструмента для сбора первичной информации, процедур и методов организации массового полевого исследования.

Описательное исследование применяется в тех случаях, когда имеющиеся знания о проблеме позволяют выделить объект и сформулировать описательную гипотезу. Цель этого типа исследования

состоит в том, чтобы проверить выдвинутые гипотезы и в случае их подтверждения получить качественно-количественные характеристики изучаемого объекта. Оно применяется тогда, когда объект анализа - относительно большая общность людей, отличающаяся разнообразными характеристиками. Описательное исследование помогает упорядочить зачастую известные факты, установить соотношение между ними. В итоге оно предполагает получение эмпирических сведений, дающих относительно целостное представление об изучаемом явлении, его структурных элементов.

Аналитическое исследование применяется в тех случаях, когда имеющиеся знания об объекте позволяют сформулировать объяснительную гипотезу. Целью такого исследования является выявление причинно-следственных связей в объекте, раскрытие не только структуры последнего, но и причин, обуславливающих его функционирование или развитие.

Самостоятельной разновидностью аналитического исследования может быть экспериментальное исследование. Его проведение предполагает создание экспериментальной ситуации путем изменения в той или иной степени обычных условий функционирования объекта. В ходе эксперимента особое внимание уделяется изучению «поведения» тех фактов, которые придают данному объекту новые черты и свойства.

Помимо основных типов социологических исследований, социологи используют ряд специфических исследовательских стратегий: сравнительные, точные и повторные, трендовые, когортные и др.

Технически в качестве учебного социологического исследования студентам по силам провести только поисковое исследование. Но для получения всесторонних навыков студентам рекомендуется проводить описательное исследование, но с условием опроса небольшого контингента респондентов.

2. Определение обследуемой совокупности

Опрос всех людей, составляющих объект исследования, нерационален. Поэтому большинство социологических исследований имеет выборочный характер. То есть, по довольно строгим правилам отбирается определенное количество людей, отражающих по социально-демографическим признакам и другим характеристикам структуру изучаемого объекта. На языке социологов эта операция носит название «выборка». От правильности ее осуществления в огромной степени зависит количество и достоверность социологической информации. Поэтому в программе необходимо детально описать проект выборки. В нем указываются причины выделения из объекта той совокупности, в которой и будет проведен опрос, обосновывается техника проведения опроса, обозначаются подходы к определению достоверности информации, полученной в ходе опроса.

Выборочный метод применяется тогда, когда объект исследования насчитывает 500 и более человек.

Какие же **виды и методы выборки** существуют, которые Вы можете использовать?

В социологии различают выборки *вероятностные и целенаправленные, одноступенчатые и многоступенчатые*.

Модель **вероятностной (случайной) выборки** связана с понятием вероятности. В самом общем случае вероятность некоторого ожидаемого события есть отношение числа ожидаемых событий к числу всех возможных. При этом общее число событий должно быть достаточно большим.

В прикладной социологии широко применяются разные методы вероятностного отбора: собственно-случайные (все элементы генеральной совокупности заносятся на карточки, которые перемешиваются в ящике, а затем из него производится отбор); механической выборки (все элементы генеральной совокупности сводятся в единый список, и из него через равные интервалы отбирается соответствующее число респондентов); серийной выборки (когда генеральная совокупность разбивается на однородные части по заданному признаку, а отбор респондентов осуществляется из каждой серии отдельно); гнездовой выборки (предполагает отбор в качестве единиц исследования не отдельных респондентов, а групп или коллективов с последующим сплошным опросом в отобранных группах).

При **целенаправленной выборке** из генеральной совокупности выбираются типичные элементы, что позволяет получить уменьшенную модель генеральной совокупности. Модель целенаправленной выборки осуществляется с помощью следующих методов: стихийной выборки (когда нельзя заранее предопределить структуру массива респондентов. Например, почтовый опрос читателей журнала); основного массива (удобнее всего применяется в разведывательных исследованиях для «зондажа» какого-нибудь контрольного вопроса); квотной выборки (выбор респондентов с соблюдением параметров квот (пропорций) распределения изучаемых признаков).

Все изложенные выше методы выборки представляют собой пример **одноступенчатой выборки**.

Многоступенчатая выборка осуществляется в тех случаях, когда извлечь выборку из генеральной совокупности прямым путем затруднительно. Тогда используются несколько ступеней, путем применения на каждой из них единого или разных методов. Так, при опросе студентов план выборки может выглядеть следующим образом: на первой ступени производится отбор вузов, на второй – факультетов в этих вузах, попавших в выборку первой ступени, на третьей - студентов из курсов, а затем и групп, попавших в выборку второй ступени. Обратите внимание на то, что многоступенчатый отбор можно использовать только тогда, когда все единицы отбора каждой ступени равноценны для обследования.

Соединение в многоступенчатой выборке различных типов выбора делает выборку **комбинированной**. Она производится с целью создания

наиболее рациональных и экономичных условий для сбора данных для выполнения исследовательских задач.

Имеются и более сложные выборки.

Помните, что величина выборочной совокупности должна быть «статистически значимой», то есть достаточно большой для того, чтобы получить достоверную информацию, и «экономной», то есть в некотором смысле оптимальной.

3. Методы сбора социологической информации

Для сбора социологической информации могут применяться различные методы. Каждый из них имеет свои особенности, отвечает определенным требованиям.

В комплексе методов сбора первичной информации основными являются: *опрос, наблюдение, анализ документов, эксперимент.*

Опрос - это метод получения информации об изучаемом объекте, который осуществляется путем диалога между исследователем и респондентом в виде формализованных вопросов и ответов. В социологических исследованиях используются разные виды опроса: письменные (анкета) и устные (интервью), очные и заочные (почтовые, телефонные, прессовые), экспертные и массовые, выборочные и сплошные (например, референдумы), опросы по месту работы, жительства, в транспорте, магазине, а также метод экспертной оценки, социометрии, измерения социальных установок с помощью шкал и тестов.

Такие методы сбора первичной информации, как анкетирование и интервьюирование, предназначены, прежде всего, для массовых опросов. Их особенность заключается в том, что они направлены на выявление информации, которая отражает знания, мнения, ценностные ориентации и установки респондентов, их отношение к событиям, явлениям действительности.

Наблюдение - это всегда направленное, систематическое, непосредственное прослеживание и фиксирование значимых социальных явлений, процессов, событий. Оно используется тогда, когда данные об исследуемом процессе должны быть максимально «очищены» от рациональных и эмоциональных свойств респондентов. Этот метод эффективен при исследовании индивидов и групп в труде и общественной жизни, в сфере досуга, при изучении форм общения между людьми.

Наиболее распространенными видами наблюдения являются: формализованное (структурировано жесткой программой) и неформализованное (структурировано планом); включенное (интеграция наблюдателя в наблюдаемые процессы) и невключенное (скрытое); полевое (в естественных условиях) и лабораторное; систематическое и несистематическое.

Анализ документов. Документы с различной степенью полноты отражают духовную и материальную жизнь общества. Поэтому анализ

документов дает исследователю возможность увидеть многие важные стороны социальной жизни, помогает установить нормы и ценности, свойственные определенному обществу в определенный исторический период, получить сведения, необходимые для описания тех или иных социальных структур, проследить динамику взаимодействий между различными социальными группами и отдельными людьми и т.д.

Основными методами анализа документов являются традиционный и формализованный. Суть первого подхода заключается в углубленном логическом исследовании содержания документов. Это - интенсивный анализ. Он может быть внешним (анализ контекста документа) и внутренним (исследование содержания документа). Суть формализованного анализа документов состоит в том, чтобы найти такие легко подсчитываемые признаки, черты, свойства документа, которые с необходимостью отражали бы определенные существенные стороны содержания. Это - экстенсивный анализ. Он может проводиться в форме количественного анализа и контент-анализа (техника выведения заключения, производимого благодаря объективному и систематическому выявлению соответствующих задачам исследования характеристик текста).

Эксперимент - это общенаучный метод получения новых знаний в контролируемых и управляемых условиях. Основная цель его - проверка гипотез, результаты которых имеют прямой выход на практику, на управленческие решения. По характеру экспериментальной ситуации эксперимент может быть полевым и лабораторным; по логической структуре доказательств гипотез - линейным и параллельным.

Необходимо подчеркнуть, что в каждом отдельном исследовании разрабатывается одна или несколько специфических процедур сбора информации: описываются методы и методики сбора, способы и порядок их применения. По ходу изложения обязательных методических и технических примеров социолог перепроверяет общую теоретическую концепцию исследования с точки зрения того, возможно ли с помощью данных средств получить именно ту информацию, которая необходима для подтверждения или опровержения выдвинутых гипотез.

4. Методы анализа информации¹

Методологически грамотное исследование всегда предусматривает в программе перспективу дальнейшей обработки и анализа полученной информации. Социологическое исследование не сводится только к сбору данных. Цель его - дать научно обоснованную интерпретацию фактов. А это, в свою очередь, подразумевает необходимость обработки, описания и объяснения (интерпретации) первичной социологической информации по заранее разработанной схеме.

¹ Подробнее смотри пункт V данного пособия (с. 39-45).

План обработки полученных данных предусматривает выбор соответствующих математических и теоретических методов, технических средств и места обработки.

Существует две группы методов анализа и обобщения данных - *количественные и качественные*.

Количественные методы – это математическая *обработка* полученных данных, с целью формирования количественных значений массива информации. Такая обработка предполагает подсчет абсолютных и относительных значений распределения информации по вопросам и ответам, подсчет процентов, средних величин, коэффициентов корреляции, индексов и т.д. Обработка может быть первичной (табулирование, классификация) и вторичной (обобщение для получения показателей и составление графиков, таблиц, диаграмм).

Первичная социологическая информация - это, как правило, большие массивы эмпирических данных, непосредственный содержательный анализ которых затруднен. Представить ее в более компактном виде позволяет метод простой и перекрестной (комбинационной) группировки (классификации данных по признаку подобия или различия). Суть группировки – в выявлении взаимосвязей между несколькими переменными.

Количественные методы дают возможность получить достаточно точные и объективные данные, исключить субъективность и предвзятость исследовательского процесса.

Качественные методы позволяют более глубоко проникнуть в сущность изучаемых явлений, раскрыть социальные взаимосвязи, показать зависимость одних переменных от других, представить социальный мир в многомерном измерении.

Главным содержанием теоретического анализа полученной информации является описание и объяснение выявленных тенденций и закономерностей с точки зрения существующих теорий и социальной практики. *Описание* представляет собой фиксацию результатов эмпирического социологического исследования и предполагает типологизацию данных, то есть поиск устойчивых сочетаний свойств социальных объектов. *Объяснение* предполагает раскрытие сущности объекта и может быть причинным, функциональным, структурным.

Важным этапом этой работы является *проверка* (верификация) выдвинутых *гипотез*. Самым сильным способом эмпирической проверки гипотез является эксперимент, но наиболее распространенным - статистический анализ.

Предварительный выбор методов анализа собранной информации необходим как ориентир для работы.

Итак, можно сказать, что подготовка программы социологического исследования - дело непростое, но тщательно продуманная программа - неременное условие осуществления социологического исследования на высоком уровне.

II. АНКЕТА В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Для сбора социологической информации могут применяться различные методы. Одним из достаточно распространенных методов является метод опроса. К методу опроса исследователь обращается тогда, когда для решения поставленной задачи ему необходимо получить информацию о сфере сознания или поведения людей, различные фактологические сведения.

Суть метода опроса сводится к общению исследователя прямо или косвенно через его представителя (интервьюера, анкетера) с совокупностью людей (респондентов) в форме вопросно-ответного диалога.

В опросе реализуется познавательное взаимодействие двух различных уровней общественного сознания: научного, носителем которого выступает исследователь, и обыденного, практического, носителем которого выступает опрашиваемый, респондент.

В зависимости от того, какие условия и формы общения опосредуют связь исследователя с совокупностью опрашиваемых, различаются **две основные формы опроса: 1 – анкетирование, 2 – интервьюирование.**

1. Место анкеты в социологическом исследовании

Анкетный опрос (или анкетирование) – один из наиболее распространенных и оперативных методов сбора первичной социологической информации по интересующим социолога проблемам. Это объясняется разнообразием и качеством социологической информации, которую можно получить с его помощью. Анкетный опрос – важнейший источник информации о реально существующих социальных фактах, о социальной деятельности. Метод анкетного опроса основывается на высказываниях отдельных лиц и проводится с целью выявления тончайших нюансов в мнении опрашиваемых (респондентов).

Основные **этапы** опроса:

1) *подготовительный этап* – включает разработку программы опроса, составление плана и сетевого графика работ, проектирование инструментария, его пилотажную проверку, тиражирование инструментария, составление инструкций для анкетера, респондента и других лиц, участвующих в опросе, подбор и подготовка интервьюеров, анкетеров, решение организационных проблем;

2) *оперативный этап* – сам процесс анкетирования, имеющий свои собственные стадии поэтапного осуществления;

3) *результативный этап* – обработка полученной информации.

Проводимый опрос не должен длиться более 30-40 минут, в противном случае респондент устает, и последние вопросы остаются обычно без полноценных ответов.

Для проведения анкетного опроса необходимо разработать специальный инструментарий – анкету.

Анкета – (от фр. «расследование») – это упорядоченный по содержанию и форме набор вопросов и высказываний, воплощенный в виде опросного листа, вопросника. Анкета является основным средством коммуникации при проведении опроса и одним из условий получения объективно значимых результатов о различного рода опросах населения. Поэтому разработке анкеты социологи придают особое значение.

Каждое конкретное социологическое исследование требует создания особой анкеты, но все они имеют общие правила разработки, общую структуру и особенности.

В анкету закладываются гипотезы, сформулированные задачи, которые предстоит решить в ходе социологического исследования.

При разработке анкеты необходимо соблюдать следующие правила:

1. Содержание анкеты должно быть подчинено теме и задачам исследования. Для этого каждый из вопросов нужно соотнести с исследовательскими задачами.

2. Язык анкеты должен быть освобожден от распространенных клише, газетных штампов и стереотипных оборотов. Он должен быть близок к разговорной речи обследуемой совокупности лиц.

3. Нужно избегать психологического давления на респондента, навязывания ему точки зрения исследователя. Необходимо соблюдать пропорции в подборе «положительных» и «отрицательных» суждений.

4. Респондент не должен решать в ходе опроса сложных задач, отнимающих у него много времени.

5. Анкету необходимо оформлять аккуратно.

Правильно составленная анкета – важное условие успешного решения задачи социологического исследования, обеспечения его качества, надежности результатов.

2. Структура анкеты

Любая анкета включает в себя **три** основные части: **1** – вводную (обращение), **2** – содержательную (основную), **3** – заключительную (паспортчика).

Первая часть анкеты – обращение - является своего рода введением. Оно должно быть кратким, понятным и четким. Это – просьба к респонденту принять участие в проводимом исследовании. Обращение знакомит опрашиваемого с темой и целью опроса, описывает характер использования результатов, ориентирует его на конкретное задание при заполнении анкеты. Во введении указывается, кто проводит исследование, обязательно подчеркивается анонимный характер заполнения анкеты, а также выражается благодарность за участие в анкетировании.

Вторая часть анкеты - основная - содержит вопросы к опрашиваемым. Составление содержательной части анкеты имеет особое значение, ибо от этого во многом зависит успех проводимого исследования.

Третья часть анкеты – паспортичка. В этом разделе представлены демографические сведения об опрашиваемых: пол, возраст, образование, место жительства, социальное положение и происхождение, стаж работы и др. Все эти сведения выявляются с целью проверки надежности информации.

3. Методические принципы конструирования вопросника

В социологическом опросе респондентов **вопрос** - это включенное в анкету или бланк интервью высказывание исследователя (чаще всего в форме вопросительного мнения), адресуемое респонденту и требующее от него более или менее содержательного ответа. В качестве основного носителя информации выступают ответы респондентов на поставленные вопросы. Список подобных высказываний, при помощи которых осуществляется запланированное получение ответов по интересующей исследователя проблеме, и представляет собой вопросник.

Чтобы ответы респондентов обеспечили исследователя необходимой ему для решения исследовательской задачи информацией, исследователь должен знать: о чем именно спрашивать, как спрашивать, какие задавать вопросы, как убедиться в том, что можно верить полученным ответам. Добавив несколько других условий, как-то: кого спрашивать, где вести беседу, как обрабатывать данные и нельзя ли узнать все эти вещи, не прибегая к опросу, мы получим более или менее полное представление о возможностях этого метода.

Проведение анкетирования достаточно трудоемкое дело и требует высокой квалификации.

Содержание вопросов, их формулировка, последовательность и взаимосвязь в структуре вопросника должны отвечать **ряду требований**.

Первое требование – вопросы должны быть необходимыми и достаточными для обеспечения эмпирической проверки гипотез исследования, для решения его познавательных задач. Каждый вопрос рассматривается как специфический измерительный инструмент для получения необходимой (искомой) информации. Иначе говоря, для каждого вопроса анкеты должна быть определена его познавательная задача, его искомая информация.

Для социологического измерения при помощи вопросника используются фиксируемые респондентами совокупности фактов – индикаторы. Они находят в анкете свое место в виде вариантов ответов и позволяют правильно сформулировать вопросы.

Второе требование - необходимо учитывать социально-психологические особенности опрашиваемых, выступающих источником информации. Это означает, что автор анкеты должен учитывать информированность опрашиваемых о предмете опроса, специфику их языка, традиций общения, представлений о престиже и чувстве собственного достоинства и др.

Третье требование: системность инструмента – анкеты. Это свойство отражает рассмотрение объекта исследования как системы (состояния знания, представлений о фактах и т. д.). Чем сложнее проблема, алгоритм решения которой частично заложен в формулировках вопросов, тем насущнее комплексность вопросника. Среди системообразующих признаков вопросника можно назвать: а) целостность или наличие двух и более типов связей (например, пространственного типа связи между основным и контрольным вопросами; функционального типа – в блоках вопросов, раскрывающих мнение респондента о чем-то содержательно однородном); б) структура системы (очередность, закономерности размещения вопросов в анкете, а также соответствие групп вопросов наличию признаков измеряемого объекта; в) наличие уровней и иерархии уровней (сложность задаваемых вопросов, их соподчиненность и очередность; строение табличных форм вопросов и др.); г) управляемость (подчинение всего устройства и смысла вопросника единой цели и связанных с ней задач).

Формулировка вопросов – самый сложный этап составления анкеты. Приступая к разработке вопросника, социолог решает задачу, – **как** сформулировать вопрос, чтобы получить искомую информацию. В этой связи большое методологическое значение имеет **типологизация** вопросов, без знания которой вообще невозможно построить квалифицированную анкету.

Как показывает практика, расхождение познавательной задачи вопроса со смысловым содержанием его формулировки для анкеты – главная ошибка, с которой приходится сталкиваться.

4. Основные типы и виды вопросов

Вопрос анкеты – это обращение к респонденту с целью получения от него информации по теме исследования. Вопросы анкеты отражают интерпретации исследователем основных понятий исследования.

Вопросы анкеты классифицируются по разным основаниям.

1. По отношению к **цели** исследования – вопросы делятся на **программно-тематические (содержательные)**, исходя из ответов на которые строятся выводы об изучаемом явлении, и на **процедурные (функциональные)**, предназначенные для оптимизации хода опроса

Деление вопросов **по содержанию** обусловлено характером информации, которую представляет ответ на тот или иной вопрос. Информация о знаниях, умениях, установках, о фактах и отношении к ним, о нормах и мотивах поведения, об интенсивности мнения, о поведении в настоящем и прошлом является основанием деления их по содержанию. А в зависимости от предметной специфики изучаемых переменных – это вопросы о труде, досуге, политике, семье, спорте и т.д.

Вопросы о фактах. Целью этих вопросов является получение информации о социальных явлениях и процессах в различных сферах жизни общества, о состоянии дел на производстве и в учебном заведении, о

поведении окружающих. Они могут касаться и личности самого респондента, когда он заполняет данные паспортчики, а также нести информацию о его действиях, поступках или их последствиях.

Вопросы о знаниях. Их цель состоит в раскрытии того, что и в какой мере знает, и что может изложить респондент. Как правило, это вопросы экзаменационного типа, имеющие целью выявить уровень информированности респондента и его знаний в определенной области. Такие вопросы могут содержать задания, экспериментальные и игровые ситуации, решение которых требует от опрашиваемого использования определенных навыков, знания конкретных фактов, событий, имен.

Вопросы о мнениях. Эти вопросы направлены на фиксацию фактов, пожеланий, ожиданий, планов на будущее и могут касаться любых проблем и личности самого респондента. Ответом в этом случае выступают оценочные суждения относительно тех или иных событий, основанные на индивидуальных представлениях. Через мнения выявляется отношение человека к тем или иным событиям. Например, “Как Вы думаете, что значит добиться успеха в жизни в современных условиях?” или “Как, по Вашему мнению, изменится положение Вашего предприятия в случае его приватизации?”.

Вопросы о мотивах. Эти вопросы призваны выявить субъективное представление человека о мотивах своей деятельности, поступков или оценок. Например, “Если Вы собираетесь сменить место работы, то чем это вызвано?” (с возможными вариантами ответов: “неинтересная работа”, “низкая зарплата”, “плохие отношения с администрацией”, “нет надежды на профессиональное и должностное продвижение” и т.п.) или “Почему Вы не хотите увеличения количества детей в семье?” (тоже с соответствующими подсказками). Один вопрос о мотивах не может дать подлинную картину мотивации деятельности, для этого необходим целый комплекс подобных вопросов. Как правило, именно такие вопросы вызывают наибольшие затруднения, так как, пытаясь прямолинейными вопросами выяснить истинные мотивы поведения опрашиваемых, социолог хочет решить задачу, которая не всегда по силам не только респонденту, но и самому исследователю. Дело в том, что мотивация поступков и оценок определяется не только сознанием, что можно более или менее точно выразить в словах, но и подсознательными импульсами, трудно поддающимися вербализации. Поэтому именно данный блок вопросов наталкивается на ситуацию, когда респондент не может или не хочет искренне отвечать на поставленный в анкете вопрос.

Вопросы об оценках имеют цель узнать оценку респондентами тех или иных явлений, процессов, событий. Примером могут служить часто встречающиеся в анкетах вопросы типа: “Как бы Вы оценили современную социально-экономическую ситуацию в Вашем городе?” с вариантами ответов: “ситуация улучшается”, “ситуация ухудшается”, “ситуация стабилизируется”, “затрудняюсь ответить” и т.п. Или вопрос: “Как Вы

оцениваете деятельность местных органов власти?” (тоже с вариантами ответов).

Вопросы об отношении респондентов к каким-либо процессам, явлениям, органам власти, партиям и т.д. Примером может служить блок вопросов: “Как Вы относитесь к частной собственности на землю (к фермерским хозяйствам; к приватизации промышленных предприятий; к привлечению в экономику страны иностранного капитала)?” и т.п.

Функциональные вопросы решают различные задачи по управлению ходом опроса, его психологической атмосферой, логической строгостью. Основные **виды** функциональных вопросов: *вопросы-фильтры, контрольные вопросы, контактные вопросы, буферные* и др.

Вопросы-фильтры. Эти вопросы, которые задаются для отсева некомпетентных лиц при опросе по изучаемой проблеме или же с целью выделения части респондентов из всего массива по определенному признаку.

Необходимость в вопросах этого вида возникает тогда, когда искомая информация может быть получена не от всей совокупности опрашиваемых, а только от некоторой ее части. Для того чтобы отделить носителей информации, то есть тех, кому следует задать отдельные специализированные вопросы, и задается вопрос-фильтр. Каждый такой специализированный блок вопросов открывается вопросом-фильтром, имеющим отсылку, указывающую на то, к заполнению какого вопроса следует переходить, чтобы выделить носителей необходимой информации.

Например:

32. Скажите, приходилось ли Вам лично работать сверхурочно или дополнительно, чтобы увеличить свой доход и преодолеть влияние инфляции и высоких цен.

1. Да > (ответьте на вопросы 33 и 34)
2. Нет > (переходите к вопросу 35)
3. Затрудняюсь ответить > (переходите к вопросу 35)

Обратите внимание на то, что вопросы-фильтры должны быть всегда закрытыми.

Цель контрольных вопросов – выяснить устойчивость или непротиворечивость ответов респондента, которые он дает на предшествующие вопросы по той же проблеме, теме. Например, задается общий вопрос об удовлетворенности работой, затем полученный ответ контролируется несколькими вопросами о некоторых частных аспектах удовлетворенности рабочей ситуацией: о желании сменить работу, о желании вернуться на прежнее место работы в ситуации, когда респондент, например, оказался временно безработным и др. Совокупность полученных частных ответов рассматривают как контроль на непротиворечивость высказываний общей оценке. Применяется также процедура психологического контроля на искренность с помощью специальных тестов.

В группе вопросов на одну и ту же тему нетрудно выбрать основные и контрольные. Роль основного может играть тот вопрос, который задается в более широком смысловом диапазоне, в прямой форме.

Например, рабочему предлагается вопрос:

Отметьте на шкале то суждение, которое соответствует Вашему мнению:

- 1) **работой вполне доволен;**
- 2) **скорее доволен, чем недоволен;**
- 3) **отношусь к работе безразлично;**
- 4) **скорее недоволен, чем доволен;**
- 5) **совершенно недоволен;**
- 6) **не могу сказать.**

Для того чтобы проконтролировать ответ, следует задать такие контрольные вопросы:

«**Хотели бы Вы перейти на другую работу?»** (да, нет, не знаю),
или «**Предположим, что по каким-то причинам Вы временно не работаете. Вернулись бы Вы на свое прежнее место работы?»** (да, нет, не знаю).

Контрольные вопросы обычно располагаются в анкете на некотором расстоянии как от основного вопроса, так и друг от друга.

Разновидностью контроля может быть повторный опрос с соблюдением тех же условий – на весь объем выборки (*панельный* опрос) или на 5-10% лиц, уже опрошенных ранее.

Один из самых надежных средств контроля достоверности данных анкетного опроса – сочетание нескольких методов: анкетирование и наблюдение, анкетирование и свободное интервью.

По своей психологической функции, определяющей отношение респондента к самому факту анкетирования и к тем вопросам, на которые ему предстоит ответить, последние делятся на *контактные* и *буферные*.

Для установления контакта с респондентом, создания у него положительной мотивации на опрос применяются так называемые *контактные вопросы*, которые прямо могут быть и не связаны с темой исследования (не обрабатываться), но позволяют отвечающему высказаться на тему, более актуальную и близкую для него, показывающую его информированность и компетентность. В практике опросов эта функция чаще всего не возлагается на специальные вопросы, а выполняется «попутно» вопросами, наиболее простыми по смыслу и технике заполнения, но одновременно дающими необходимую исследователю информацию. Их цель – создать интерес к исследованию, побудить принять в нем участие. Как правило, это первый или один из первых вопросов анкеты, который по форме должен быть весьма простым и касаться самого респондента, как бы настраивать его на заинтересованное участие в анкетировании. В качестве контактных вопросов часто используют вопросы чисто событийного

характера. Главная же функция этого вида вопросов – облегчение взаимодействия с респондентом во время опроса, побуждение его к наиболее полному и искреннему представлению своего мнения по существу исследуемой проблемы.

Буферные вопросы. Целью этого вида вопросов является переключение внимания при переходе от одного тематического блока к другому. Причем часто этот вид вопроса представляет не только собственно вопрос, но и повествовательную преамбулу к нему, где исследователь поясняет логику мысли, создавая этим симметрию общения: респонденту корректно предлагается переключиться с одной проблемы на другую и объясняется, для чего это необходимо сделать; ему предлагается подумать, вновь заострить внимание, переключиться. Вопросы этого вида, как правило, начинаются с общей формулы: «Как вы думаете?» – и далее идет описание новой проблемы.

2. По форме вопросы делятся на три основные группы: 1) открытые, закрытые, полузакрытые; 2) прямые и косвенные; 3) личные и безличные.

Первая группа вопросов по форме – *открытые, закрытые, полузакрытые* - отличается характером ответов на поставленные вопросы, степенью стандартизации ответов.

Вопрос *открытого типа* предусматривает свободную форму ответа: «Скажите, пожалуйста, что могло бы содействовать повышению Вашего интереса к работе?», то есть опрашиваемый сам формулирует свой ответ на поставленный социологом вопрос. Открытые вопросы предполагают оригинальный повествовательный ответ в виде слова, предложения или нескольких предложений. Формально эти вопросы выделяются тем, что за ними следует несколько пустых строк, которые и следует заполнить. Полученный ответ при этом носит естественный характер, дает максимум информации по теме исследования, что является весьма важным для социолога. Открытые вопросы дают респонденту возможность самостоятельно сформулировать ответ, отражающий всю неповторимость индивидуального сознания, языка, стиля, запаса информации, круга ассоциаций. Однако ответы на открытые вопросы достаточно трудоемки с точки зрения техники обработки, поэтому их используют в массовых опросах редко.

Вопрос *закрытого типа*: «Что Вам нравится в Вашей работе? Просим отметить те из перечисленных ниже вариантов, которые совпадают с Вашим мнением: 1) разнообразная работа; 2) работа, требующая смекалки; 3) не вызывает физического переутомления; 4) хороший заработок». То есть в анкете задается вопрос и на него предлагаются варианты ответов, из которых опрашиваемый может выбрать те, которые наиболее отвечают его установкам. Закрытый вопрос всегда предполагает наличие готовых вариантов ответов, которые социолог разрабатывает до начала опроса, основываясь на своих исходных представлениях о содержании вопроса и на данных пробного исследования, позволяющих адаптировать первоначальный

вариант вопроса к социально- психологическим особенностям опрашиваемых. Закрытые вопросы – наиболее популярный вид техники сбора данных. Он привлекает исследователей экономичностью обработки, поскольку позволяет использовать предварительную кодировку всех возможных вариантов ответов. Респондент выбирает варианты ответов, совпадающие с его мнениями. Такие вопросы достаточно легко обработать, отпадает необходимость последующей интерпретации полученных ответов, но при этом есть опасность навязать свои ответы респонденту в случае предоставления недостаточно полного реестра вариантов ответов.

Вопрос *полузакрытого типа* основан на добавлении к списку ответов фразы: «Другие (моменты, причины, мотивы и т.д.). Укажите, какие именно». Здесь, наряду с набором определенных вариантов ответов в ситуации невозможности выбрать подходящий вариант из предложенного перечня, респонденту предоставляется возможность высказать свое мнение по обсуждаемой проблеме в свободной форме, то есть соединяются признаки открытого и закрытого вопросов. Вопрос как бы расшифровывается, дает возможность не только выбрать один из тех ответов, которые приводятся в анкете, но и высказать что-то свое. Например, на вопрос: “Как Вы думаете, что значит «добиться успеха в жизни»?”, респонденту предлагается веер вариантов ответов: зарабатывать много денег, иметь все материальные блага (квартиру, машину и т.п.), иметь высокое положение в обществе, реализовать свои способности в чем-либо (науке, политике, спорте), жить без забот, другое (напишите)

Выбор вида вопроса зависит от характера искомой информации, Открытые вопросы применяются, например, в пробных исследованиях, когда изучаются информированность и компетентность совокупности опрашиваемых о предмете опроса, особенности их сознания и языка.

Вторая группа вопросов по форме – прямые и косвенные - используются в зависимости от отношения искомой информации к личности респондента. Если нужные исследователю данные психологически нейтральны или положительны по отношению к чувству собственного достоинства респондента или к его отношениям с другими людьми, то прямые вопросы дают достаточно достоверную информацию. Если вопрос требует от респондента критического отношения к себе, к окружающим его людям, если от него ожидается оценка негативных явлений, то возможны недостоверные ответы либо уклонения от ответов. Тогда на помощь приходят косвенные вопросы, которые помогают преодолевать эти психологические барьеры.

Прямой – это вопрос как бы «в лоб», например: «Доставляет ли Вам работа моральное удовлетворение или Вы трудитесь ради денег?». Такие вопросы применяются лишь для получения информации о наличии или отсутствии факта. Прямые вопросы направлены на выражение отношения респондента – по поводу анализируемой проблемы, их оценку с его собственной позиции.

Когда речь идет о мнении или мотивах поведения, прямой вопрос следует заменить *косвенным*, например: «Если бы случилось так, что Вам снова пришлось выбирать профессию, то избрали бы Вы свою нынешнюю профессию?». При ответе на эти вопросы респондент отвечает от имени группы, в безличной форме, что позволяет ему как бы скрыть свою собственную позицию и усилить критический акцент своих высказываний. Кроме того, косвенные вопросы задаются и тогда, когда прямые вопросы не вполне удобно задавать или есть предположение, что на них не будет получено искренних ответов. Это – ситуации, касающиеся частных, интимных сторон человеческой жизни или их отношения к власти, к своему непосредственному начальству и т.д. Функции косвенных вопросов могут выполнять «проективные» вопросы. Например, респонденту предлагается закончить незавершенное предложение, придумать развязку к незавершенному описанию какого-либо события.

Третья группа вопросов по форме – *личные и безличные*. Личные вопросы задаются тогда, когда возможно получить информацию от респондента в виде высказывания от первого лица. Безличные вопросы – если респондент при ответе на вопрос опирается на собственный опыт, но сообщает о нем в безличной форме.

3. По своей логической природе вопросы подразделяются на:

- *основные вопросы* – это такие высказывания в опроснике, на основе ответов на которые исследователь получает большую часть интересующей его информации об исследуемом социальном объекте. На основе ответов на эти вопросы строятся выводы об изучаемом явлении. Именно такие вопросы составляют самую существенную по объему и по значимости часть анкеты, а потому ответы на них служат основным строительным материалом для выводов;

- *наводящие (вспомогательные) вопросы*. Они оказывают помощь респонденту в правильном осмыслении основного вопроса, помогают дать более точный ответ. Эти вопросы направлены также на выявление адресата основного вопроса и проверку искренности ответов.

4. По конструктивным особенностям вопросы могут быть:

- *шкальные*, когда ответ на вопрос дается в виде шкалы, в которой необходимо отметить тот или иной показатель. Этот вид вопросов применяется обычно при определении интенсивности интересующего исследователя признака. Например: “Сколько времени Вы тратите на просмотр телепередач в выходные дни?” – “До 30 минут”, “От одного часа до двух часов”, “Более трех часов”;

- *дихотомические*, когда предполагается ответ по принципу «да-нет», то есть когда ответы носят взаимоисключающий характер. Например, вопрос: “Читаете ли Вы газеты?”, предполагает только два дихотомических (противоположных) варианта ответа – либо «да», либо «нет».

- альтернативные, когда из предложенного перечня вариантов ответов нужно выбрать только один или предложить свой вариант, если это полузакрытый вопрос. Важно, чтобы предложенный перечень альтернатив был полностью исчерпывающим, а сами альтернативы должны быть перемешаны без смещения в какую-либо сторону, т.е. уравновешены;

- вопросы-меню (поливариантные), когда респонденту предлагается выбрать любое сочетание вариантов предлагаемых ответов, а в полузакрытых вопросах – дописать еще и свое мнение. Исследователь должен оговорить, какое количество вариантов ответов респондент может выбрать – неограниченное, не более 3-х или др. Например, на содержащийся в анкете вопрос “Какие источники доходов использует Ваша семья?”, респонденту предлагается следующий набор вариантов ответа: заработная плата по основному месту работы, временные подработки, совместительство, собственное дело (предпринимательство), фермерство, пенсия, стипендия, пособие, помощь родственников, дачный участок, что-то еще (напишите). Респондент может выбрать несколько, возможно и все варианты, в том числе и написать какой-либо еще вариант.

- вопросы-диалоги. В уста псевдособеседников вкладываются противоположные высказывания. От опрашиваемого требуется согласиться с одним из них. Форма диалога имеет то преимущество, что абстрактное становится более наглядным. Использование рисунков, изображающих собеседников, усиливает прожективный эффект, позволяет ввести респондента в ситуацию вопроса.

5. По расположению вопросы можно разделить на линейные и табличные.

Линейное расположение вопросов означает, что и сами вопросы, и варианты ответов на них напечатаны построчно. Например:

Какие телепередачи Вы смотрели в прошедший выходной?

1 – художественные фильмы

2 – политические передачи

3 – спортивные передачи

4 – передачи для деловых людей

5 – какие еще (напишите) -----

Табличная форма используется тогда, когда на несколько однотипных вопросов предлагаются одинаковые варианты ответов. Такой вариант используется для того, чтобы сэкономить место в анкете. Таблицы могут быть вертикальными и горизонтальными. Все зависит от расположения шкалы измерения. Например: таблица 1 – горизонтальная, так как необходимо выбрать варианты ответов в каждой строке, а вопросы (1 – 4) располагаются вертикально.

Таблица 1.
Хватает ли Вам времени? (отметьте в каждой строке)

	Хватает	Не хватает	Когда как
1. На учебу	1	2	3
2. На общественную работу	1	2	3
3. На отдых и развлечения	1	2	3
4. На занятия физкультурой	1	2	3

Таблица 2 – пример вертикальной нумерации, так как варианты ответов расположены столбцами, а сами вопросы (1 и 2) – построчно-горизонтально. В этой таблице респондент должен отметить варианты ответов в каждой колонке, то есть оценить ситуацию в России и в своем городе.

Таблица 2.

Какие тенденции, по Вашему мнению, характерны для социально-политической обстановки (отметьте в каждой колонке)

	1. В России	2. В Вашем городе
Обстановка спокойная	1	1
Обстановка стабилизируется	2	2
Растет напряженность	3	3
Обстановка остроконфликтная	4	4
Затрудняюсь ответить	5	5

Расположение измерительной (оценочной) шкалы в таблице не влияет в целом на характер ответов. Важно лишь, чтобы порядок кода изменялся всегда строго в «направлении» изменения оценок. В соответствии с этим в первой таблице порядок кодов изменяется по строке, а во второй – по столбцам.

Обратите внимание, что номер вопроса находится в самой таблице.

Обычно в анкете чередуются открытые и закрытые, прямые и косвенные, личные и безличные вопросы. Важными характеристиками каждого вопроса являются: 1- степень, в которой в данном вопросе содержится некое социальное давление (или даже угроза для респондента), 2 - степень, в которой выбор тех или иных альтернатив вопроса будет означать, что респондент придерживается социально одобряемого или не одобряемого поведения. Известно, что «в принципе» нарушать правила дорожного движения нехорошо, употреблять наркотики тоже, а получать в школе хорошие оценки – «хорошо»; высказывать негативное отношение к главе государства в некоторые периоды времени даже опасно. Приемы

нивелирования этого социального давления содержания вопроса составляют один из существенных компонентов искусства задавать вопросы.

Структура и последовательность вопросов в анкете по сути дела представляет установку социолога на развитие коммуникации с опрашиваемым: пробуждение интереса, завоевание доверия, подтверждение уверенности опрашиваемых в своих возможностях, дальнейшее поддержание беседы.

Конструкция анкеты, то есть расположение в ней вопросов, имеет важнейшее значение. Однако какого-либо единого алгоритма ее построения не существует.

Наиболее популярная композиция вопросника связана с выделением **трех фаз** в ситуации опроса: 1 – вступительной, 2 – основной, 3 – заключительной.

В начале опроса респондент может испытывать некоторый дискомфорт и даже острую настороженность в связи с непонятными целями опроса и самим фактом выбора для опроса именно его. Поэтому первые вопросы анкеты должны быть наиболее простыми и доступными по смыслу и технике заполнения.

От начала к середине опроса вместе с активизацией внимания и интереса респондента могут увеличиваться сложность и острота вопросов, которые запланированы в исследовании. Вторую половину опроса рекомендуется посвящать более простым вопросам, использовать психологические приемы, активизирующие внимание респондента.

Построение вопросника представляет собой создание своеобразного «сценария» ситуации опроса, логики общения исследователя с респондентом как источником необходимой информации. Поэтому вопросник есть не просто совокупность вопросов, а определенным образом организованная исследовательская ситуация. Первый шаг – подготовка ее проекта; второй – пробный опрос (*опрос-разведка*), который охватывает небольшое число лиц (20-30 человек), отобранных по основным характеристикам, определяемым темой, целями и задачами исследования. Проба необходима для проверки плана опроса, уточнения вопросов, их формулировки и расположения. После тщательного анализа результатов пробы и исправления ошибок в анкете можно приступить к массовому опросу.

Особое внимание должно быть уделено верстке анкеты, то есть группировки вопросов в итоговую структуру. Тут речь идет и о типографском оформлении анкеты, и о логике компонования вопросов, и их последовательности.

Сформированная система вопросов должна быть проста для заполнения и обработки. Все разделы анкеты могут иметь пояснения и выделяться особым шрифтом перед соответствующими блоками вопросов. Все блоки вопросов и сами вопросы должны быть логически связаны между собой, но логика построения анкеты может не совпадать с логикой обработки информации. При необходимости перед каждым блоком вопросов можно давать пояснения, как работать с вопросом (особенно это важно при наличии

вопросов-таблиц), как отмечать выбранный вариант ответа. Все вопросы анкеты должны быть пронумерованы по порядку, варианты ответов на вопрос также нумеруются по порядку. Нумерация вопросов и вариантов ответов, как правило, связана с обработкой на персональных компьютерах, конкретными программами обработки информации, предполагающими либо “сквозную”, либо по вопросную нумерацию вариантов ответов и самих вопросов.

Категорически запрещается разрывать текст вопроса и переносить его на другую страницу. Хорошо использовать разный шрифт при печатании вопросов и ответов, при возможности использовать цветную печать. Можно использовать рисунки для оживления текста анкеты, снятия психологического утомления респондента. Иллюстративно могут быть оформлены и некоторые вопросы, что разнообразит технику заполнения анкеты, позволяет избежать монотонности восприятия текста. В любом случае анкета должна быть исполнена четким шрифтом, предусматривать достаточное место для записи ответов на открытые вопросы и четкие стрелки-указатели переходов от одних вопросов к другим при фильтрации респондентов.

Сама же последовательность вопросов может быть сформирована либо методом воронки (компоновка вопросов от наиболее простых к более сложным), либо определена методом постадийного развертывания вопросов (пятимерный план Гэллапа). При этом необходимо помнить, что в любом случае количество вопросов в анкете лимитировано: оптимальным считается 25-30 вопросов по теме исследования.

Использование каких-либо видов вопросов в анкете определяется целями и задачами исследования, спецификой выборки и уровнем культурной и образовательной подготовки респондентов. При этом каждый вопрос должен быть задан нейтрально со стороны исследователя, не должен быть двусмысленным. Каждый поставленный вопрос должен предполагать точный ответ. Эти общие требования к постановке и формулировке самого вопроса учитываются при составлении разделов анкеты.

5. Оценка качества методики опроса

Составление анкеты предполагает ее проверку, апробацию, уточнение. Традиционным способом получения информации о качестве разработанной методики опроса является пробное (пилотажное) исследование. В ходе его осуществляется проверка содержания анкеты, формулировок и последовательности вопросов, вариантов ответов и т.д. Определение задач пилотажа производится с помощью логического анализа инструментария исследования – вопросника. Такой анализ необходим потому, что при разработке отдельного вопроса и анкеты в целом социолог интуитивно учитывает сложный комплекс методических требований. Часть этих требований имеет противоречивый характер, поэтому для нахождения

наилучшего компромиссного сочетания нужно специально рассмотреть их и подвергнуть детальному логическому анализу.

Процедура **логического анализа** вопросника состоит в соотнесении каждого вопроса анкеты с перечнем логических и методических критериев.

Соответствие логическим критериям проверяется следующими вопросами:

1. Какова познавательная задача вопроса (программный вопрос)?
2. Какая информация ожидается от респондента в качестве ответа на данный вопрос?
3. Является ли ожидаемая от респондента информация обоснованным индикатором для изучаемой характеристики социального явления или процесса?
4. Однозначно ли сформулирован смысл вопроса для респондента? Нет ли в его формулировке понятий, допускающих различное истолкование?
5. Не является ли формулировка вопроса внушающей?
6. Соответствует ли техника регистрации ответов содержанию вопроса (указания на число возможных ответов; возможность уклониться от ответов; соответствие делений шкалы смыслу формулировки и т.п.)?
7. Сбалансированы ли шкалы, нет ли смещений к положительному или отрицательному полюсу шкалы?
8. Нет ли совмещения оснований в вопросах, требующих выбора варианта из предложенного списка по заданному критерию?
9. Обозначен ли адресат вопроса в тех случаях, когда вопрос предназначен не для всей совокупности опрашиваемых, а для какой-либо ее части? Не требуется ли вопрос-фильтр?

Соответствие социально-психологическим критериям проверяется следующими вопросами:

1. Выдержаны ли требования к языку опрашиваемых? Нет ли в формулировке вопроса ложных, непонятных терминов?
2. Понятны ли респонденту единицы измерения, употребляемые в вопросе?
3. Компетентны ли опрашиваемые для ответа на данный вопрос? Не следует ли включить фильтры на компетентность?
4. Не предъявляет ли вопрос непосильных требований к памяти опрашиваемого?
5. Нет ли опасности получить стереотипный ответ?
6. Не слишком ли многочисленны варианты ответов на вопрос, нет ли необходимости расчленить их на тематические блоки?
7. Не вызовет ли вопрос отрицательные эмоции у опрашиваемого?
8. Не затрагивает ли вопрос самолюбие респондента или интимные стороны его жизни, самосознания?

По окончании анализа все вопросы анкеты распадаются на **четыре группы**: 1- вопросы, не имеющие методических замечаний; 2 - вопросы, имеющие замечания, которые могут быть устранены без эмпирической

проверки; 3 – вопросы, имеющие замечания, которые нуждаются в дополнительной эмпирической проверке; 4 – вопросы, содержащие очевидные ошибки и подлежащие исключению из анкеты.

Для тех вопросов, которые нуждаются в эмпирической проверке, в программе пилотажа разрабатываются специальные процедуры проверки. Например, разрабатываются два варианта конструкции вопроса, затем сравниваются восприятие и формулирование ответов и их содержание, полученное на одинаковых выборках или на одной выборке в двух опросах с допустимым интервалом времени. Такая проверка должна отвечать основным требованиям экспериментального исследования.

Восприятие и понимание вопроса могут проверяться с помощью дополнительных вопросов. Получив ответ, сформулированный респондентом, интервьюер просит его пояснить ответ, прокомментировать его, сообщить дополнительные сведения, которые помогают выяснить степень понимания вопроса респондентов, его искренность, информированность и др. Конечно, такие дополнительные вопросы разрабатываются заранее, в зависимости от тех методических замечаний, которые вызвал данный вопрос во время предварительного анализа. Например, если в формулировке вопроса имеются предположительно непонятные слова, то в пилотаже предлагаются дополнительные вопросы респонденту с просьбой объяснить значение этих слов. Или другой пример: если есть опасение, что респонденты могут по-разному понимать такой пункт, как «среднее специальное образование» в вопросе об уровне образования, то опрашиваемому предлагают вслед за вопросом об образовании назвать последовательно те учебные заведения, которые он окончил. Дополнительные вопросы в пилотажном варианте анкеты образуют своеобразное «интервью об интервью», которое помогает получить статистическую информацию о состоянии методических характеристик пилотируемых вопросов.

Соответствие формулировок закрытых вопросов структуре представлений и языку опрашиваемых проверяется с помощью следующей методической процедуры. Пробный опрос проводится методом интервью, в котором все закрытые вопросы задаются респонденту в открытой форме. Выслушав ответ респондента, интервьюер отмечает в анкете только те варианты ответов, которые текстуально совпадают с формулировками респондента. Если же полученный от респондента ответ не имеет аналога в формулировке, то такой ответ дословно записывается на полях анкеты. После проведения пилотажа эти записи позволяют адаптировать язык анкеты к словарному запасу и структуре представлений опрашиваемых.

Пилотаж проводится на микровыборке (до 100 человек) опытным социологом в форме интервью с фиксацией ответов респондента, его реакцией на содержание вопросов, их понимание и восприятие, а также с обязательной фиксацией времени, затраченного на опрос. Все это позволяет выявить недостатки инструментария, откорректировать их и адаптировать анкету к массовой работе.

Если в ходе пилотажного исследования устанавливается, что многие из опрашиваемых отвечают, что не знают или вообще оставляют вопрос без ответа, то это означает, что вопрос непонятен респонденту. Если же большинство опрашиваемых дают однотипный ответ, это означает, что вопрос имеет трафаретную форму, не нацеливает на выявление специфической информации. Когда вопрос вызывает у респондентов разнообразные комментарии и замечания, значит, он разработан недостаточно глубоко и ясно, упущены существенные моменты о спрашиваемом предмете. Отказ заполнять анкету свидетельствует о том, что она либо непонятна, либо поставлены слишком «любовые» вопросы, либо респондент не получил соответствующей подготовки, и здесь необходимо что-то поменять.

Пилотажное исследование, таким образом, способствует обеспечению валидности анкеты (ее способности обеспечить получение необходимой информации), повышению ее надежности в качестве инструментария исследования.

Итак, мы назвали два метода получения данных о качестве вопросов анкеты: методический эксперимент и методический опрос (интервью об интервью и интервью с открытыми вопросами). Однако наиболее распространенным методом получения методической информации в пилотаже является метод наблюдения.

Самой простой организационной разновидностью пилотажа, основанного на наблюдении, является нестандартизованное наблюдение интервьюера за ситуацией опроса, за поведением респондента, за его реакцией на различные вопросы. Обычно выделяются в качестве наблюдаемых переменных такие, как:

а) ситуация опроса (присутствие третьих лиц, разговоры и консультации во время опроса, наличие мешающих факторов, например, шум, телефонные звонки, теле- или радиопередачи);

б) психологическое состояние респондента во время опроса (отношение к опросу, к интервьюеру, внимание, утомляемость, настороженность, затруднения при ответе, дополнительные обращения за разъяснениями по отдельным вопросам и др.);

в) психологическое состояние интервьюера (мнение о вопросах анкеты, установление контакта с респондентом, ощущение «остроты» отдельных вопросов, логика опроса и др.).

Формой регистрации получаемой методической информации в данном варианте пилотажа являются либо записи на полях анкеты, либо специальный документ «Дневник интервьюера». Организационная простота метода наблюдения обеспечивает его популярность в пробных исследованиях. Однако результаты будут более надежными, если наблюдение будет стандартизированным, то есть основанным на детально разработанной программе наблюдения. Это означает, что наблюдению должен предшествовать логический анализ вопросника и выделение конкретных методических характеристик, которые требуют особенно

внимательного изучения, если же наблюдение ведется в нестандартизированном варианте, то оно позволяет фиксировать лишь наиболее грубые нарушения в конструкции анкеты, то есть такие методические просчеты, которые вызывают очевидные, визуально наблюдаемые смещения при формулировании ответов респондентов или при организации ситуации опроса.

Методы получения данных о качестве методики опроса применяются в различных сочетаниях в зависимости от конкретных условий, исследовательских задач и возможностей исследовательского коллектива.

Одна из наиболее эффективных разновидностей пилотажного опроса состоит в том, что для заполнения анкет приглашается группа из 3-4 респондентов и обсуждение анкеты начинается по мере ее заполнения. Задача интервьюера в этом случае - «спровоцировать» критическое обсуждение всех аспектов вопросника, выявить весь спектр возможных разногласий в интерпретации формулировок вопросов и отдельных терминов.

III. ПРИЛОЖЕНИЕ

Приведем пример анкеты на тему:

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ К НАРКОМАНИИ

Дорогой друг!

Просим Вас принять участие в социологическом исследовании, посвященном проблемам наркомании. Изучение характера использования наркотических веществ, отношение к этому явлению различных групп молодежи позволит оценить реальную ситуацию в нашей области.

Надеемся на Ваше понимание и заинтересованное участие в опросе. Заполнить анкету нетрудно. Отвечая на вопросы, обведите кружком номера тех ответов, которые соответствуют Вашему мнению или напишите ответ сами. Не пропускайте ни одного вопроса.

Свою фамилию указывать не надо. Результаты опроса будут использоваться в обобщенном виде.

Заранее благодарим Вас за участие в опросе!

1. СЕГОДНЯ МНОГО ГОВОРИТСЯ И ПИШЕТСЯ О ПРОБЛЕМЕ НАРКОМАНИИ В НАШЕЙ СТРАНЕ И ВО ВСЕМ МИРЕ. НАСКОЛЬКО ВАС ЛИЧНО ИНТЕРЕСУЮТ ВОПРОСЫ, СВЯЗАННЫЕ С НАРКОМАНИЕЙ?

- 1 – Очень интересуют
- 2 – Интересуют
- 3 – Мало интересуют
- 4 – Совсем не интересуют

2. КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ВЫ ДОСТАТОЧНО ИНФОРМИРОВАНЫ О ПРОБЛЕМЕ НАРКОМАНИИ, ЧТОБЫ ИМЕТЬ СОБСТВЕННУЮ ТОЧКУ ЗРЕНИЯ НА ЭТУ ПРОБЛЕМУ?

- 1 – Достаточно информирован
- 2 – В основном, хотя и недостаточно информирован
- 3 – Затрудняюсь ответить
- 4 – В основном не информирован, хотя кое-что слышал
- 5 – Не информирован и не имею представления, что это такое

3. КОГО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НУЖНО ОТНЕСТИ К ЧИСЛУ НАРКОМАНОВ?

- 1 – Всех, кто хотя бы один раз принимал наркотики
- 2 – Всех, кто систематически принимает наркотики
- 3 – Только тех, кто болезненно пристрастился к наркотикам
- 4 – Другое (укажите, что именно -----)
- 5 – Затрудняюсь ответить

4. КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К ЛИЦАМ, УПОТРЕБЛЯЮЩИМ НАРКОТИЧЕСКИЕ, ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА?

- 1 – Это больные люди и их нужно лечить
- 2 – Это люди, опасные для общества и их нужно изолировать
- 3 – Отношусь к этим людям безразлично
- 4 – Затрудняюсь ответить

ЕСТЬ ЛИ СРЕДИ ВАШИХ РОДСТВЕННИКОВ, ДРУЗЕЙ И ЗНАКОМЫХ ЛЮДИ, УПОТРЕБЛЯЮЩИЕ НАРКОТИЧЕСКИЕ И ТОКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА (КРОМЕ АЛКОГОЛЯ)?

	Есть	Нет	Не знаю
5. Среди родственников	1	2	3
6. Среди друзей	1	2	3
7. Среди знакомых	1	2	3

ОСУЖДАЮТ ЛИ В ВАШЕМ БЛИЖАЙШЕМ ОКРУЖЕНИИ УПОТРЕБЛЕНИЕ НАРКОТИЧЕСКИХ И ТОКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ? (Отметки сделайте в каждой колонке)

	8. Родственники	9. Друзья	10. Знакомые
Осуждают	1	1	1
Не осуждают, относятся терпимо	2	2	2
Одобрят, советуют	3	3	3
Относятся безразлично	4	4	4
Затрудняюсь ответить	5	5	5

11. ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НЕМЕДИЦИНСКОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ, ПРОДАЖА НАРКОТИКОВ С РУК?

- 1 – Одна из разновидностей бизнеса, не лучше и не хуже других
- 2 – Сознательно совершаемое преступление
- 3 – Помощь людям, которые не могут жить без наркотиков
- 4 – Другое (укажите, что именно)-----

- 5 - Затрудняюсь ответить

12. В РАЗГОВОРАХ О НАРКОМАНИИ МОЖНО УСЛЫШАТЬ И ТАКУЮ МЫСЛЬ, ЧТО КАЖДОМУ СТОИТ ПОПРОБОВАТЬ НА СЕБЕ ДЕЙСТВИЕ НАРКОТИЧЕСКИХ ИЛИ ТОКСИЧЕСКИХ ВЕЩЕСТВ. СОГЛАСНЫ ЛИ ВЫ С ЭТОЙ ТОЧКОЙ ЗРЕНИЯ?

- 1 – Да, согласен
- 2 – Нет, не согласен
- 3 – Затрудняюсь ответить

13. ПРОБОВАЛИ ЛИ ВЫ КАКИЕ-ЛИБО НАРКОТИЧЕСКИЕ ИЛИ ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА?

- 1 – Да
- 2 – Нет
- 3 – Мне не хотелось бы отвечать на этот вопрос

14. КАКИЕ НАРКОТИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА ВЫ ЗНАЕТЕ ИЛИ ПРОБОВАЛИ? (напишите)

15. ЕСЛИ ВЫ ПРОБОВАЛИ ИЛИ ХОТЕЛИ БЫ ПОПРОБОВАТЬ НАРКОТИЧЕСКИЕ, ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА, ТО, ЧТО ПОБУДИЛО ИЛИ МОЖЕТ ПОБУДИТЬ ВАС К ЭТОМУ? (Дайте, пожалуйста, только один вариант ответа)

- 1 – Желание испытать новое, необычное ощущение
- 2 – Неумение отказаться, когда настойчиво уговаривают
- 3 – Любопытство
- 4 – Стремление доказать, что я способен на поступок
- 5 – Потребность выйти из состояния подавленности, психологического стресса
- 6 – Отвращение к всевозможным запретам, запугиванию
- 7 – Другое (укажите, что именно) -----
- 8 – Затрудняюсь ответить

16. ЕСЛИ ВЫ НЕ ПРОБОВАЛИ И НЕ СОБИРАЕТЕСЬ ПОПРОБОВАТЬ НАРКОТИЧЕСКИЕ, ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА, ТО ПОЧЕМУ? (Возможно несколько вариантов ответа)

- 1 – Нет желания
- 2 – Знаю, что это вредно для здоровья
- 3 – Думаю, что этого поступка не одобряют близкие мне люди
- 4 – Опасаюсь возможного наказания
- 5 – Боюсь втянуться и стать наркоманом
- 6 – Нет средств для приобретения наркотиков
- 7 – Другое (укажите, что именно)-----
- 8 – Затрудняюсь ответить

17. ЕСЛИ РЕЧЬ ЗАХОДИТ О НАРКОМАНИИ, ТО К ЧЬИМ СЛОВАМ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, СТОИТ ПРИСЛУШАТЬСЯ, КОМУ ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ В ЭТОМ ВОПРОСЕ? (Возможно несколько вариантов ответов)

- 1 – Другим, хорошим знакомым
- 2 – Врачам, наркологам
- 3 – Родителям, родственникам
- 4 – Учителям, непосредственным руководителям
- 5 – Работникам правоохранительных органов
- 6 – Коллегам по работе, учебе
- 7 – Людям, испытавшим на себе действие наркотиков
- 8 – Ученым, писателям, журналистам
- 9 – Никому нельзя доверять
- 10- Другому (укажите, кому именно)-----

18. ОТКУДА, КАКИМ СПОСОБОМ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НАБЛЮДЕНИЯМ, ПРИОБРЕТАЮТ НАРКОТИЧЕСКИЕ И ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА? (Можно отметить несколько пунктов)

- 1 – В аптеках и других медицинских учреждениях
- 2 – На рынках
- 3 – На улице, в подворотнях
- 4 – Есть специальные организации, где можно это приобрести (кроме аптек)
- 5 – Не знаю

ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ НАБЛЮДАТЬ (Отметьте что-либо одно в каждой колонке)

	19. Как приобретают наркотики	20. Как употребляют наркотики
Да, приходилось довольно часто	1	1
Изредка приходилось	2	2
Не приходилось	3	3

ВЫРАЗИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, СВОЕ ОТНОШЕНИЕ К КАЖДОМУ ИЗ ПРИВЕДЕННЫХ НИЖЕ СУЖДЕНИЙ, В НАИБОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ОТРАЖАЮЩЕЕ ВАШУ ТОЧКУ ЗРЕНИЯ? (Отметки сделайте в каждой строке)

Употребление наркотиков – это:	Полностью согласен	Скорее согласен, чем не согласен	Затрудняюсь ответить	Скорее не согласен, чем согласен	Совершенно не согласен
21. Лучший способ хоть на время забыть о мерзостях нашей жизни	1	2	3	4	5
22. Болезнь, вызывающая необратимые, пагубные последствия для здоровья человека	1	2	3	4	5
23. Отличная возможность испытать самые сильные и острые ощущения	1	2	3	4	5
24. Поведение, которое неизбежно ведет человека на путь преступлений	1	2	3	4	5
25. Личное дело каждого человека	1	2	3	4	5
26. Смертельно опасная привычка	1	2	3	4	5
27. Преступление, которое должно быть уголовно наказуемо	1	2	3	4	5
28. Опасность, угрожающая существованию самого человечества	1	2	3	4	5

НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ В ЗАКЛЮЧЕНИЕ

29. ВАШ ПОЛ:

- 1 – мужской
- 2 – женский

30. ВАШ ВОЗРАСТ:

- 1 – от 16 до 18
- 2 – от 18 до 22
- 3 – от 22 до 24

31. ЧЕМ ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?

- 1 – Учусь в школе, колледже
- 2 – Учусь в техникуме, вузе
- 3 – Работаю
- 4 – Работаю и учусь
- 5 – Ничем: не учусь и не работаю
- 6 - Другое (напишите, что) -----

СПАСИБО!

После того, как проведен опрос и собрана необходимая информация, необходимо ее обработать, проанализировать и написать отчет (аналитическую записку).

IV. МЕТОДЫ АНАЛИЗА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Заключительный этап социологического исследования включает все виды работ, связанные с анализом полученных данных, составлением итогового отчета.

Каким бы методом социологические данные добыты ни были, сами по себе они еще не позволяют сделать обобщенные выводы, выявить тенденции, проверить гипотезы, то есть решить задачи, поставленные в программе социологического исследования. На пути, соединяющем материал исследования и реальную практику, лежит анализ социологической информации.

Суть этого этапа – в преобразовании эмпирических данных, полученных в ходе социологического исследования.

Цель – сделать эти данные обозримыми, компактными, пригодными для содержательного анализа, проверки исследовательских гипотез, интерпретации. Анализ собранной информации – самый увлекательный этап исследования. Проверая верность исходных предположений, получают ответы на заданные вопросы. Методологический инструмент анализа – гипотеза.

Но прежде чем данные будут проанализированы, их необходимо обработать, то есть преобразовать. Обработку делят на *первичную* и *вторичную*. Под первичной понимается обработка, исходной информацией для которой служат данные, полученные в ходе эмпирического

исследования. Это – первичная информация: ответы респондентов, оценки экспертов, данные наблюдений и т.п. Примером первичной обработки является табулирование, расчет многомерных распределений признаков, классификация и пр. эти данные по ряду признаков объединяются в группы (ряды распределений), которые, в свою очередь, могут быть объединены в различные таблицы (перечневые, комбинационные, групповые и др.). Вторичная обработка – или обобщение – предполагает преобразование данных первичной обработки, то есть получение показателей, рассчитываемых по частотам, сгруппированным данным, кластерам и т.п. сюда можно отнести методы графического представления данных, исходной информацией для которых служат проценты, таблицы, индексы. Существуют различные типы графиков: аналитические (гистограммы, полигон распределения, поверхности распределения); показательные (диаграммы, временных рядов); структурные (статистическая карта).

Современная технология обработки данных состоит из ряда этапов: редактирования данных, кодирования данных, контроль данных и исправление ошибок, построение переменных (индексов).

Цель этапа редактирования - подготовка информации, заключенной в вопроснике, для перевода на машинный носитель. Процесс редактирования включает в себя просмотр анкет на правильность их заполнения. Типичные ошибки: 1 – опрошен не тот респондент, 2 – неполнота или неясность заполнения вопросника, 3 – противоречивость ответов, неверная интерпретация вопросов.

Цель этапа кодирования – преобразование собранной информации в числовую форму. В большинстве случаев анкеты кодируются на стадии их создания, и респондент непосредственно отмечает тот код, который соответствует его ответу (номеру ответа). Однако в анкетах возможна и открытая форма вопросов, требующих последующего кодирования. Существует много способов кодирования информации в анкетах. Наиболее употребительны порядковая (сплошная нумерация всех позиций) и позиционная (нумерация альтернатив в каждом вопросе) системы кодирования.

Важной составной частью подготовки данных к анализу является всесторонний контроль данных и исправление найденных ошибок. Процедура исправления данных состоит из выявления ошибок, нахождения истинных величин данных, исправления данных. Наиболее распространенными являются такие ошибки, как появление кодов, отсутствующих в инструкции по кодированию ответов, и появление кодов, выходящих за рамки логической структуры вопросника.

Перед анализом данных часть вопросов анкеты в исходной формулировке подвергается преобразованиям. Преобразования переменных могут быть простыми, когда, например, для открытого вопроса о возрасте вводят определенную группировку или шкалу с семью градациями свертывают в трехбалльную, и могут быть сложными – когда на нескольких

переменных строится новая – индекс. Например, на основе вопросов о различных статьях доходов семьи и ее состава подсчитывается индекс – средний доход, приходящийся на одного члена этой семьи.

Для построения индексов могут применяться всевозможные статистические методы:

- факторный анализ (учет взаимосвязи внутри какого-либо блока исходных признаков);
- кластерный (классификация объектов, объединяющая способы классификации при отсутствии предварительных или экспертных сведений о группировке данных);
- регрессионный (выявление количественной зависимости среднего значения изменений результативного признака от изменений одного или нескольких признаков – факторов);
- а также различные логически и теоретически обоснованные процедуры преобразования.

Следующий этап работы с данными – собственно их анализ. Процесс анализа эмпирических данных социологического исследования включает описание, объяснение, предсказание-прогноз. Основными методами анализа информации являются: 1 – классификация; 2 – типологизация; 3 – статистический анализ (поиск статистических закономерностей); 4 – экспериментальный анализ; 5 – системный анализ; 6 – генетический или исторический анализ; 7 – социальное моделирование.

Рассмотрим содержание каждого этапа и метода. Известно, что гипотезы подразделяются на описательные и объяснительные. Соответственно этому выделяется два класса процедур анализа:

I – дискриптивные (описательные, изображающие) процедуры – группировка, классификация, типологизация;

II – аналитико-экспериментальные процедуры, назначение которых в установлении связей взаимодействия.

Описание – это фиксация результатов эмпирического социологического исследования с помощью выбранной системы обозначений и выражение этих результатов в понятиях науки. Это – переходный этап между опытом и теоретическими процедурами. Его цель – приведение эмпирических данных исследования к тому виду, в котором они оказываются доступными для различных теоретических операций, в частности для объяснения. В процессе описания подготавливается материал для научного объяснения. Описание складывается из трех компонентов: 1 – эмпирических данных исследования; 2 – системы обозначений, придающей описанию экономную, строгую форму и в ряде случаев наглядность (графики, таблицы, схемы и т.п.); 3 – понятий науки, связанных с этими системами обозначений.

Существует несколько методов описания. Основными являются группировка и типологизация.

Группировка социальной информации – это классификация или упорядочение данных по признаку подобия или различия. Группировка бывает простая (классификация по одному признаку – возраст, пол, род

занятий, образование, высказанные суждения и т.п.) и перекрестная (связывание предварительно упорядоченных фактов по двум признакам с целью поиска устойчивых связей, выявляющих структурные свойства изучаемого явления. Например, выявление соотношения возрастов мужей и жен). Группировка позволяет связать социальные факты в единую систему соответственно описательной гипотезе на основе того или другого ряда определяющих признаков.

Типологизация – то есть поиск устойчивых сочетаний свойств социальных объектов в целостной системе переменных, относящихся к этому объекту. Различают эмпирическую и теоретическую типологизацию. Эмпирическая типологизация представляет собой поиск устойчивых сочетаний свойств социальных объектов. Здесь устойчивость свойств типа находится путем многократного перебора. Результатом эмпирической типологизации является типология, не имеющая под собой конкретного теоретического основания. Совершенствование методов многомерного статистического анализа (факторного, латентного, дисперсионного, кластерного анализа, распознавания образов и т.п.) позволяют во многих случаях выделять устойчивые группы переменных и тем самым осуществлять эмпирическую типологизацию.

Описание признаков социальных явлений может осуществляться и на основе определенных теоретических концепций. Это – теоретическая типология. Ее суть – в обобщении признаков социальных явлений на основе идеальной теоретической модели и по теоретически обоснованным критериям. Здесь критерии свойств выявляются путем логического анализа. В этом случае выделение устойчивых групп производится априори (из предшествующего). Поэтому наличие теории (либо концептуальной модели), лежащей в основе данного исследования, является необходимым условием для осуществления теоретической типологизации. Анализ эмпирических данных, согласно теоретической типологии, предполагает, во-первых, определение частот распределения по каждому типу, а во-вторых, изучение отклонений от идеализированных моделей по отдельным параметрам, и если возможно, измерение интенсивности и вероятности этих отклонений.

В целом эмпирическая типологизация допускает описание полученных данных и их интерпретацию, а метод теоретической типологизации ведет к объяснению.

Результаты процедуры описания можно разделить на два вида: 1 – социальные факты, 2 – социальные законы. В зависимости от задач исследования результатом описания могут быть как индивидуальные факты, так и обобщенные. Социология чаще всего имеет дело со статистическими многомерными фактами. Поэтому процедура описания приводит к формированию нового теоретического объекта.

Описание может привести к формулированию определенных закономерностей, к установлению некоторых функциональных отношений между сравниваемыми непосредственно наблюдаемыми величинами.

Объяснение – это раскрытие на основе эмпирических данных и общей социологической теории сущности объекта наблюдения, показ его подчиненности определенному закону. Необходимым основанием всякого объяснения является научный закон. Объяснительная структура включает в себя: 1 – положение или совокупность положений, отображающих объясняемый объект; 2 – совокупность объясняющих положений. При отсутствии одной из частей нет и объяснения.

Типология объяснений. Конкретный вид любого объяснения определяется несколькими факторами: - характером объясняющих положений; - характером объясняемых положений; - механизмом объяснения.

Объяснение бывает генетическим, когда устанавливается закономерная связь объекта с предшествующими ему во времени другими объектами. Наиболее распространенными здесь являются причинное и следственное объяснения. Суть причинного объяснения – в указании причины и того, закона, в соответствии с которым эта причина порождает объясняемый субъект. Суть следственного объяснения – в указании следствия из этого закона, в соответствии с которым это следствие порождено объясняемым объектом. В современных условиях все шире применяется и функциональное объяснение, то есть выявление определенного типа следствий, инвариантно присущих данному объекту и способствующих сохранению этого объекта.

Другим важным типом объяснения является структурное объяснение. Оно состоит либо в объяснении внутренних элементов объекта и способа их сочетания в единое целое (внутриструктурное объяснение), либо в установлении места объясняемого объекта в некоторой большой системе (внешнеструктурное объяснение).

В социологической практике даются сложные – комбинированные и смешанные – объяснения, поскольку раскрытие сущности социальных явлений в силу их многогранности может быть осуществлено лишь путем применения совокупности качественно различных типов объяснения.

Объяснения по характеру их механизма подразделяются на объяснения через собственный закон и модельные объяснения. Первый тип предполагает объяснение объектов, которые находятся в области действия соответствующих объективных законов. Модельное объяснение дается объекту в тех случаях, когда его нельзя еще объяснить с помощью его собственных законов. Но, чтобы объяснительные модели были адекватными, необходимы моделирование социального объекта с помощью другого социального объекта и обращение к знакомым моделям.

Следующий важный этап в работе с социологической информацией – верификация (проверка) гипотез. Разработка и проверка гипотез – испытанный метод исследования в науке. В качестве способов проверки гипотез можно использовать опыт, общественную практику, общественную деятельность людей, социальный эксперимент. Однако наибольшее распространение получили такие методы, как:

- статистические, позволяющие получить некоторые вероятностные оценки истинности предложенной гипотезы. Обычный прием обоснования истинности гипотезы состоит в подсчете средних тенденций, нахождения коэффициентов взаимозависимости и т.д.;

- введения контрольных фактора и переменных, позволяющих получить доказательства о наличии прямых и опосредованных причинных и сопутствующих связей и их напряженности;

- построение математических моделей;

- модификация гипотезы;

- подбор более чувствительных показателей для исследования и др.

Анализ полученных данных может быть более или менее глубоким. Цель исследования определяет уровень анализа.

Общая логика анализа представлена в таблице. Не все ее элементы должны быть реализованы в каждом исследовании; это - просто порядок действий анализа.

Таблица. Общая логика анализа

Стадии	Исследовательские задачи	Основные приемы анализа
1	Выявление ошибок и пропусков в исходных данных, коррекция выборки, описание простых распределений.	Качественное осмысление сгруппированных данных; использование приемов описательной статистики; расчеты средних тенденций, вариаций.
2	Уплотнение исходной информации и ее описание в агрегированных показателях о том, чтобы избавиться от излишней детализации, избежать ошибок последующего анализа, повысить уровень обобщения.	Приемы укрупнения исходных шкал, логические комбинации частных признаков, построение индексов, эмпирическая и теоретическая типологизация, факторный анализ.
3	Выявление прямых и косвенных связей, интерпретация и объяснение основных зависимостей и свойств изучаемых явлений, проверка главных и второстепенных гипотез.	Построение двумерных и многомерных таблиц, расчет корреляций, регрессий, энтропии, ассоциации распределений, использование корреляционных графов.
4	Прогноз изучаемых процессов и явлений на основе объяснительных гипотез.	Приемы мысленного и натурального экспериментирования, повторные и сравнительные исследования, контрольные опросы для проверки итоговых выводов, моделирование.

После решения этих исследовательских задач переходят к формулированию окончательных выводов и практических рекомендаций.

Итоги социологического исследования оформляются в виде отчета. Он включает пояснительную записку о решении поставленных задач и приложения к ней. В пояснительной записке излагаются последовательность выполнения программы социологического исследования, дается сводка материалов, расчетов, обоснований. В первом разделе отчета акцентируется внимание на постановке проблемы, ее концептуальной разработке и формулировке задач исследования, а также освещается состояние проблемы и существующие к ней подходы. Во втором – методологическом разделе – обосновываются выбор и инструментарий исследования, типология выборки, методы сбора социальной информации. В третьем разделе дается содержательный анализ полученных результатов исследования и делаются конкретные выводы.

Непременным компонентом всякого отчета является подготовка рекомендаций. Они представляют собой перечень основных предложений, вытекающих из анализа отчетных данных. Рекомендации носят сугубо утвердительный характер и в них вносится лишь только то, что подлежит внедрению в научную или практическую деятельность.

V. ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Анурин В.Ф. Эмпирическая социология : учеб. пособие для вузов / В.Ф. Анурин. – М. : Академ. Проект, 2003. – 288 с.
2. Бабосов Е.М. Прикладная социология : учеб. пособие / Е.М. Бабосов. – Минск : ТетраСистемс, 2000. – С. 361-371.
3. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование : качественный и количественный подходы : методология, исследовательские практики : учеб. пособие / А.С. Готлиб. - М. : Флинта: МПСИ, 2005 . – 384 с.
4. Зборовский Г.Е. Прикладная социология : учеб. пособие / Г.Е. Зборовский, Е.А. Шуклин. – М. : Гардарики, 2004. – 176 с.
5. Кузнецов И.Н. Технологии социологического исследования : учебно-методич. пособие / И.Н. Кузнецов. – М. : ИКЦ «МарТ» ; Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2005. – 144 с.
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности : учебник для вузов / Ядов В.А. - М. : Добросвет, 2000. - 595 с.

Дополнительная

7. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований : учебник для вузов / Г.С. Батыгин. - М. : Аспект Пресс, 1995. - 286 с.
8. Бутенко И.А. Использование новых технологий при опросах / И.А. Бутенко // Социол. исслед. – 2000. - № 10. – С.118-124.

9. Бутенко И.А. Организация прикладного социологического исследования / И.А. Бутенко. - М. : Тривола, 1998. - 224 с.
10. Гречихин В.Г. Лекции по методике и технике социологических исследований / В.Г. Гречихин. - М. : Мысль, 1986. – 230 с.
11. Как провести социологическое исследование / [под ред. М.К. Горшкова, Ф.Э. Шереги]. - М. : Политиздат, 1990. – 287 с.
12. Козлов В.А. Конкретно-социологические исследования в области права : учеб. пособие / В.А. Козлов, Ю.А. Суслов. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1981. – 111 с.
13. Лапаева В.В. Конкретно-социологические исследования в праве / В.В. Лапаева. – М. : Юрид. лит., 1987. – 144 с.
14. Леванский В.А. Моделирование в социально-правовых исследованиях / В.А. Леванский. – М. : Наука, 1986. – 155 с.
15. Методы сбора информации в социологических исследованиях : в 2 кн. / [под ред. В.Г. Андрееенкова, О.М. Масловой]. - М. : Наука, 1992.
16. Основы прикладной социологии : учебник для вузов : в 2 т. / [под ред. Ф.Э. Шереги, М.К. Горшкова]. – М. : Academia, 1995.
17. Рабочая книга социолога. - М. : Наука, 1983. – 477 с.
18. Сикевич З.В. Социологическое исследование : практическое руководство / З.В. Сикевич. – СПб. : Питер, 2005. – 320 с.
19. Социологический словарь / [сост.: А.Н. Елсуков, К.В. Шульга]. – Минск : Университетское, 1991. – 528 с.
20. Социология. Основы общей теории : учеб. пособие / [под ред. Г.В. Осипова, Л.Н. Москвичева]. – М. : Аспект Пресс, 1998. – С. 395-412.

Составитель – Калашникова Светлана Михайловна

Редактор – Бунина Т.Д.