

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Пензенский государственный университет» (ПГУ)

Факультет педагогики, психологии и социальных наук
Кафедра «Теория и практика социальной работы»

А. Б. Тугаров, Т. И. Лавренова

ПРИКЛАДНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Учебное пособие

Пенза
Издательство ПГУ
2023

УДК 304
Т81

Рецензенты:

доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедрой
«Экономическая теория и международные отношения»
Пензенского государственного университета
Л. В. Рожкова;

кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры
«Методология науки, социальные теории и технологии»
Пензенского государственного университета
Е. Н. Синев

Тугаров, Александр Борисович.

Т81 Прикладные социальные исследования : учеб. пособие /
А. Б. Тугаров, Т. И. Лавренова. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2023. –
110 с.

ISBN 978-5-907666-65-8

Рассматриваются основные аспекта подготовки и проведения прикладных социальных исследований. Учебный материал сгруппирован по темам, входящим в учебные планы дисциплин «Методы исследований в социальной работе», «Научные исследования в системе социальной защиты населения».

Издание подготовлено на кафедре «Теория и практика социальной работы» ПГУ и предназначено для обучающихся по направлениям подготовки 39.03.02, 39.03.04 «Социальная работа».

УДК 304

ISBN 978-5-907666-65-8

© Пензенский государственный
университет, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Тема 1. Предмет и история прикладных социальных исследований	4
Тема 2. Количественные и качественные методы исследований в социальной работе	8
Тема 3. Измерение в социальных исследованиях	16
Тема 4. Проектирование выборки в социальном исследовании	23
Тема 5. Программа социального исследования	28
Тема 6. Методика и техника сбора первичной информации.....	34
Тема 7. Анкетный опрос.....	39
Тема 8. Интервью в социальной работе	48
Тема 9. Метод фокус-группы.....	53
Тема 10. Наблюдение в социальной работе	59
Тема 11. Метод анализа документов	67
Тема 12. Экспертная оценка	76
Тема 13. Метод исследования случая (case-study)	82
Тема 14. Применение тестов в социальных исследованиях.....	87
Тема 15. Представление результатов исследования	101
Вопросы для самоконтроля.....	105
Список литературы	107

ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ И ИСТОРИЯ ПРИКЛАДНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В XX в. параллельно с развитием социальной работы формируются научные принципы изучения этой области деятельности. Значительное влияние на этот процесс оказали новые для своего времени подходы в антропологических и социологических исследованиях.

В начале 20-х гг. XX в. выходит книга Бронислава Малиновского (1884–1942) «Аргонавты западной части Тихого океана», в которой были изложены основы интенсивных полевых исследований в антропологии. Специалисты считают, что методы, которые использовал автор, стали настоящей революцией в полевых социологических исследованиях, коренным образом изменили практику антропологических исследований, что повлияло на развитие всех социальных наук в XX в.

Б. Малиновский критиковал исследователей более раннего периода за то, что они не смогли и не стремились детально описать свои методы. Ученый утверждал, что антропологический материал имеет ценность лишь тогда, когда в ходе исследования проводятся различия между прямым наблюдением, мнениями респондентов и выводом самого исследователя.

Б. Малиновский подчеркивал, что исследование не есть самоцель, оно должно завершаться соответствующими выводами, а для этого требуются как навыки получения результатов, так и их интерпретации.

Совершенствование методов социальных исследований в Англии было связано с работами Чарльза Бута (1840–1916) и супругов Сиднея (1859–1947) и Беатрисы (1858–1943) Уэбб.

Главная научная работа Ч. Бута – книга «Жизнь и труд жителей Лондона». Она посвящена изучению бедности. Автор внимательно изучил все известные ему книги по данной проблеме, и пришел к выводу, что содержащиеся в них описания жизни отдельных семей нереалистичны, не отражают действительного положения дел. Ч. Бут увидел причину в том, что все книги были написаны на материалах стандартного социологического опроса и решил преодолеть эту односторонность, получив личный опыт жизни бедняков. Ч. Бут выбрал для себя роль наблюдателя, участвующего в жизни людей, среди которых он находится. Свой личный опыт он фиксировал, ведя

дневниковые записи. В совокупности с опросами людей и документальными свидетельствами они стали тем «качественным» материалом, который существенно дополнил «количественные» данные.

В 1932 г. была опубликована книга супругов Уэбб «Методы социального исследования». По мнению авторов, социальные исследования должны отвечать общим требованиям:

- 1) терпение и настойчивость в работе;
- 2) точность в использовании слов и цифр;
- 3) быстрота в сборе новых фактов;
- 4) умение двигаться в направлении поставленной цели, решать задачи.

По мнению супругов Уэбб, социальные исследования – это особая форма интеллектуальной деятельности, умение решать исследовательские задачи независимо от непосредственного отношения к предмету исследования. Исследователь должен быть знаком не только с набором исследовательских приемов, но и обладать целым рядом умений: четко формулировать свои вопросы, изучать социальные институты как целое, не ограничиваясь изучением их отдельных фрагментов.

Метод наблюдения супруги Уэбб считали ведущим, однако считали, что в социальном исследовании он должен соединяться с другими методами.

Нельзя не упомянуть о влиянии Чикагской социологической школы, сформировавшейся в 20–30-е гг. XX в. В то время в Чикаго сложился неформальный кружок исследователей-социологов, которые, по их собственному признанию, интересовались реальным миром.

Роберт Парк (1864–1944) в 1916 г. предложил программу исследований, в основе которой лежала идея о том, что город Чикаго должен был стать «социальной лабораторией для исследователя». Парк считал, что социологическими исследованиями можно с одинаковым успехом заниматься как в университете, так и на улице, в реальной жизни. Применялись уже ставшие традиционными полевые методы исследования – метод наблюдения, неструктурированного интервью, которые были дополнены методом анализа документов и биографическим методом, что позволяло составлять историю жизни респондентов. Исследования «чикагцев» можно определить как социологию улицы или социологию города.

В 1917 г. в США выходит книга Мэри Ричмонд «Социальный диагноз», в которой заложена мысль о том, что социальный диагноз

должен являться результатом научного подхода к решению проблем практической социальной работы, а этот научный подход предполагает соответствующие научные исследования в социальной работе.

В 20-е г. XX в. сформировался психоанализ, некоторые положения которого пришли в социальную работу. Именно психоаналитики ввели в оборот принципиально новые методы работы с клиентом. Хотя методы, предложенные психоаналитиками, носили в большей мере психиатрический, чем социальный характер, они сыграли свою роль в деле становления исследований в социальной работе.

Психоаналитики сформировали и выдвинули парадигму, актуальную и по сей день, соответствующую научным принципам исследования: «Изучение, диагноз, излечение».

В 50-е г. XX в. росло понимание того, что методики психоаналитического исследования далеко не всегда применимы к сфере исследований в социальной работе, в частности, к исследованию межличностных и социальных проблем клиента.

Ситуация усугублялась тем, что во второй половине XX в. по многим направлениям практика социальной работы стала обгонять свою научную базу знаний. Выйти из сложившейся ситуации представлялось возможным при условии точного понимания функций научных исследований в социальной работе.

Они могут быть представлены в следующем варианте:

1. Исследования выявляют методы и подходы, на которые опирается практика социальной работы. Обращение социального работника к научным методам намного повышает эффективность его деятельности.

2. Исследования в социальной работе помогают формировать базу знаний, необходимых для практической социальной работы.

3. Полученные в ходе исследования данные помогают социальному работнику более обоснованно принять решение, реализовать те или иные социальные программы, проекты в деле оказания помощи населению.

Впервые оперативные исследования в социальной работе или исследования, осуществляемые в процессе оказания социальной помощи, появились в начале XX в., однако постоянным элементом практической социальной работы стали лишь во второй половине XX в.

Сложилась формы оперативных исследований в социальной работе: оценка социальных программ; статистический учет социаль-

ных услуг, предоставляемых населению; разработка систем индексов. Специалисты считают, что эти оперативные исследования не ведут к формированию системы научных знаний о социальной работе. Однако значение этих исследований велико, так как, появившись в начале, распространившись в середине XX в., эти исследования помогли практически социальным работникам в принятии тех или иных решений, связанных с конкретными вопросами оказания социальной помощи клиентам.

В итоге исследования в социальной работе включают в себя как минимум четыре основных аспекта:

- изучение поведения клиента, его личности, проблем отдельных лиц, семей, небольших групп людей, являющихся или не являющихся клиентами социальных служб;

- изучение характеристик социальных услуг, предоставляемых населению, а также результативности социального обслуживания;

- изучение вопросов подготовки кадров для социальной работы;

- изучение деятельности организаций, учреждений системы социальной защиты, а также реализации задач социальной политики в сфере оказания социальной помощи населению.

ТЕМА 2. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

Научные исследования в области социальной работы испытали в той или иной степени влияние противоречий, возникавших в процессе развития прикладной социологии. Одна из таких методологических проблем – соотношение количественных и качественных методов сбора информации.

Различия количественных и качественных методов социологических исследований в социальной работе определяются различием методологий, лежащих в основе этих исследований. Методологической основой исследований с использованием количественных методов является позитивистская социология, тогда как методологической основой исследований с использованием качественных методов является «понимающая социология».

В свою очередь, «понимающая социология» подвергает сомнению исходный постулат позитивистской социологии о том, что социальные структуры и социальные явления представляют собой объективную реальность, не зависящую от идей, мнений, стереотипов сознания и поведения индивидов. «Понимающая социология» отрицает неизменность тех социальных структур и функций, которые лежат в основе общества, и то, что само общество есть их совокупность.

В позитивистском представлении социология как наука изучает закономерности формирования, функционирования и развития общества, что ставит ее в один ряд с науками, целью которых является познание закономерностей существования и развития различных процессов мира природы (к примеру физика, биология).

Следовательно, социальный факт как продукт эмпирического познания социальных процессов и явлений сопоставим по своей сути с фактами естественнонаучного познания и задача социального исследователя состоит в том, чтобы как можно более точно зафиксировать социальные события и действия как факты, сопоставить их с другими социальными фактами, установить зависимости между переменными, построить теоретические модели тех социальных структур, которые стоят за исследуемыми социальными явлениями.

Такая позитивистская объективистско-натуралистическая ориентация во многом определяет приоритет количественных методов в социологических исследованиях по социальной работе. При этом

исследователи сталкиваются с проблемой многозначности интерпретации долевых соотношений, на основе которых делаются выводы по результатам социологических анкетных опросов и структурированных интервью.

Например, опираясь только на количественные методы исследований, сложно объяснить, почему чувство удовлетворенности уровнем материального благосостояния в обществах с высокой степенью социальной защищенности населения, как правило, немногим выше, чем в обществах с менее высокой степенью.

Таких примеров можно привести довольно много. Они свидетельствуют о том, что возникает необходимость каким-то образом пытаться совместить количественные и качественные методы исследования, появляется потребность понять значения и смыслы, которые стоят за однозначными ответами стандартных анкетных опросов: «да», «нет», «затрудняюсь ответить».

В результате в исследованиях по проблемам практической социальной работы наряду с анкетными опросами стали применяться качественные методы сбора социологических данных: включенное наблюдение, глубинное интервью, метод фокус-группы и др. Применение таких методов исследования, а также анализ и интерпретация данных, собранных с их помощью, предполагает понимание теоретических концепций феноменологии, которые лежат в основе «понимающей социологии».

Применение качественных методов исследования в социальной работе предполагает, что социальный работник в ходе исследования сталкивается с социальным миром, в котором нет ничего постоянного, где все, что с позиций позитивизма считается объективными «вещами», не зависящими от людей, живущих в данном обществе, оказывается продуктами сознания этих людей. Более того, эти «вещи» могут меняться в зависимости от состояния сознания субъектов социального действия.

Такой подход к исследованию требует пересмотра вопроса о степени влияния социального работника на клиента как объекта познания. Обычно социальный работник, стоящий на позитивистских позициях, не принимает во внимание то обстоятельство, что его исследовательские процедуры создают иную социальную реальность, чем та, которая была до начала исследования, и что клиент как объект его изучения уже не будет тем, кем он был в начале исследования.

Такие перемены могут происходить не только в сознании социального работника – исследователя или сознании клиентов-респондентов, но и в их практической деятельности. Это связано с тем, что изменения взглядов, мнений и новые идеи, появившиеся в результате взаимодействия социального работника и клиента в ходе исследования, могут изменить их социальный мир.

Объективистская (позитивистская) социология может допустить, что под влиянием исследователя может сформироваться мнение респондента, которое не вполне соответствует его действительным представлениям по вопросу, интересующему исследователя. Но если влияние социального работника – исследователя не очень заметно, то считается, что выявленное в ходе исследования мнение клиента в целом правильно отражает объективные процессы, происходящие в практической социальной работе.

Методологический подход «понимающей социологии» основан на утверждении, что высказанное в ходе опроса мнение респондента может отражать совсем не ту социальную реальность, которая стоит за вопросами анкеты, и представляет собой продукт знаний, убеждений, индивидуального жизненного опыта социального работника, составившего эту анкету, а свою собственную социальную реальность, которая столь же действительна и сформирована на основе биографии клиента.

Известные представители социально-конструкционистского направления в феноменологии австрийский социолог Питер Бергер (1929–2017) и немецкий социолог Томас Лукман (1927–2016) в своей книге «Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания» утверждают, что любой человек в процессе познания создает для себя окружающий мир, который и является объектом его познания.

В основе их концепции феноменологической социологии знания лежит поиск ответа на вопрос: «Как создается социальная реальность и как эта реальность изменяет своего создателя – человека?» Для П. Бергера и Т. Лукмана предметом социологии знания является взаимосвязь мышления человека и социальной среды, в рамках которой оно формируется. Такая взаимосвязь сознания человека и социальной действительности, в которую оно погружено, создает, а точнее сказать, «конструирует» социальную реальность. Этот процесс социального конструирования реальности должен, по их

мнению, находиться в центре социологического исследования и анализа его результатов.

Таким образом, специализированное научное знание и обыденное, житейское знание становятся для них равноправными объектами социологического анализа. Научная «реальность», сконструированная на основе теоретических взглядов и эмпирических исследований ученых не является единственной «реальностью», которая отражает социальную действительность.

Существуют еще мифологическая и религиозная «реальности», есть дотеоретическая «реальность» обыденной жизни людей в обществе, которая составляет основу повседневного знания. Именно такое повседневное, обыденное знание должно, по мнению П. Бергера и Т. Лукмана, оказаться в центре социологических исследований.

Предложенный ими методологический подход ведет к отказу от классических процедур социологического исследования по четким операционализациям понятий и замены их на понятия, которые не имеют претензий на общий характер и максимально приближены к конкретной ситуации, в которой оказался конкретный человек, и пониманию социального действия этого человека в контексте этой ситуации.

Тем не менее гипотетическая возможность совмещения количественных и качественных подходов в социологическом исследовании проблем практической социальной работы существует. Она объясняется тем, что в непостоянном феноменологическом «жизненном мире» присутствуют некие устойчивые во времени и пространстве социальные явления, которые можно классифицировать, сопоставлять с другими социальными явлениями, выявлять общие особенности и закономерности их возникновения и функционирования.

Однако сочетание количественных и качественных методов исследования не может быть механической суммой исследовательских методик позитивистко-натуралистической и «понимающей» социологий. Для понимания сложности задачи сочетания таких методов исследования необходимо обратиться к теоретическим истокам феноменологии и, прежде всего, к работам по «социологии повседневности» австрийского социолога и философа Альфреда Шюца (1899–1959).

А. Шюц считал, что познание социальной реальности возможно не всяким жизненным опытом, а только таким, который способен к определенным логическим процедурам, к саморефлексии

и сопоставлению пережитых событий, впечатлений и др. Интерпретация социальной реальности несет в себе одновременно индивидуальное восприятие и типизированные образы, которые воспроизводят ситуации, имеющие определенное сходство.

А. Шюц вводит понятие «биографически детерминированная ситуация», с помощью которого определяются интересы человека в типизации образа социальной реальности. Каждый человек постоянно находится в физической и социокультурной средах, которые он сам определяет для себя. Его позиция в этих средах определена не только пространством и временем, не только социальным статусом и социальной ролью в местном сообществе, но также моральными и идеологическими позициями.

«Биографически детерминированная ситуация» включает определенные возможности будущей практической или интеллектуальной деятельности человека, которая, по мнению А. Шюца, может быть названа «наличной целью». Эта цель определяет соответствующие ей элементы среди всех тех, которые присутствуют в жизненной ситуации отдельного человека.

Британский социолог Зигмунт Бауман (1925–2017) кратко, но емко и точно определил сущность такого понимания: «Понять – знать, как поступать дальше». Из такого определения следует предположение о том, что будет делать другой человек дальше и что делать человеку самому. При этом в обоих случаях имеется, как правило, набор типичных ожиданий, который американский социолог, исследователь повседневности Гарольд Гарфинкель (1917–2011) называл «фоновыми ожиданиями».

Результаты его наблюдений и экспериментов позволяют сделать выводы о содержании понятия «фоновые ожидания»:

1) «фоновые ожидания» представляют собой постоянно реализующиеся в ходе взаимодействия между людьми, но неосознаваемые участниками взаимодействия, описания тех структур взаимодействия, в которых они участвуют;

2) эти описания существуют в форме моральных правил, установленных представителями конкретной социальной группы;

3) описания, обусловленные взаимодействиями между людьми, достаточны для достижения практических целей;

4) функции «фоновых ожиданий» заключаются в обнаружении отклонений от нормального хода событий, в коррекции взаимодействия между людьми и в осуществлении допустимого в конкретной социальной группе поведения.

Таким образом, «фоновые ожидания» представляют собой, по мнению Г. Гарфинкеля, основной механизм стандартизации, который феноменология должна выявить и объяснить в виде описаний. Эти описания содержат знания о типах социальных действий, системах типовых идентификаций людей и интерпретаций действий участников взаимодействия, которые возникают в процессе их общения.

Феноменологический подход к исследованиям в социальной работе указывает на то, что в повседневной жизни отдельного человека обнаружить рассогласование значений смысла слов и действий не всегда просто. Но такой подход отрицает при этом саму возможность существования только одной единственно верной интерпретации поведения конкретного человека, показывая множественность индивидуальных и коллективных «социальных миров» со своей логикой, содержанием и истиной.

Феноменологический подход учит исследователя терпеливому и вдумчивому наблюдению за респондентом, постоянной готовности к проявлению «фоновых ожиданий», не подталкивая респондента к обозначению границ его знаний об окружающем мире, но демонстрируя интерес к определению этих границ и уважение к респонденту как носителю значений и смыслов неизвестной исследователю социальной реальности.

Качественные методы любого социального исследования представляют собой реализацию феноменологического подхода к изучению социальных процессов и явлений, где в зависимости от цели и задач исследования основное внимание уделяется изучению способов и особенностей рефлексивности исследователей по поводу изучаемой социальной реальности и причин такой рефлексивности.

В отличие от исследований с использованием количественных методов, с помощью которых выясняется *«кто и как отвечает?»* и *«сколько так отвечают?»*, качественные методы исследований в социальной работе в первую очередь позволяют выяснить *«что означают ответы?»* и *«почему так отвечают?»* респонденты – представители различных категорий клиентов социальных служб.

Приведем наиболее существенные характеристики использования качественных методов в социальной работе:

1. Результаты исследования в социальной работе с использованием качественных методов являются продуктом рефлексивности исследователя – социального работника, изучающего рефлексивность респондента – клиента и/или лиц из его ближайшего окруже-

ния по отношению к объекту исследования – процессу или явлению практической социальной работы. Следовательно, результаты исследования являются результатом «двойной рефлексивности».

2. Позиция исследователя – социального работника предполагает осознание им в процессе исследования того, что, взаимодействуя с респондентом, он становится такой же частью изучаемого социального явления, как и респондент.

3. Результатом такого взаимодействия в ходе исследования может быть новое представление о социальной проблеме, социальной ситуации или социальном явлении, которое могло до начала взаимодействия отсутствовать у каждого из участников исследования в отдельности. Это новое представление становится предметом анализа в исследовании с использованием качественных методов.

4. Феноменологический подход к исследованию предполагает, что каждый клиент социальных служб «конструирует» собственную социальную реальность и живет в своем собственном окружающем его мире, где восприятие одних частей этого социального мира в основном разделяется им с другими членами общества, а других – может существенно отличаться.

Эта социальная реальность респондента может заметно меняться под влиянием внешних условий, например, новой информации или внутренних процессов, происходящих в личности клиента.

Исследователь – социальный работник может выступать важной внешней причиной изменений представления респондента об окружающем его социальном мире или он может повлиять на внутренние процессы развития личности респондента, которые могут привести к изменениям в «конструируемом» им социальном мире.

5. Качественные методы исследований в социальной работе не противопоставляются количественным методам исследования при наличии принципиальных различий в их методологических основах, но и не являются их дополнением или средствами предварительного исследования. Выбор качественного метода определяется целью и задачами исследователя – социального работника, а также глубиной изученности проблемы практической социальной работы.

6. Основными качественными методами сбора информации являются неформализованные варианты методов наблюдения, нестандартизированное интервью и фокус-группа. Исследователь может использовать различные дополнительные источники информации, включая дневниковые записи, газеты, журналы, книги, аудио- и видеоматериалы и др.

7. Разработка методики и инструментария исследования с использованием качественных методов не заканчивается с началом полевого этапа исследования, а продолжается по ходу этого этапа, как бы вырастая из содержания самого исследования, изменяясь в соответствии с переменами в рефлексивности исследователя и респондента.

8. Анализ первичной социологической информации начинается не после завершения полевого этапа исследования, а происходит одновременно с ним.

ТЕМА 3. ИЗМЕРЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Полезность прикладного социального исследования определяется тем, в какой степени полученное знание отражает социальную реальность. Достоверность результата зависит от многих факторов, в том числе от применения измерительных процедур.

Измерению подлежат любые свойства социальных объектов. Для количественных свойств уже есть общепринятые эталоны измерений: один год для возраста, один рубль для исчисления уровня дохода, один человек для исчисления семьи и т.п. Качественные характеристики (социальная принадлежность, мнения людей) не имеют установленных эталонов измерений. Их надо конструировать в соответствии с природой изучаемого объекта и с гипотезами исследования.

Измерение – это способ получения информации о наблюдаемом явлении, которое заключается в том, что объект социальной действительности соотносится с определенной числовой или просто упорядоченной системой оценок.

Способы измерения можно разделить на две основные категории:

- приемы измерения количественных признаков объектов, с точки зрения их физического пребывания в пространстве и времени;

- измерение объектов, для которых не существует общепринятых шкал, через процедуру квантификации характеристик протяженности, интенсивности, частоты повторяемости.

В зависимости от целей, задач, установок исследователя, числовые значения в разных вариантах надо предписывать свойствам социальных объектов, в результате создается шкала измерения.

Шкала – это числовая система, отображающая интересующие исследователя свойства объекта. В процессе разработки инструментария шкала конструируется только после четкого определения цели, задач, объекта и предмета исследования. Шкала создается в виде системы оценочных суждений (вопросов) с развернутой системой ответов или градаций. Важным предварительным шагом для разработки нужной и точной шкалы является формулировка гипотезы. Известно, что большое количество выделенных суждений, т.е. вопросов, затрудняет респондентам их восприятие, поэтому коли-

чество вопросов не должно быть слишком большим, но оно зависит от задач и гипотезы исследования.

Существуют три основных типа шкал:

1. Номинальная, или шкала наименований.

Такие шкалы обозначают, что в качестве ответов к вопросам выступает описание действий, планов, мотивов людей.

2. Ранговая, или порядковая шкала.

Этот тип шкал используется, когда надо оценить какие-либо события, явления и когда надо определить отношение индивидов к этим событиям или явлениям. Ранговая шкала имеет качественные, сравнительные признаки.

3. Интервальная шкала.

Единственная шкала, которая имеет количественные признаки. Она используется, когда надо исследовать личностные характеристики индивидов: возраст, количество детей, уровень доходов и т.п.

Существуют и другие шкалы: производные от перечисленных и более сложные.

При конструировании шкалы надо стремиться к тому, чтобы она соответствовала следующим основным требованиям:

а) валидность – выражается в том, что шкала должна измерять именно то свойство объекта исследования, которое надо измерить;

б) шкала должна иметь свойство полноты, т.е. ответы на вопрос должны включать все значения показателей, которые надо измерить;

в) высокая чувствительность. В социологическом смысле чувствительность шкалы – это ее способность определять отношение к изучаемым явлениям. Чувствительность определяется числом градаций или позиций, т.е. вариантов ответов. Чем больше позиций (ответов), тем чувствительнее шкала, но, как отмечалось, ответов не должно быть слишком много. Позиции оценочной шкалы, например ранговой, надо располагать симметрично, т.е. число положительных ответов равно числу отрицательных, а в середине – нейтральный ответ. В конце же следует предложить такой вариант ответа, как «затрудняюсь ответить»;

г) надежность – устойчивость шкалы по отношению к изменению изучаемых показателей во времени. Шкала считается надежной, если при многократном измерении изучаемых явлений ее можно использовать и получить результаты незначительно различающиеся.

Правила конструирования шкал:

– необходимо классифицировать объект исследования по качественным признакам;

– установить (в соответствии с гипотезой исследования) протяженность или длительность свойств, выбранных для анализа, что может определить, достаточно ли этих свойств для шкалы;

– установить внешние признаки тех свойств объектов, которые предстоит измерить (в качестве индикаторов или конкретных указателей выбирают такие явления, которые можно охарактеризовать не только качественными, но и количественными признаками);

– учесть, каким образом ответы могут зависеть от объективных факторов, что позволит избежать нежелательных искажений информации.

Специалисты по социальной работе используют специальные приемы измерения, позволяющие наблюдать и оценивать эффективность своего социально-терапевтического воздействия на клиента и его жизненную ситуацию. В результате измерения социальный работник:

– получает возможность вынести достоверное суждение о том, насколько его профессиональное воздействие на клиента помогло в решении конкретной проблемы клиента;

– устанавливает постоянную обратную связь между собой и клиентом, позволяющую судить о том, углубилась ли проблема клиента, стала ли она менее острой или осталась на прежнем уровне.

Если проблема клиента или цель профессионального воздействия на него не могут быть измерены, то формальная оценка результатов социальной терапии не дает желаемого результата. Традиционные методы составления «социального портрета и истории клиента» или записи бесед социального работника с клиентом представляют собой способы измерения. Всякое измерение служит главной цели – получить достоверное описание жизненной проблемы клиента и определить ход профессионального воздействия социального работника на клиента.

Если целью измерения является описание проблемы клиента, то социальных работников должен беспокоить вопрос о точности таких описаний. В практической социальной работе обозначилась тенденция основывать профессиональную деятельность специалистов на использовании более точных средств измерения. Важным правилом при выборе способа измерения предполагаемых изменений в жизненной ситуации и состоянии клиента является выбор той процедуры измерения, которая соответствует характеру измерения проблемы клиента, подлежащей решению с помощью социального работника.

Способы измерения в социальной работе должны быть доступными для применения, подсчета, понимания и интерпретации данных. При выборе той или иной методики измерения необходимо учесть длительность измерения, т.е. время, необходимое для его завершения, особенности подсчета и анализа результатов.

В практической социальной работе широкое применение получили три способа измерения:

– первый способ заключается в самостоятельном заполнении клиентами таблиц показателей, предназначенных для определения проблем клиента, решаемых социальными работниками;

– вторым способом является одномерная шкала, устанавливаемая самим клиентом; ее используют, не зная степени надежности и обоснованности, но она играет важную роль в оценке проблем и жизненной ситуации клиентов;

– третий способ представлен набором способов измерения поведения клиентов.

Первый способ измерения в социальной работе включает в себя компоненты.

1. Средства самоконтроля – это различные, небольшие по объему анкеты, заполняемые клиентами, которые применяются социальными работниками как средство оценки сущности проблемы клиента и остроты ее проявления. В этих целях используется, например, набор шкал «Пакет клинических измерений психосоциального состояния клиента»: каждая из шкал имеет определенное число делений, простую формулу подсчета и известный социальному работнику «клинический проходной балл», т.е. сумму баллов, которая должна характеризовать состояние клиента и свидетельствовать о том, что проблема клиента является клинически значимой для социального работника и требует применения соответствующей социальной терапии.

2. Оценка проблемы. Большинство социальных работников без труда определяют, например, то, что клиент имеет серьезные проблемы в своих взаимоотношениях с супругом. Но во время консультативных бесед социального работника с клиентом бывает трудно получить достоверные сведения о степени остроты этой проблемы.

В этом случае для получения информации социальный работник может использовать «Индекс удовлетворенности браком» – «ИУБ» (одна из шкал «Пакета клинических измерений психосоциального состояния клиента»).

Поскольку шкалы имеют счет от 0 до 100, то «ИУБ» может показывать уровень сложности проблемы, испытываемой клиентом, а спустя какое-то время повторное измерение может показать динамику процесса социальной терапии.

3. Улучшение взаимопонимания и взаимоотношений. Шкалы самоизмерения применяются и при определении степени взаимного непонимания индивидов. Обнаружение недопонимания в отношениях людей показывает социальному работнику направление в решении проблемы клиента.

Например, шкала «Отношение ребенка к отцу» или «ОРО-шкала» дает возможность ребенку выразить остроту проблемы, возникшей в его отношениях с отцом. Шкала «Отношение ребенка к матери» или «ОРМ-шкала» используется для той же цели в отношениях ребенка с его матерью.

Важную роль играет проведение сопоставлений. Так, отец должен заполнить шкалу от лица сына и/или дочери. Затем, когда дочь и/или сын сами заполнили «ОРО-шкалу», полученные результаты сравниваются социальным работником. Различие в показателях шкалы, нередко весьма заметное, указывает социальному работнику на то, что существуют трудности в понимании родителями и детьми друг друга.

4. Ретроспективное обоснование. Наиболее важная роль индексов и шкал обнаруживается при их повторном применении. Результаты могут быть отражены социальным работником в графике для того, чтобы показать, обостряется ли проблема клиента, ослабевает ли ее острота или, по сути, ситуация не меняется. В этой связи социальному работнику важно получить базовую оценку, т.е. информацию о периоде, предшествующем обращению клиента за профессиональной социальной помощью. Такая процедура называется ретроспективным обоснованием.

Второй способ измерения в социальной работе представляет собой установление шкалы самим клиентом (самоустановление шкалы). Он применяется социальным работником в тех случаях, когда непрактично использовать стандартизированные шкалы или такие шкалы не подходят для измерения исследуемой проблемы клиента.

Установленные самим клиентом шкалы становятся наиболее подходящим средством для измерения сугубо личной для клиента проблемы или состояния – случаи сильной боли, чувства беспо-

койства или страха, связанные со специфическими обстоятельствами в жизни клиента.

Третий способ измерения в социальной работе (измерение поведения клиента) включает в себя компоненты.

1. Самоконтроль клиента определяется тем, что клиенты в определенных жизненных обстоятельствах способны систематически и самостоятельно оценивать свое поведение с помощью структурированных методик и средств, предложенных социальным работником.

Например, социальный работник отдает клиенту индексные карточки, на которых он отмечает частоту проявлений определенного поведения (количество выкуренных за день сигарет). Если эта процедура измерения повторяется спустя какое-то время (например через неделю), то и социальный работник, и клиент имеют более точный показатель частоты курения, чем если бы они использовали субъективную оценку, данную клиентом в начале взаимодействия с клиентом.

Клиент также может использовать блокнот для детальной записи своих поведенческих проявлений, учитывая время, место, сопутствующие обстоятельства и длительность события.

2. Косвенный контроль предполагает, что поведение клиента фиксируется кем-то третьим – супругом, коллегой, другом и др. Для этого могут быть использованы разнообразные средства измерения и оценивания: дневники, формуляры, подсчет частоты проявления конкретной поведенческой реакции, контрольные перечни и др., сходные с теми, которые используются при самооценивании.

Параллельный контроль может применяться как дополнение или замена самоконтроля клиента. Такое наблюдение за поведением клиента должно вестись лишь с его согласия. Косвенный контроль может применяться гласно, когда клиент знает, что находится под постоянным наблюдением, или негласно. Негласный контроль может оказаться более трудным для проведения, но он дает социальному работнику информацию о более репрезентативных образцах поведения клиента.

3. Ситуационные тесты используются тогда, когда социальный работник моделирует условия, при которых клиент демонстрирует проблемное поведение и одновременно наблюдает его. Такое тестирование может происходить наедине с клиентом или в группе, например, по выработке у клиента умения отстаивать свои интересы.

4. Оценивание “in vivo” представляет собой собирание социальным работником образцов поведения клиента в обычных условиях его повседневной жизни, а не в искусственно созданных условиях ситуационных тестов. Такое оценивание полезно, когда социальному работнику трудно создать ситуацию тестирования или же ситуационные тесты не способны дать адекватные образцы поведения клиента.

Оценивание “in vivo”, подобно ситуационным тестам, может применяться для оценки результатов социальной терапии путем сравнения того, как клиент выполняет какое-либо задание из реальной жизни до и после социально-терапевтического воздействия со стороны социального работника.

Такие виды оценивания могут проводиться открыто, когда клиент поставлен в известность, и неявно, когда клиент дал согласие на оценивание заранее.

Таким образом, применение методов измерения в социальной работе и долговременного наблюдения за клиентом как объектом социальной работы является одной из основ практической социальной работы. Измерение и анализ проблем и жизненных ситуаций клиента составляют сущность всех форм оказания социальной помощи различным категориям клиентов.

ТЕМА 4. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВЫБОРКИ В СОЦИАЛЬНОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Выборочное обследование представляет собой способ систематического сбора данных о поведении и установках людей посредством опроса специально подобранной группы респондентов, дающих информацию о себе и своем мнении.

Термин «выборка» имеет два основных значения:

– совокупность элементов объекта исследования, которую надо непосредственно изучать;

– система способов, приемов, процедур для отбора элементов объекта и единиц наблюдения в процессе социологического исследования.

Все элементы объекта будущего исследования образуют «генеральную совокупность». Соответственно, «выборочная совокупность» – это множество элементов объекта для непосредственного изучения, определенная по специальным правилам. Выборочную совокупность часто обозначают выборкой.

Главное требование, предъявляемое к выборке – репрезентативность, выборочная совокупность должна отражать важнейшие характеристики генеральной совокупности.

Правильная выборка – залог успеха и необходимая предпосылка любого опроса. Выборочный метод имеет очевидные преимущества перед сплошным изучением генеральной совокупности, так как сокращает объем работы, позволяет экономить силы и средства, получать информацию о таких совокупностях, полное обследование которых практически невозможно или нецелесообразно. Но происходит это лишь в том случае, если соблюдаются научные правила выборочного исследования.

Опыт показал, что правильно произведенная выборка довольно хорошо представляет или репрезентирует структуру и состояние генеральной совокупности. Однако полного совпадения выборочных данных с данными обработки генеральной совокупности, как правило, не бывает. В этом и заключается недостаток выборочного метода, на фоне которого видны преимущества сплошного описания генеральной совокупности.

Ввиду неполного отображения выборкой статистических характеристик (параметров) генеральной совокупности перед исследователем возникает важная задача: во-первых, учитывать и соблюдать

те условия, при которых выборка наилучшим образом репрезентирует генеральную совокупность, а во-вторых, в каждом конкретном случае устанавливать, с какой уверенностью можно перенести результаты выборочного наблюдения на всю генеральную совокупность.

Репрезентативность выборки зависит от целого ряда условий, и прежде всего от того, как она осуществляется – планомерно, по заранее намеченной схеме, или стихийно. В любом случае выборка должна быть типичной и вполне объективной. Основное правило составления выборочной совокупности заключается в том, что каждый элемент генеральной совокупности должен иметь одинаковые шансы попасть в выборку.

Все население, целая нация или очень большая социальная группа редко выступают генеральной совокупностью. В большинстве эмпирических исследований социолога интересует частная проблема, например, репродуктивные установки женщин от 20 до 30 лет в крупных городах. Соответственно, все женщины указанного возраста, проживающие в крупных городах, будут называться группой интереса. Они составляют исходную популяцию или генеральную совокупность, из которой и составляется выборочная совокупность. Репрезентативным считается такое исследование, при котором отклонение в выборочной совокупности по контрольным признакам не превышает 5 %.

Типами выборки называются основные разновидности статистической выборки: случайная (вероятностная) и неслучайная (невероятностная). Тип выборки говорит о том, как люди попадают в выборочную совокупность, объем выборки сообщает об их количестве. Для каждого типа выборки разработаны свои процедуры. Так, в простой случайной выборке все элементы из списка людей, составляющих основу выборки, пронумеровываются и с помощью таблицы случайных чисел из них отбирается искомая совокупность.

Структура выборки подразумевает группировку единиц отбора, отражающую процентное распределение индивидов по профессии, возрасту, полу или другим признакам.

В программе эмпирического исследования описывается проект выборки, который в последующем может уточняться. В проекте выборки указываются принципы выделения из объекта той совокупности людей, которые впоследствии будут охвачены опросом; обосновывается техника проведения опроса; указываются подходы к определению достоверности полученной информации.

Составление выборки – очень сложная процедура, включающая множество действий и этапов, на каждом из которых можно допустить ошибку. Ранняя ошибка порождает последующие, нарастает искажение информации, что может свести на нет все исследование.

Высшей пробой профессионально выполненной работы служит то обстоятельство, что исследователь из одной и той же генеральной совокупности может сделать две или три выборки, которые, будучи разными по составу респондентов, дают одинаковые статистические распределения ответов. В этом случае можно уверенно сказать, что выборка сделана правильно.

Идеальных исследований не существует, у каждого метода есть свои преимущества и недостатки. Не существует и идеальных методов проектирования в социальной работе.

При проектировании исследования в социальной работе необходимы компромисс и баланс. Первая необходимость поиска компромисса появляется тогда, когда возникает выбор – опрашивать большое число клиентов по небольшому кругу вопросов или, наоборот, беседовать по более широкому кругу вопросов, но с меньшим количеством людей. Если выбирается первый вариант, то проектирование идет по одному пути, если второй – по другому пути. Компромисс – вариант вопроса о том, какой вид исследований (количественное или качественное) предпочтительнее. Однозначно ответить, что лучше, нельзя, все определяет цель исследования.

Качественные методы позволяют исследователю рассматривать выбранные темы с максимальной глубиной, обстоятельностью и детализацией. Это связано с тем, что сбор данных в ходе такого исследования не ограничен предварительно определенными категориями анализа. Количественные методы, напротив, основаны на применении стандартизированных подходов, ограниченных предварительно выбранными категориями ответов. Преимущество количественного подхода состоит в том, что он позволяет измерить, зафиксировать мнения, настроения большого числа респондентов на ограниченный набор вопросов, облегчая тем самым возможность статистической обработки, сравнения данных.

Качественный метод обычно позволяет получить богатый набор детализированной информации о сравнительно небольшом числе случаев. Для определенных целей исследования это самый приемлемый подход. Таким образом, не существует строгих правил, регламентирующих широту и глубину исследований в социальной работе.

Цель исследования определяет то, какие единицы анализа будут выбраны, а от этого, в свою очередь, зависит размер и тип выборки. Единицами выборки могут быть отдельные люди, группы людей. В качественных исследованиях по социальной работе вполне допустима ситуация, когда единицами анализа могут быть определенные события или случаи. Иногда, когда речь идет об изменении объекта исследования во времени, в качестве единицы исследования могут быть выбраны состояния одного и того же объекта в разные моменты времени. Другими словами, существует определенное разнообразие в выборе единицы анализа.

Идеальным полем можно назвать такое, к которому исследователь может легко получить доступ, в пределах которого он может быстро установить доверительные отношения с информантами и собрать нужные данные.

На практике «вход в поле» представляет собой непростую задачу. Одна из возможных рекомендаций начинающему социальному работнику – исследователю – избегать работы в собственном окружении (личном, профессиональном), так как в этом случае качество полученной информации снижается.

Ничто так не отражает различия между качественными и количественными методами исследования, как подходы к организации выборки.

Качественные исследования обычно основаны на относительно небольших по объему выборках. В качественных исследованиях выборка может быть основана даже на единичном случае. Количественные методы обычно применяются в условиях больших по размеру выборок, а сами они являются случайными.

Логика и смысл выборки в качественных исследованиях (целевая выборка) заключается в отборе «информационно богатых случаев для глубокого изучения», на основе которых можно сделать выводы, имеющие решающее значение для целей исследования. Поэтому такая выборка и называется *целевой*, или *целеориентированной*, в отличие от *случайной* – в количественных исследованиях.

Существует несколько стратегий формирования целеориентированных выборок:

1. *Выборка экстремальных или девиантных случаев.* Данный подход основан на тех случаях, которые необычны по сравнению с другими изученными случаями или же специфичны, особо трудны для исследования, но одновременно именно они являются высокоинформативными. Информация, которую можно получить в данном

случае, будет в сжатом виде нести в себе информацию обо всех промежуточных случаях, относящихся к генеральной совокупности.

2. *Интенсивная выборка.* Здесь меньший акцент делается на крайности. Выборка состоит из информационно значимых случаев, которые в значительной степени характеризуют интересующие исследователя события или явления. Она включает в себя некоторую предварительную информацию об изучении явления и предварительные суждения, которые исследователь может сделать по ходу исследования.

3. *Выборка максимальной вариации.* Направлена на описание, изучение всех центральных аспектов, которые проявляются в большинстве всех изученных случаев. Начинать следует с определения различных характеристик, критериев, которые нужны для конструирования выборки исследования.

4. *Гомогенные выборки* являются прямой противоположностью выборки максимальной вариации. Это стратегия отбора небольших гомогенных выборок, цель их создания – изучить определенную группу или подгруппу клиентов с наибольшей полнотой.

5. *Выборка типичных случаев.* В ходе исследования для описания его результатов иногда может оказаться полезным и необходимым представить качественный профиль одного или нескольких типичных случаев, другими словами, свести исследование к определению параметров того или иного события, случая, его участников и представить его как типичный. Такие типичные случаи выбираются в ходе интервью с ключевыми информантами, именно они помогают социальному работнику определить, что является типичным, с их точки зрения.

6. *Стратифицированная выборка.* В основе данного подхода – теория стратификации. Любая социально гомогенная группа – случай выделения той или иной страты. Цель данной выборки – зафиксировать различия в тех или иных событиях, участниках событий. По мнению специалистов, стратифицированная выборка не предназначена для идентификации общей массы случаев, хотя эта идентификация может играть роль при анализе результатов.

Стратифицированная выборка встречается и в количественных, и в качественных исследованиях, стратифицированная целевая выборка – в качественных, стратифицированная случайная выборка – в количественных. Различия в размере выборки: стратифицированная целевая выборка отличается от стратифицированной случайной выборки именно тем, что размеры выборки будут небольшими, для того, чтобы настаивать на их статистической репрезентативности.

ТЕМА 5. ПРОГРАММА СОЦИАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Эмпирическое исследование начинается с разработки программы и плана анализа изучаемого объекта. От степени научной обоснованности и уровня организационно-технического оформления этих документов в значительной мере зависит результативность проводимых исследований.

Определяемая программой структура анализа призвана, с одной стороны, обеспечить перевод исходных положений теории на язык операциональных определений и процедур исследований, с другой стороны, наметить пути восхождения от эмпирических данных к теоретическому обобщению.

В сфере социальной работы могут проводиться различные эмпирические исследования, при этом следует различать социальные исследования и социологические исследования. В. И. Добреньков и А. И. Кравченко называют социологическим такое исследование, где одни социальные явления объясняются при помощи других социальных явлений. Социальное исследование может допускать объяснение социальных фактов через несоциальные, оно выходит за рамки социологии и чаще всего является междисциплинарным. В одних случаях новое направление никак не называется, в других оно получает самостоятельное название, статус и предмет. Например, социальные исследования, проводимые с привлечением социологии и педагогики, не получили статуса самостоятельной дисциплины. Напротив, социально-экономические исследования, сформировавшиеся на стыке социологии и экономики, превратились сегодня в мощную научную дисциплину – экономическую социологию.

Сформированный на границах социологии широкий пласт прикладных (отраслевых) направлений занят как раз такими междисциплинарными, или социальными исследованиями.

Построение программы исследования – это изложение логики и методов анализа объекта соответственно решаемым задачам. Программа – теоретический документ, отвечающий ряду необходимых требований. Направляющее воздействие исходных теоретических положений в эмпирическом исследовании проявляется в постановке целей и задач исследования, а также в выборе методов и процедур по сбору и обработке информации.

Проблемная ситуация, возникающая в процессе практической деятельности, не всегда выливается в постановку научной проблемы. Если практические противоречия можно разрешить уже известными средствами, то в данном случае речь идет о практической проблеме, о поиске способов приложения старых знаний. Принципиальной особенностью научных проблем является получение нового знания, причем в них, как правило, сочетается практический аспект с научным. При решении таких проблем практические действия (практические рекомендации) опосредуются научными исследованиями (теоретическими выводами). Единство научного и практического подходов к исследованию находит свое воплощение в постановке центральных вопросов проблемы. Решить научную проблему – значит получить новое знание или создать теоретическую модель, т.е. концептуальную схему, объясняющую то или иное социальное явление. На основе этого знания вырабатываются рекомендации для решения практических социальных проблем. Промежуточным звеном между проблемой и теоретической моделью является гипотеза. Формулировка гипотезы зависит от проблемы, следовательно, постановка научной проблемы в начале исследования определяет его направление и задает каркас будущей теоретической модели через гипотезу. Важно избегать постановки мнимых проблем, т.е. проблем, либо не отражающих реальной социальной ситуации, либо давно решенных. Чтобы избежать этого, исследователь должен обладать широким кругозором в специальной области и глубоким знанием жизни. Он должен уметь сопоставлять возникающие перед ним проблемы со всем объемом имеющегося теоретического знания и находить им соответствующее место в системе этого знания. Следует опасаться и другой крайности – выдвижения проблем слишком широкого плана.

Составляя программу исследования, следует тщательно отбатывать все ее пункты.

1. Формулировка и обоснование проблемы исследования. Потребность в информации появляется вследствие возникновения реальных противоречий в практике социальной работы и стремления выявить пути и средства их разрешения. О любом процессе, явлении социальной работы не нужно говорить как о проблеме, поскольку далеко не все является социальной проблемой. Говоря о чем-то как о проблеме, нужно дать обоснование, доказать. Тема исследования должна быть как можно уже и четче сформулирована, нужно доказать, что заявленное является социальной проблемой.

2. Определение цели и задач исследования. Любое исследование в социальной работе преследует, прежде всего, практическую цель, т.е. исследование призвано дать информацию для выработки практических рекомендаций. Задачи любого исследования в социальной работе заключают в себе поиск ответов на главный вопрос исследования: «Каковы пути и средства решения исследуемой проблемы?».

3. Определение объекта и предмета исследования. У объекта исследования в социальной работе есть существенная особенность. Объектом исследования, в широком смысле, выступает носитель той или иной социальной проблемы. Объект исследования в социальной работе должен быть сформулирован как можно более конкретно.

Предметом исследования являются те или иные стороны, свойства, признаки, качества, характеристики, проявления объекта. Но это не какие-то случайные свойства, стороны, а те, которые, во-первых, в наиболее полном виде выражают исследуемую проблему, а во-вторых, подлежат изучению, т.е. являются еще не исследованными.

Нет строгого правила, как должен быть сформулирован предмет, но нужно принимать во внимание следующее: предмет социологического исследования в социальной работе предстает как концентрированное выражение взаимосвязи проблемы исследования и объекта исследования. Ошибка, когда предмет исследования формулируется так же, как тема исследования.

4. Интерпретация основных понятий. Следует различать основные виды интерпретации понятий: теоретическую и эмпирическую (операциональную).

Смысл теоретической интерпретации (логического анализа) заключается в том, чтобы точно указать содержание исследуемых терминов. Процесс теоретической интерпретации распадается на ряд этапов:

- 1) выделение базовых понятий, отражающих предмет исследования;
- 2) вычленение понятий меньшей степени общности, установление их связи с базовыми;
- 3) формирование единой системы понятий, отражающей сущность предмета исследования.

Эмпирическая интерпретация предполагает переход от теоретических понятий к процедурам их измерений на конкретном объекте. Это значит, что для каждого понятия надо подобрать эмпирические показатели (индикаторы), позволяющие количественно измерить его. Например, показателями (индикаторами) структуры свободного времени будут величины свободного времени, затрачиваемые на различные виды деятельности (кроме трудовой). По ним можно судить о том, какие виды деятельности в свободное время являются более и менее предпочтительными.

Если показателем (одним из основных признаков) является потребность в видах деятельности в свободное время, то индикаторами выступают виды деятельности в свободное время (занятия спортом, чтение, просмотр ТВ-передач и др.). Далее показателем является степень реализации потребностей в этих видах деятельности, и индикаторами будут индивидуальные оценки студентами возможностей реализации своих потребностей в этих видах досуга. В показатели входит ряд видов удовлетворения потребностей в конкретных видах досуга, а индикатором является оценка этой удовлетворенности.

Интерпретация понятий осуществляется на основе системного анализа объекта исследования. Такой анализ предполагает структурирование, «разложение» изучаемой проблемы на составные части, чтобы уточнить наши представления об объекте, установить его причинно-следственные и функциональные связи.

Системный анализ может иметь несколько видов:

- структурная операционализация (структурирование объекта, расчленение его на составные части);
- факторная операционализация (выявление основных факторов, воздействующих на объект);
- функциональная операционализация (выявление основных функций объекта);
- генетическая операционализация (выявление основных этапов развития объекта).

М. К. Горшков и Ф. Э. Шереги приводят примеры первых двух видов операционализации, если предметом исследования является инвестиционное поведение. Основными структурными составляющими этого предмета являются потенциальное поведение (установки на инвестирование) и реальное (структура инвестиций). В первый вид поведения входят: наличие установки на инвестирование,

ожидание от инвестиций, мотивация инвесторов. Во второй – объекты инвестирования (компании, фонды, недвижимость и др.) и характер инвестирования (сроки, регулярность, правовая форма).

Факторная операционализация в данном примере включает такие факторы, которые могут оказать прямое или косвенное воздействие на изучаемое явление, т.е. на инвестиционное поведение населения или юридических лиц.

В субъективные факторы входят:

– социально-демографические характеристики (пол, возраст, образование, социальное и семейное положение);

– уровень информированности (интерес к информации, к рекламе, информированность о фондах, рынке ценных бумаг и др.);

– правовая культура (знание правовых норм, умение оценить степень риска);

– отношение к объектам инвестирования (оценка имиджа фондов, компаний, предметов инвестирования);

– источник инвестирования (личные накопления, займы, ценные бумаги и др.).

В объективные факторы входят:

– рыночная конъюнктура (дивиденды на вклады, спрос на займы, на недвижимость);

– объекты инвестирования (наличие фондов, банков, конкуренция на рынках ценных бумаг, котировка валют);

– государственные правовые факторы (защита интересов инвестора, налоговая политика).

5. Формулирование гипотез исследования. Гипотеза – это научное предположение, выдвигаемое для объяснения каких-либо социальных фактов, явлений, процессов, которые в ходе исследования нужно подтвердить или опровергнуть. Гипотеза не должна касаться очевидных, не требующих доказательств вещей. Формулируется общая гипотеза, касающаяся предположения о главных результатах исследования, а под основную гипотезу выдвигаются и формулируются рабочие гипотезы.

Гипотеза – это предварительное решение проблемы, правильность которого нужно проверить.

Различают следующие виды гипотез:

1) по задачам – основные и неосновные гипотезы;

2) по степени обобщения – гипотезы-основания и гипотезы-следствия;

3) по содержанию – описательные и объяснительные гипотезы.

При разработке гипотез всегда надо представлять, каким образом можно собрать материал для проверки. В гипотезе не должно быть понятий или признаков, которые невозможно выразить в эмпирических показателях, т.е. все признаки в гипотезе должны быть такими, чтобы можно было их перевести в количественные показатели и индикаторы.

ТЕМА 6. МЕТОДИКА И ТЕХНИКА СБОРА ПЕРВИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

В социальных исследованиях могут применяться различные методы сбора эмпирической информации. Рассмотрим наиболее часто используемые в обзорном варианте, а затем каждый из них будет описан более подробно.

Методы сбора информации делятся на две основные группы – опросные (анкетирование и интервью) и неопросные (наблюдение, анализ документов, эксперимент, анализ случая и некоторые другие). В свою очередь, каждый метод делится на несколько разновидностей по способу проведения. Анкетный опрос может быть групповой или индивидуальный, очный или заочный, массовый или экспертный. Интервью бывает свободное или стандартизированное, групповое или индивидуальное, прямое или опосредованное. При анкетировании опрашиваемый сам заполняет вопросник в присутствии анкетера или без него. Интервью предполагает личное общение с опрашиваемым, когда интервьюер сам задает вопросы и фиксирует ответы. В зависимости от источника информации различают опросы массовые и специализированные (или экспертные). В первом случае источником информации выступают представители больших социальных групп, во втором случае главный источник информации – компетентные лица, обладающие необходимыми для исследователя профессиональными и теоретическими знаниями либо жизненным опытом, которые позволяют им делать авторитетные заключения. Участников массовых опросов называют респондентами.

Сложность и качество проведения опроса зависит от многих обстоятельств: содержания анкеты или интервью; качества работы анкетера или интервьюера, организующего и непосредственно обеспечивающего заполнение анкет; ситуации опроса, его условий, которые должны быть максимально благоприятными для спокойной и сосредоточенной работы респондента; психологического состояния респондента на момент опроса.

Метод опроса, опирающийся на достаточное число обученных анкетеров или интервьюеров, позволяет в максимально короткие сроки опрашивать большие совокупности людей и получать разнообразную информацию. К опросу обращаются в том случае, когда изучаемая проблема недостаточно обеспечена документальными

источниками, либо такие источники вообще отсутствуют. Опрос незаменим в тех ситуациях, когда изучаются содержательные характеристики массового и индивидуального сознания, социальных или межличностных отношений, которые мало поддаются или вообще не поддаются прямому наблюдению. Он используется при изучении состояния и уровня развития общественного мнения, социально-психологических факторов. Кроме того, опрос применяется в качестве контрольного (дополнительного) метода, т.е. для расширения возможностей описания и анализа изучаемых характеристик и для перепроверки данных, полученных другими методами.

Наблюдение – метод сбора первичной информации путем прямой и непосредственной регистрации исследователем событий и фактов. Научное наблюдение требует постановки четкой цели и планирования. Особенность наблюдения в социальных науках состоит в том, что непосредственно видеть и фиксировать можно только факты, относящиеся к внешнему поведению. Мысли, мнения, ценностные ориентации наблюдать невозможно. Правильность результатов наблюдения зависит не только от точности регистрации фактов поведения, но и от их истолкования. Наблюдение обычно применяется, когда необходимо получить первоначальное представление о какой-либо стороне поведения, выдвинуть предположение о ее социальных причинах.

Научное наблюдение отличается от обыденного следующими особенностями: подчинено ясной исследовательской цели и четко сформулированным задачам; планируется по заранее обдуманной процедуре; все данные фиксируются в протоколах или дневниках по определенной системе; информация, полученная путем наблюдения, должна поддаваться контролю на обоснованность и устойчивость. Об использовании метода наблюдения как познавательного инструмента можно говорить лишь в том случае, когда выделены задачи и гипотезы, определены объект и предмет наблюдения, а также категории, единицы, условия наблюдения, подготовлен инструментарий (дневник, протокол, аудиовизуальные технические средства фиксации и т.д.).

Анализ документов – метод исследования, при котором источником информации служат текстовые сообщения, содержащиеся в любых документах: протоколах, письмах, докладах, резолюциях и решениях, публикациях, а также в иллюстрациях, художественных

произведениях, видеоматериалах. Данный метод позволяет получить информацию о прошедших событиях, когда непосредственное наблюдение или опрос участников уже невозможны. Изучение по документам одного и того же явления на протяжении многих лет позволяет установить тенденции и динамику его развития.

Анализ документов ставит сложную проблему достоверности информации и надежности документов. Она решается в ходе отбора документов для определенных исследований и в ходе внешнего и внутреннего анализа содержания документа. Внешний анализ – изучение обстоятельств возникновения документа. Внутренний анализ – изучение особенностей содержания, стиля документа. Следует различать, о чем идет речь: о фактических событиях, изложенных объективно и беспристрастно, или об оценке этих событий кем-то. Мнения и оценки обладают меньшей достоверностью и надежностью по сравнению с фактуальной информацией. Анализ документов широко применяется в качественных исследованиях, где выступает важнейшим средством сбора уникальных данных, недоступных другим видам исследования. В социологии различают два главных вида анализа документов: качественный анализ, который еще называется традиционным, и количественный анализ, именуемый по международной классификации контент-анализом.

Полевая работа не является для социального работника единственной техникой исследования. Исследователь на полевом этапе исследования почти одновременно наблюдает, говорит с участниками событий и действий, которые наблюдает, и знакомится с относящимися к проблеме исследования документам.

Столь разнообразные источники информации используются в исследовании потому, что нет и не может быть одного единственного источника, которому можно было бы доверять в достаточной степени для того, чтобы составить полное представление о происходящих событиях и их участниках.

Только используя комбинацию методов наблюдения, интервьюирования и анализ документов, исследователь – социальный работник – имеет возможность проверить и перепроверить свои выводы. Каждый тип данных имеет свои достоинства и недостатки. Использование комбинаций разных типов данных увеличивает общую валидность результатов исследования, поскольку достоинства одного метода исследования могут компенсировать недостатки другого.

Ограниченность наблюдения в исследовании проявляется в том, что исследователь может влиять на наблюдаемую им ситуацию, сам этого не замечая и не осознавая. На результаты наблюдения могут влиять особенности восприятия и предпочтения исследователя. Наблюдения ограничены тем, что фокусируются только на внешних проявлениях поведения респондента – исследователь не может читать мысли других людей. Кроме того, результаты наблюдения часто ограничены небольшим числом наблюдений и временем, которым располагает исследователь для наблюдения.

Следовательно, пробелы в наблюдениях могут быть компенсированы данными других источников исследования и только тогда можно решить, в какой степени наблюдения в полевом исследовании можно считать репрезентативными.

Интервью также является ограниченным источником получения достоверных данных, поскольку респонденты говорят только о своем собственном восприятии и взглядах на то, что происходит. Их точка зрения может быть искаженной из-за личных склонностей, гнева, смущения, политических соображений или просто из-за недостатка личного опыта и знаний. На результаты интервью может сильно повлиять эмоциональное состояние респондентов во время опроса.

На достоверность данных, получаемых в ходе интервью, влияют забывчивость респондента, его нежелание говорить о некоторых вещах по соображениям личной безопасности, а также возможное психоэмоциональное воздействие на него интервьюера.

Вместе с тем, наблюдение обеспечивает проверку того, о чем говорится в ходе интервью. Но, с другой стороны, интервью позволяет исследователю попытаться проникнуть через внешние проявления поведения во внутренний мир респондента.

Документы могут содержать различные фактические ошибки. Они могут быть неполными и неточными, освещать выборочно лишь отдельные аспекты исследуемой проблемы. Письменные документы часто содержат полезную информацию, которая относится к одному аспекту, и ничего не говорят о других, не менее важных сторонах социальных явлений.

Тем не менее документы позволяют исследователю получить представление о тех процессах и явлениях практической социальной работы, которые трудно или невозможно наблюдать, и о том, о чем нет возможности спросить респондента.

Если исследователь – социальный работник – использует различные источники получения данных, то он будет опираться на сильные стороны каждого метода исследования, минимизируя влияние не самых сильных сторон каждого способа сбора необходимых для достижения цели и задач исследования данных.

Такой триангуляционный подход к полевым исследованиям в социальной работе (комбинация трех взаимосвязанных качественных методов исследования) увеличивает как валидность, так и надежность получаемых в ходе исследования данных.

ТЕМА 7. АНКЕТНЫЙ ОПРОС

Социальному работнику часто необходима информация о таких явлениях и процессах практической социальной работы, которые недоступны прямому наблюдению и не находят достаточно полного отражения в различных документах, используемых в социологическом анализе.

Например, информация о мотивах, интересах, предпочтениях людей, лежащих в основе их поведения, жизненных планах, структуре отношений с другими людьми, о семейной жизни и бытовых вопросах и др. Получить такую информацию можно с помощью метода анкетного опроса, который является средством получения данных о состоянии общественного мнения, состоянии сознания и поведения людей.

Метод анкетного опроса, основанный на правильно спланированной выборке, оказывается весьма экономичным, поскольку позволяет по сравнительно небольшим совокупностям опрошенных судить о состоянии и тенденциях развития процессов на изучаемом объекте в целом.

Возможности стандартизации вопросов анкеты (применение закрытых вариантов формулировок вопросов) позволяют получать унифицированное описание индивидуальных единичных высказываний клиентов социальных служб. Важным достоинством метода является широта охвата разнообразных сфер практической социальной работы, он часто воспринимается как универсальный.

Однако, обращаясь в исследованиях по социальной работе к этому методу, необходимо учитывать, что информация, полученная социальным работником от респондентов, отражает изучаемую реальность в том виде, как она преломилась в их сознании. Поэтому не всегда можно ставить знак равенства между практической социальной работой как объективной реальностью, выступающей предметом исследования, и данными, отражающими мнения респондентов о фактах их поведения и сознания, о событиях, явлениях их повседневной жизни. Социальному работнику следует всегда учитывать возможные смещения, связанные с особенностями отражения социальной и повседневной жизни в сознании респондентов, а также направления и размеры этих смещений.

В основе метода анкетного опроса лежит совокупность вопросов, предлагаемых респонденту, ответы которого и образуют необходимую для исследователя (социального работника) информацию.

Анкетный опрос представляет собой сложную разновидность социально-психологического общения. Связь между главными его участниками – социальным работником и клиентом (или его ближайшим окружением) – обеспечивается с помощью различных промежуточных звеньев, влияющих на качество получаемых социологических данных.

Во-первых, это анкета (вопросник), в которой с помощью вопросов эмпирически описывается изучаемая проблема, переведенная во многом на язык обыденного сознания респондентов.

Во-вторых, это анкетер, непосредственно обеспечивающий заполнение вопросника каждым респондентом. При анкетировании респондент сам заполняет вопросник после соответствующего инструктажа, проведенного анкетером.

В-третьих, это ситуация анкетного опроса, его условия, складывающиеся из житейских ситуаций респондентов на момент опроса, их эмоциональных состояний, их норм, обычаев и традиций, представлений, и отношения респондентов к опросу.

Таким образом, анкетный опрос – это метод получения первичной социологической информации, основанный на письменном обращении к исследуемой совокупности людей с вопросами, содержание которых представляет проблему исследования в социальной работе на эмпирическом уровне.

Критерии качества данных анкетного опроса. Качество социологических данных, которые будут получены социальным работником, в значительной мере зависит от качества применявшейся методики анкетного опроса. Вопросник, т.е. инструмент, предназначенный для сбора первичных социологических данных, считается надежным в том случае, если он обоснован относительно целей его использования, т.е. обеспечивает получение искомой информации; дает достоверную, т.е. адекватно отражающую изучаемые аспекты практической социальной работы, информацию и дает устойчивые данные, т.е. данные, воспроизводимые при повторении исследования в аналогичных условиях и ситуациях.

Для получения достоверных данных необходимо, чтобы респондент: воспринял нужную информацию; правильно понял ее; смог вспомнить, если требуется, какие-то события прошлого; выбрал или сформулировал в анкете ответ, соответствующий его мнению или фактическому положению дел. Необходимо также, чтобы он не только мог, но и хотел искренне ответить на вопросы анкеты.

Социальному работнику следует учитывать, что назначение анкеты в том, чтобы с ее помощью замерить определенные переменные, имеющие отношение к предмету исследования, например, мнения или жизненные установки респондента по интересующему исследователя вопросу, некоторые социально-демографические характеристики респондентов и др.

Анкету как инструмент исследования в социальной работе характеризуют следующие нормативы:

1) нейтральность. Степень нейтральности инструмента анкетного опроса определяется ответом на вопрос: зависит ли оценка конкретной характеристики, получаемой при помощи данного инструмента, только от степени ее выраженности, или же на ее значение влияют какие-то дополнительные факторы?

Обеспечение этого требования при конструировании вопросов анкеты связано с учетом различных социально-психологических факторов, влияющих на формирование ответа респондента;

2) доступность. Смысл этого норматива состоит в том, чтобы все респонденты, участвующие в конкретном анкетном опросе, могли понять содержание вопросов анкеты;

3) различающая способность. Инструмент анкетного опроса, т.е. анкета, должен быть сконструирован таким образом, чтобы мог фиксировать с необходимой степенью дробности различия среди респондентов относительно измеряемых характеристик.

Основные фазы анкетного опроса. Для оптимизации анкетного опроса с точки зрения достоверности получаемых данных выделяются его основные фазы: адаптация и достижение поставленной цели, т.е. сбор основной информации, необходимой для решения поставленных в исследовании задач.

Любой анкетный опрос начинается с фазы адаптации, в процессе которой реализуются две важные цели: создание у респондента мотивации ответить на вопросы анкеты и подготовка его к участию в исследовании. В соответствии с целью исследования формулируется вводное обращение к респонденту, которое должно соответствовать определенной системе его мотивов. Принципиально важно соблюдать принцип добровольности участия респондентов в опросе, а также объяснить, что анкетирование анонимно и результаты будут использованы только в обобщенном виде.

Типы и виды вопросов анкеты. Многообразие вопросов анкеты, предлагаемых респонденту, можно упорядочить в трех направлениях с точки зрения:

- 1) цели, с которой предлагается вопрос в анкете;
- 2) наличия или отсутствия в анкете возможных ответов;
- 3) содержания вопросов анкеты.

В зависимости от цели анкетного опроса вопросы анкеты подразделяются на типы: тип содержательных (или результативных) вопросов и тип функциональных вопросов.

С помощью результативных вопросов социальный работник – исследователь делает вывод об определенных явлениях и процессах в практической социальной работе и их взаимосвязях. Для функциональных вопросов на первом месте находится функция оптимизации, упорядочения проведения анкетного опроса. Выделяются основные виды функциональных вопросов: функционально-психологические вопросы, вопросы-фильтры и контрольные вопросы.

Функционально-психологические вопросы используются для снятия напряжения у респондента в ходе анкетного опроса, а также для перехода от одной темы анкеты к другой.

Вопросы-фильтры. Прежде, чем предложить респонденту в анкете содержательный вопрос, целесообразно при составлении анкеты учесть, будет ли он относиться к той социальной группе, для представителей которой предназначен этот вопрос. В противном случае вопросы анкеты будут предложены не тем людям, для которых они предназначены, что повлечет за собой смещение результатов исследования.

Контрольные вопросы получили широкое распространение в практике социологических исследований в социальной работе, поскольку их назначение состоит в проверке достоверности получаемых в ходе анкетного опроса данных. Контрольные вопросы могут выполнять в анкете различные функции. С их помощью можно контролировать ответы респондента на одну тему, они могут служить основанием для определения степени доверия респондента к анкете в целом или к отдельному вопросу анкеты.

Необходимо понимать, что контрольный вопрос не должен следовать сразу за тем вопросом, ответ респондента на который он контролирует. Это связано с тем, что ответ респондента на каждый последующий вопрос анкеты находится под влиянием содержания предыдущего вопроса и его ответа на него.

Вопросы анкеты делятся по структуре на открытые и закрытые в зависимости от того, предлагаются ли респонденту после их формулировки возможные варианты ответов.

К закрытым вопросам относятся вопросы анкеты, в которых респонденту предлагается выбрать один или несколько возможных вариантов ответов. Ему предлагается каким-либо образом пометить выбранный вариант ответа или ответы в анкете.

Существует несколько видов закрытых вопросов: «да – нет» вопросы, альтернативные вопросы и вопросы меню. Важной характеристикой альтернативного вопроса в анкете является то, что предполагаемые на него варианты ответов носят взаимоисключающий по содержанию характер.

От альтернативного вопроса в анкете следует отличать вопрос-меню. Этот вид вопроса позволяет респонденту выбрать несколько вариантов ответа, и в том состоит его коренное отличие от альтернативного вопроса, ответ на который предполагает выбор респондентом только одного варианта. Респондент может выбрать в вопросе-меню один, два или больше вариантов ответов. Вопросы-меню могут составляться таким образом, что допускается выбор лишь ограниченного числа ответов.

Полузакрытый вопрос. Если у составителя анкеты нет уверенности в том, что для выражения своего мнения респонденту достаточно предлагаемого списка возможных ответов, то в этом случае в анкете целесообразно применение полузакрытого вопроса. Он предоставляет респонденту возможность ответить по-своему. Однако опыт проведения анкетных опросов свидетельствует, что респонденты, как правило, ограничиваются предложенными вариантами ответов. Поэтому полузакрытый вопрос во многих случаях по своим возможностям получения информации равен закрытому вопросу анкеты.

Открытые вопросы анкеты не предлагают респонденту возможных вариантов ответов, и ответы на них полностью записываются им в анкете самостоятельно. Количество свободного места или число линий, оставляемых для ответа на каждый открытый вопрос в анкете, помогает респонденту определить, насколько обстоятельный по содержанию ответ хотят от него получить составители анкеты.

Содержание вопросов. По заключенному в них содержанию вопросы анкеты подразделяются на вопросы о фактах; вопросы о знаниях; вопросы о мнениях, установках, мотивах поведения.

К вопросам о фактах в анкете могут относиться демографические вопросы: возраст, пол, профессия, состав семьи, социальное

положение респондента и др. Задавая в анкете вопросы о фактах прошлого, следует помнить о возможных ошибках памяти респондента.

При выяснении знаний респондента по конкретной проблеме не следует спрашивать: «Знаете ли Вы...?» Дело в том, что респонденту легче ответить «знаю», чем сознаться в незнании. Вместо такого общего вопроса в анкете могут быть несколько вопросов по отдельным аспектам исследуемой проблемы.

Получение в анкетном опросе информации о мнениях, установках и мотивах респондента сопряжено с более значительными трудностями, чем исследование фактов и знаний.

Основная проблема при выяснении мнения респондента заключена в соответствии содержания вопросов анкеты степени его информированности. Вполне допустима ситуация, при которой респондент не имеет необходимого количества информации или вообще никогда не сталкивается с тем явлением, процессом или событием, о котором выясняется его мнение. Для отсева таких респондентов в анкете можно использовать вопросы-фильтры.

В ходе подготовки анкетного опроса социальному работнику приходится принимать ряд решений. Прежде всего, следует решить, какие именно вопросы войдут в анкету, в каком порядке они будут представлены в анкете, насколько эти вопросы должны быть детализированы по содержанию. Все эти обстоятельства требуют решения, правильность которого во многом определяет качество полученной в ходе анкетного опроса информации.

Можно выделить основные типы содержания вопросов анкеты, которые могут встретиться практически в любом случае проведения анкетного опроса.

1. Опыт и поведение. Вопросы анкеты этого типа по своему содержанию имеют отношение к тому, что респондент делает или уже сделал. Они направлены на точное воспроизведение предыдущего жизненного опыта, поведения, действий и поступков респондента.

2. Мнения и оценки. Вопросы анкеты этого типа по содержанию ориентированы на понимание тех или иных процессов и явлений практической социальной работы и их интерпретацию респондентом. Ответы на эти вопросы помогают социальному работнику понять то, что респонденты думают о тех или иных «вещах» – целях, намерениях, желаниях и оценках: «Что Вы думаете о ...?», «Каково Ваше мнение о ...?».

3. Чувства. Вопросы анкеты этого типа по содержанию направлены на понимание эмоционального отношения респондентов к их

жизненному опыту и мыслям. Принято считать, что чувства представляют эмоциональный отклик респондентов на то, что происходит с ними или вокруг них. Чаще всего для выявления чувств в формулировках вопросов анкеты используют прилагательные. Если социальный работник собирается понять то, что думает респондент, ему следует в анкете разместить вопросы о мнениях, верованиях и суждениях респондента, но не о его чувствах.

4. Ощущения. Вопросы анкеты этого типа по содержанию представляют собой вопросы о том, что респондент ощущает с помощью своих органов чувств. Предлагая «сенсорные вопросы» анкеты, социальный работник пытается с их помощью определить стимулы, которые влияют на респондента.

5. Демографические и фоновые вопросы. Вопросы анкеты этого типа по содержанию касаются выяснения идентифицирующих характеристик респондента. Ответы на них помогают сравнить респондента – клиента социальной службы – с другими людьми из его окружения. Стандартные фоновые вопросы анкеты касаются возраста, пола, образования, занятия, места жительства и др.

Формулировка вопросов анкеты. Этот этап разработки анкеты требует особого внимания социального работника, поскольку он во многом определяет достоверность получаемой в ходе анкетного опроса информации. Неправильная формулировка вопроса анкеты может привести к сильному смещению результатов исследования в целом.

Социальный работник обязан сделать все возможное, чтобы респондент точно знал, о чем именно его спрашивают. «Одноствольные» (или «односмысловые») вопросы помогают сделать анкетный опрос более доступным для респондента и результативным для социального работника. Но есть и другие факторы, которые влияют на уровень понимания респондентом задаваемых в анкете вопросов.

Во-первых, ясность вопросов анкеты будет зависеть от понимания того, какие термины используются в анкетном опросе. Те вопросы, которые сформулированы на языке респондентов, как правило, кажутся им наиболее ясными и доступными для понимания. Во-вторых, использование слов, имеющих понятный смысл для респондента слов, которые отражают его взгляд на происходящее с ним и вокруг него, заметно улучшает качество данных, полученных в ходе анкетного опроса.

В противном случае ответ на неясный для респондента вопрос не будет иметь никакого смысла или исследователь не получит от респондента никакого ответа вообще.

Таким образом, вопросы анкеты и ответы на них должны быть сформулированы таким образом, чтобы респондент правильно понял их, выбрал адекватный ответ, смог при необходимости письменно выразить ответ на открытый вопрос анкеты или вопрос в полужакрытой форме.

Как уже было отмечено, для того чтобы респондент понял вопрос, его нужно сформулировать с учетом используемой респондентом лексики. Не следует использовать в анкете трудные для восприятия и неясные формулировки вопросов, все слова в формулировке вопроса должны быть понятны даже для наименее образованного и интеллектуально развитого респондента.

После того, как респондент понял содержание вопроса, вспомнил необходимые для ответа события и обстоятельства, он выбирает ответ на вопрос анкеты. Основными факторами, определяющими этот выбор, являются социально-психологические характеристики респондента: нормы и стиль поведения, жизненные установки и ценности. При формулировании вопросов анкеты нужно стремиться к тому, чтобы эти характеристики не привели к выбору неадекватного ответа.

Существуют эмоционально окрашенные слова, т.е. слова, которые определенным образом отражают содержание общепринятых в обществе норм, ценностей, установок. Поэтому при формулировке вопросов анкеты социальному работнику необходимо обращать внимание на следующее: не несет ли вопрос в себе чрезмерную эмоциональную нагрузку?

Другими словами, в формулировке вопроса анкеты не должны проявляться мнения, ценности и установки исследователя – составителя анкеты, поскольку они могут вызвать сильное смещение ответов в пользу его точки зрения.

Практика проведения анкетных опросов показывает, что из предложенных вариантов ответов на вопросы-меню анкеты респондент чаще всего фиксирует первый и последний варианты ответа (с перевесом в сторону первого, т.е. респонденты выбирают ответы в начале предлагаемого перечня) и преимущественно выбирает положительный ответ.

Поэтому при составлении вопросов анкеты варианты ответов должны быть расположены так, чтобы они не были представлены в анкете ни в логической последовательности, ни в порядке их значимости. Самым лучшим является расположение в анкете вариантов ответа на вопрос в случайном порядке.

Последовательность вопросов в анкете. Последовательность вопросов определяется в значительной мере целями и задачами каждой фазы анкетного опроса. Как правило, анкета начинается с контактных вопросов, затем идут содержательные вопросы, которые чередуются с вопросами-фильтрами, контактными, контрольными вопросами. Но какова при этом последовательность в анкете самих содержательных вопросов?

Существует мнение, что такие вопросы не обязательно должны располагаться в определенной строгой логической последовательности. Это объясняется тем, что в некоторых случаях логически последовательное расположение вопросов формирует у респондента определенную установку, искажающую его действительное мнение о чем-либо.

В результате логически правильно соединенные между собой вопросы анкеты по одной теме могут влиять друг на друга. В этом случае такие содержательные вопросы, возможно, будет более правильным размещать в различных местах анкеты.

В современных исследованиях широкое распространение получило групповое анкетирование, которое проводится чаще всего по месту работы, учебы или стационарного нахождения респондентов. Эта разновидность анкетного опроса имеет определенные организационные преимущества, она оперативна и проста, позволяет одному анкетеру в короткий срок опросить значительное количество людей, имеющих отношение к исследуемой проблеме.

Анкетирование в целом считается наиболее оперативным видом социологического опроса в социальной работе. При этом следует помнить, что анкетирование имеет свои особенности, одни из которых являются достоинствами, а другие могут в известной мере считаться «слабыми местами». Оно не является универсальным видом социологического опроса в социальной работе. В некоторых случаях с помощью анкеты собирается основная информация, в других ситуациях анкетирование выступает дополнительным методом исследований в социальной работе.

ТЕМА 8. ИНТЕРВЬЮ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

Интервью – особый вид общения исследователя с респондентом, применяемый в качестве метода сбора информации. В основе интервью лежит диалог. При этом роли участников закреплены, нормированы, а цели заданы программой и задачами исследования.

Процедура интервью предполагает:

а) выбор объекта (т.е. лица, с которым следует проводить интервью);

б) определение места и времени проведения интервью;

в) запись ответов и окончательное оформление материалов.

Если сравнивать анкетирование и интервьюирование, то можно обозначить некоторые преимущества последнего по отношению к анкетированию:

– вопросов без ответов в нем практически не бывает;

– неопределенные или противоречивые ответы могут быть уточнены;

– имеется возможность наблюдения за респондентом и фиксации не только его вербальных ответов, но и невербальных реакций;

– получаемая информация полнее, глубже и достовернее по сравнению с анкетой.

Наряду с неоспоримыми преимуществами описываемого метода существуют определенные его минусы:

– его малая оперативность;

– существенные затраты времени;

– необходимость нанимать большое количество интервьюеров;

– невозможность его использования в ситуациях краткосрочных массовых опросов.

Типология интервью. Все множество видов, подвидов и разновидностей подвидов интервью специалисты располагают на нескольких континуумах. В научной литературе предлагаются следующие шкалы:

– качественные – количественные;

– жесткие – мягкие;

– стандартизированные – нестандартизированные;

– структурированные – неструктурированные;

– формализованные – неформализованные;

– направленные – ненаправленные;

– фокусированные – нефокусированные;

- директивные – недирективные;
- личные – групповые;
- открытые – закрытые интервью и др.

Если присмотреться к предлагаемым континуумам интервью внимательнее, то окажется, что некоторые типологии пересекаются, нестрого разграничиваются, а иногда означают одно и то же, но выраженные разными словами. Так, стандартизация, формализация и структурированность как основания классификации видов интервью весьма близки, особенно первые два, и нередко употребляются как синонимы.

В зависимости от **степени стандартизации** вербального диалога выделяют два основных вида интервью:

1. *Формализованное интервью* (беседа по детально разработанной программе, включающей в себя последовательность и конструкции вопросов, варианты возможных ответов) с закрытыми и открытыми вопросами. Этому виду можно было бы дать максимальную оценку по шкале стандартизации, если бы мы ее построили.

2. *Неформализованное интервью* (длительная беседа по общей программе, но без уточнения конкретных вопросов, с минимальной детализацией поведения интервьюера). Оно характеризуется минимальным уровнем стандартизации.

В процессе формализованного интервью всем респондентам задаются одни и те же вопросы. Эти вопросы формулируются заранее, равно как и ответы, которые можно на них получить. Вопросы и ответы напечатаны на листе интервьюера и располагаются они в той последовательности, в которой их следует задавать в ходе интервью. Основная цель данного интервью совпадает с целью структурированного интервью в количественных исследованиях – минимизировать эффект интервьюера.

Вопросы в формализованном интервью должны зачитываться так, как они сформулированы в опроснике, и произноситься в одной и той же манере. Такова аксиома этого вида опроса. Нарушение принципа единообразия задаваемых вопросов лишает исследователя возможности впоследствии формализовать данные. Качество работы интервьюера во многом определяется качеством вопросника и инструкции к нему, разработанных исследователем.

Формализованное интервью с открытыми вопросами предусматривает меньшую степень стандартизации поведения респондента и интервьюера. Строго обязательными здесь являются план

интервью, последовательность вопросов и их формулировки в открытой форме (варианты ответов не нормируются). Интервьюер воспроизводит вопросы без каких-либо отклонений от заданных исследователем формулировок, а респондент дает ответы в свободной форме. Однако регистрируют их не как попало, а в стандартном и предусмотренном инструкцией виде.

Иногда такое интервью путают с другой разновидностью – свободным интервью, где нет даже плана предстоящей беседы. Открытые вопросы – не повод для свободы, но лишь еще большее ограничение для интервьюера, у которого возрастает риск повлиять на мнение респондента. Самодисциплина и ответственность в этом случае должны только повышаться.

Формализованное интервью представляется более систематичным, облегчает анализ собранных данных. Кроме того, используемый в ходе интервьюирования инструмент (бланк интервью) становится доступным для тех, кто заинтересован в проверке качества полученной информации. Немаловажно и то, что время интервьюеров и респондентов используется гораздо эффективнее.

Однако такое интервью не позволяет исследователю касаться тем и вопросов, о существовании которых не было известно до начала исследования, не позволяет учесть индивидуальные особенности респондентов.

По числу обсуждаемых тем виды интервью подразделяются:

1) на *фокусированное (направленное)* интервью (подробное обсуждение одной темы, с которой респондент заранее ознакомлен, может быть формализованным и неформализованным). На воображаемой шкале стандартизации этот вид занял бы промежуточное положение, поскольку представляет собой следующую ступень к уменьшению предписанности и несвободы во взаимодействии интервьюера и опрашиваемого;

2) *нефокусированное (ненаправленное) интервью*, где нет предметного единства, общей темы или исследовательского замысла. Здесь вопросы на самые разные темы перемежаются друг друга, не образуя логической последовательности.

Фокусированным, на наш взгляд, является лишь такое интервью, которое посвящено одной теме и позволяет ее рассматривать с разных сторон.

По количеству респондентов виды интервью подразделяются:

1) на *индивидуальное, или личное*, интервью (беседа тет-а-тет интервьюера с одним опрашиваемым в доверительной обстановке при отсутствии посторонних наблюдателей);

2) *групповое* интервью (беседа одного интервьюера, который в этом случае называется модератором, с несколькими людьми для выяснения коллективного мнения, установления общей точки зрения на предмет). Главные разновидности – фокус-группа и мозговая атака.

По стилю ведения интервью делятся на *жесткие* и *мягкие*.

В социальной работе жесткое интервью вряд ли будет оправдано. Наиболее распространено мягкое интервью, предполагающее эмпатийное, вежливое обращение с опрашиваемым.

Еще одним дополнительным критерием классификации выступает **место проведения** интервью (по месту жительства, по месту учебы, по месту работы и т.д.).

В практике социальных исследований широко используются такие понятия, как «качественное» интервью, «свободное» интервью.

Так называемое «*качественное*» интервью целесообразно проводить в том случае, когда исследователь (социальный работник) хочет узнать, понять то, что не поддается прямому наблюдению. В ходе наблюдения исследователь не может зафиксировать чувства респондента, его мысли, намерения, не может сделать это в том объеме, в каком необходимо.

Исследователь не может наблюдать поведение респондента в прошлом. Об этом приходится спрашивать, интервьюируя респондента. Задача интервьюера – дать возможность собеседнику рассказать о своем внутреннем мире, переживаниях, представлениях, которые у него сложились.

«*Свободное*» интервью применяется в тех случаях, когда исследователь только приступает к определению проблемы исследования, уточняет ее содержание. Такое интервью по своей научно-познавательной функции следует назвать предварительным или подготовительным. Подготовительное интервью используется для изучения словаря респондентов, типов реакции на вопросы, типов противодействий, которые оказывают респонденты при тех или иных вопросах, и т.д.

Свободное интервью проводится без заранее подготовленного вопросника или разработанного плана беседы; определяется только тема, которая и предлагается для обсуждения. Направление беседы,

ее логическая структура, последовательность вопросов, их формулировки – все зависит от индивидуальных особенностей того, кто проводит опрос. Полученная информация не подвергается статистической обработке, она ценна своей уникальностью.

При проведении подобного опроса предполагается предварительная разработка примерных ключевых направлений беседы. Формулировка вопросов, а также их последовательность вырабатываются в процессе интервью в зависимости от индивидуальных особенностей опрашиваемого. Свободное интервью призвано уловить, помимо рационально организованной информации, непосредственные реакции индивида.

На свободное интервью очень похож *метод беседы*. И тот, и другой методы являются беседами как таковыми, но между ними нужно видеть различия. Во время проведения опроса методом беседы собеседники находятся в равном положении. Активность исследователя не обязательна, он может не задавать вопросов, а только слушать. Нет и официальной ситуации опроса, предполагающей необходимость получения определенной информации. Различие между методом свободного интервью и беседы может быть раскрыто следующим образом: интервью в большей мере ориентировано на субъект-объектный подход (субъектом является интервьюер, а объектом – респонденты), беседа же – субъект-субъектное взаимодействие. Цель беседы – получить представление об интересах респондента, его взглядах, трудностях. Совместное обсуждение обозначенных в ходе беседы вопросов позволяет понять, чем они вызваны, как они переживаются, видится ли путь их решения и если видится, то какой именно.

Метод беседы незаменим, когда речь идет об интимных отношениях, деликатных вопросах и т.п. Специалисты советуют: повсюду, где главной чертой выступает уникальность объекта исследования, предпочтение надо отдавать гибким, неформализованным приемам, в том числе методу беседы.

Разновидностью свободного интервью выступает *нарративное интервью*, представляющее собой произвольное повествование о жизни рассказчика без всякого вмешательства со стороны интервьюера, кроме возможных междометий удивления или одобрения, которые стимулируют и поддерживают нить рассказа.

ТЕМА 9. МЕТОД ФОКУС-ГРУППЫ

В 1956 г. американский социолог Роберт Мертон (1910–2003) издал классическую работу по методам проведения интервью с фокус-группами под названием "*The Focused Interview*" («*Фокусированное интервью*»), в которой были описаны основные принципы применения метода фокус-группы, особенности его использования в качественных исследованиях и анализах полученных результатов. В практике прикладных исследований данный термин используется именно для обозначения конкретного метода группового интервью.

Основные параметры фокус-группового исследования, такие как численность участников, их социальные характеристики, число групп и т.д., определяются двумя факторами: общими методическими требованиями к проведению групповых интервью и целями исследования.

В среднем специалисты рекомендуют количество участников от 6 до 12 человек, так как большее число в групповой дискуссии неэффективно, поскольку беседа в таком случае не поддается контролю. Сессия продолжается в среднем два часа и проходит по нескольким темам, основываясь на заранее составленном плане.

Уменьшение численности фокус-группы ниже минимального предела сдерживает творческое обсуждение, ограничивает количество новых идей, а нередко ухудшает и их качество. Сокращенный вариант группы (4–6 человек) годится лишь в экстремальных ситуациях, например, когда интервью чрезмерно затягивается по срокам, а у участников появляются причины выйти из ее состава; либо при обсуждении очень большого количества вопросов, когда увеличение количества участников грозит хаосом.

Необходимость использования небольших по численности фокус-групп объясняется следующими причинами:

- в большой группе участники имеют меньше времени для выступлений, дискуссии длятся дольше, порой не приводя к должному результату;

- ведущий дискуссии (модератор) в большой группе вынужден действовать директивно, жестко ограничивая во времени ее участников;

- в большой группе многие чувствуют себя менее комфортно, чем в малой, так как их возможности отстаить свою точку зрения снижаются.

Главным фактором, определяющим размер группы, является цель ее проведения, характер обсуждающейся проблемы. Если цель фокус-группы состоит в получении возможно большего количества новых идей, то предпочтительнее крупная группа. Если же мы хотим выявить максимально глубокие и развернутые мнения каждого респондента, то желательно формировать малочисленные группы.

Таким образом, группа не должна быть настолько большой, чтобы стать неуправляемой или препятствовать активному участию большинства членов, но в то же время она не должна быть настолько малой, чтобы не обеспечить существенно больший охват, чем интервью с одним человеком.

Превышение максимально допустимого числа участников (12 человек) ведет либо к возникновению пассивной аудитории, а обмен репликами начинает осуществляться между наиболее инициативными лицами, либо к расколу дискуссии на несколько частных собраний. Фокус-группа должна быть достаточно небольшой, чтобы позволить ее участникам беседовать предельно откровенно.

Состав группы определяется после предварительного отбора (рекрутирования) людей, давших согласие принять участие в исследовании. Чаще всего исследователи подбирают группу, исходя из принципа гомогенности (однородности) – участники группы должны обладать сходными социально-демографическими характеристиками. Необходимо, чтобы участники принадлежали к одному социальному слою и чувствовали себя комфортно в беседе друг с другом. Важно заметить, что целью отбора является гомогенность именно социальных характеристик участников, но не гомогенность взглядов и установок. Нарушение этого принципа может привести к непродуктивной дискуссии.

Состав участников групп устанавливается с учетом следующих характеристик:

- социальная принадлежность (статус): обычно в одну группу включают респондентов, близких друг другу по социальному статусу (при этом в разных группах должны быть представлены все основные слои населения);

- жизненный опыт участников: в одной фокус-группе собираются, как правило, близкие по жизненному опыту люди;

- степень компетентности: респонденты с существенно разной степенью компетентности не должны присутствовать в одной группе;

– потребительские возможности: в одной группе должны быть люди примерно одного уровня финансово-экономических возможностей;

– возраст и семейный статус: в одну группу не следует включать людей разных возрастов (при этом группы должны представлять все возрастные категории);

– культурные различия: желательно не включать в одну группу представителей разных культур;

– пол: большинство исследователей выступает за смешанные по половому признаку фокус-группы;

– точка зрения на обсуждаемую проблему: в одну группу обязательно следует приглашать людей с различными мнениями по вопросам, выносимым на дискуссию.

Основными социальными характеристиками, учитываемыми при определении состава групп, являются: пол, возраст, национальность, образование, род занятий, семейное положение (в некоторых регионах может быть значима и религиозная принадлежность).

Общее число фокус-групп, которое необходимо провести, зависит от исследовательских задач и степени дифференциации целевых групп. Обычно в рамках одного исследования проводится от 2 до 6 фокус-групп. Если существуют бюджетные ограничения, а также при исследовании только одной гомогенной популяции число групп может быть уменьшено до 5 – это минимальное число групп. Тем не менее зарубежные исследователи обходятся и меньшим количеством фокус-групп (3–4).

При определении необходимого количества групп С. И. Григорьев и Ю. Е. Раствов рекомендуют учитывать следующие обстоятельства:

– их должно быть не менее двух, чтобы соблюсти минимум условий сопоставимости мнений их участников;

– количество фокус-групп должно быть достаточным для того, чтобы выявить мнения представителей тех групп населения, которые гипотетически по-разному относятся к изучаемой проблеме;

– увеличение количества групп желательно продолжать, пока в обсуждениях появляются новые мнения, т.е. до тех пор, пока дискуссии не станут повторяться, «идти по кругу».

Первая фокус-группа, в каком бы проекте она ни осуществлялась, неизбежно является пилотажной. После нее осуществляется окончательная доработка программы исследования.

Сколько групп необходимо провести для полноценного изучения одной гомогенной популяции? Ответ на этот вопрос следующий: число фокус-групп надо увеличивать до тех пор, пока объем новой информации, получаемой от каждой последующей группы, не снизится до такой степени, когда дальнейшее их проведение станет бессмысленным.

Процедура проведения. На фокус-группу приглашаются люди, как правило, не знакомые между собой, но объединенные общими интересами, идеями и т.д. В ходе исследования анализируются мнения не просто отдельных индивидов, а группы взаимодействующих людей.

Как правило, фокус-группа длится не более чем 1,5–2 ч. Иногда целесообразно проводить короткие заседания групп (30–40 мин). В исключительных случаях, когда метод фокус-групп играет роль основного способа разработки новых идей, продолжительность группового обсуждения достигает 6–8 ч. В течение этого времени подготовленный ведущий (модератор) руководит беседой, которая проходит вполне свободно, но по конкретной схеме (*topic guide*). Весь процесс фокус-группы записывается на видеопленку. Видеозапись подвергается обработке, в результате которой исследователь получает текст всей дискуссии (транскрипт).

На основе транскрипта пишется аналитический отчет. Видеозапись используется также для того, чтобы учесть при анализе невербальные реакции респондентов. По желанию заказчика ему могут быть предоставлены видеозаписи и транскрипты фокус-групп, содержащие живую речь.

Для того чтобы повысить продуктивность группового интервью, необходимо предъявлять некоторые требования к высказывающимся. Одно из них гласит: респонденты должны ощущать определенный дефицит времени на ответы. Нехватка времени требует высказываться лаконично и по существу. Кроме того, это служит дисциплинирующим началом, позволяя модератору останавливать одного и давать высказаться другому участнику. Количество обсуждаемых на фокус-группе вопросов не должно превышать десяти.

Применяются неструктурированные открытые и закрытые вопросы. Главное, чтобы они позволяли респондентам высказать самые разные точки зрения. Вопросы тщательно продумываются и формулируются, каждый из них должен быть интересным для наибольшего числа участников. В формулировке вопросов мето-

дисты рекомендуют чаще использовать выражения типа «почему это происходит», «при каких условиях такое возможно», «что здесь случилось», например: «Что Вы думаете по поводу обсуждаемой сегодня программы?».

При анализе результатов исследования могут применяться методы контент-анализа и дискурс-анализа. Анализ и интерпретация информации, полученной на фокус-группе, требует высокой квалификации исследователя, его умения систематизировать высказывания участников, в том числе и «случайные», сказанные «не к месту», учитывать групповую динамику, поведение и невербальные реакции респондентов.

Интервью с фокус-группой не является дискуссией или «мозговым штурмом». Это – групповое интервью, участники которого обычно принадлежат к одной социальной группе. Каждый участник фокус-группы слышит, как отвечают на эти вопросы другие участники группы и при желании делает дополнительные к своему ответу замечания относительно этих ответов.

Участники фокус-группы вовсе не должны сформировать в ходе интервью одно общее мнение. Точно так же участники не обязательно должны существенно расходиться во мнениях, как на диспуте. Целью группового фокусированного интервью является получение качественных данных в определенном психосоциальном и социокультурном контексте, когда одни участники формируют свое мнение по обсуждаемому вопросу с точки зрения взглядов на этот вопрос других участников интервьюирования.

Метод фокус-группы имеет несколько очевидных преимуществ, поскольку является достаточно эффективным методом сбора качественной информации. За время группового интервью (от часа до двух часов) исследователь может получить информацию сразу от шести-восьми человек, а не от одного респондента. Групповое интервью обеспечивает контроль над сбором данных, поскольку сами респонденты отбраковывают, по их мнению, неправильные или полярно противоположные взгляды.

Особенности динамики группы таковы, что ее участники обычно самостоятельно фокусируют внимание на наиболее важных темах и формируют относительно стабильный, сбалансированный взгляд на проблему исследования. Кроме того, как показывает практика, участники группы обычно получают эмоциональное удовлетворение от процедуры интервьюирования.

Вместе с тем у метода фокус-группы есть свои не самые сильные стороны. Поскольку во время группового интервью все участники должны высказаться по каждому предлагаемому интервьюером вопросу, то число вопросов, которые он успевае задат, резко сокращается. Кроме этого, проведение интервью с фокус-группой требует от исследователя подготовки.

Среди множества проблем, которые стоят перед ведущим, выделяется важность и необходимость контроля над доминирующими участниками группы и обеспечение условий для того, чтобы самые малоактивные и неразговорчивые участники фокус-группы имели возможность выразить свою точку зрения.

Метод фокус-группы имеет широкую область применения. Его можно применять в исследовании для того, чтобы собрать информацию о силе или слабости любой социальной новации, оценить ее эффективность и понять особенности воздействия на различные категории клиентов, определить мнения, которые преобладают в конкретной социальной группе.

ТЕМА 10. НАБЛЮДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

В отечественной социологической литературе сложилось понимание наблюдения как метода сбора первичной социальной информации путем прямой и непосредственной регистрации исследователем событий и условий, в которых они имеют место.

Научное наблюдение всегда детерминировано задачами исследования, соответственно, его параметры логически выстроены, известен объект и предмет наблюдения, что, в свою очередь, определяет категории и единицы наблюдения.

Для того, чтобы наблюдение осуществлялось как научный метод, необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1) определить, какие задачи исследования не могут быть решены без наблюдения или могут решаться исключительно данным методом;

2) разработать отдельно программу наблюдения:

– объект наблюдения (индивид, малая группа, социальная общность, общественное мероприятие, событие и др.);

– предмет наблюдения, т.е. совокупность интересующих наблюдателя свойств (признаков) объекта (факторов его поведения);

– категории наблюдения – показатели либо конкретные признаки, которые отвечают определенным требованиям (они значимы для решения поставленной задачи, операционализированы и доведены до уровня наблюдаемых признаков, имеют количественный характер), они более конкретны, чем исходные понятия наблюдения, но более абстрактны, чем единицы наблюдения;

– наблюдаемые ситуации, т.е. реальные обстоятельства, при которых могут проявиться категории наблюдения;

– условия наблюдения, т.е. обязательные требования к ситуации, при наличии которых только и может происходить наблюдение (или этого делать нельзя);

– единицы наблюдения – элементарные, эмпирически фиксируемые акты поведения людей, через которые распознается категория наблюдения;

3) подготовить инструментарий наблюдения, а именно:

– *дневник наблюдения* – методический документ, где в закодированной или общепонятной форме записываются:

а) ход наблюдения;

- б) результаты наблюдения;
- в) действия наблюдателя;
- г) оценка инструментария и процедур;
- д) реакция наблюдаемых;

– *карточки наблюдения* (карточка наблюдателя, лист наблюдения, карточка индикаторов для регистрации) – методический документ, предназначенный для регистрации единиц наблюдения в строго формализованном и закодированном виде (карточек должно быть ровно столько, сколько единиц наблюдения);

– *протокол наблюдения* – методический документ, обобщающий данные всех карточек и содержащий методические сведения о процедуре наблюдения;

– *классификатор* контент-анализа дневниковых и протокольных записей;

– аудиовизуальные *технические средства* фиксации единиц наблюдения;

– *программу обработки* данных наблюдения;

4) провести пилотаж (апробировать) инструментарий, внести в него, если потребуется, должные коррективы, размножить его в необходимом количестве экземпляров;

5) составить план и (или) сетевой график выполнения наблюдения (кто, где, когда его проводит);

б) разработать инструкцию наблюдателям, провести их обучение и инструктаж;

7) осуществить комплекс операций непосредственного наблюдения.

Обычно в качественных социальных исследованиях применяется неструктурированное наблюдение, которое, в отличие от структурированного наблюдения, применяемого в количественных исследованиях, гораздо менее формализовано. Исследователь в данном случае не имеет подробного плана наблюдения. Результаты наблюдения в качественном исследовании, как правило, фиксируются в неформализованной форме, в виде дневниковых записей. Эти записи содержат описание объекта наблюдения, событий, которые происходили в данный период, а также впечатления наблюдателя, его комментарии к увиденному и услышанному, некоторые обобщения и выводы.

Существуют опасения относительно того, что результаты наблюдений могут оказаться неадекватными тому, что наблюдалось, могут возникнуть сомнения относительно репрезентативности

и надежности наблюдения, а значит, сомнения по поводу надежности самого метода наблюдения в социальной работе. Как правило, неточности, ошибки, допускаемые при проведении наблюдения, объясняются отсутствием специальной подготовки у исследователей и тем, что они были не готовы вести наблюдение в данный момент.

Научные исследования в социальной работе, в которых применяется метод наблюдения, требуют соответствующей подготовки и тренировки. Тренировка включает в себя:

- 1) изучение того, как составить описание;
- 2) практику ведения полевых записей;
- 3) формирование навыка, позволяющего при наблюдении отделять важные детали от мелочей, второстепенных деталей;
- 4) использование методов проверки результатов наблюдения.

Основной критерий, которым следует руководствоваться при оценке результатов наблюдений – в какой мере данное наблюдение позволяет исследователю войти в описываемую ситуацию и понять ее. Если другой человек, читающий записи, может представить и понять описываемую ситуацию, то метод наблюдения был применен правильно.

Цель любого наблюдения – дать качественный анализ избранного объекта исследования. Прямой визуальный контакт имеет ряд преимуществ:

- 1) с его помощью можно лучше понять условия, обстоятельства, в которых протекают исследуемые события;
- 2) данные, полученные в ходе такого наблюдения, помогают исследователю быть более точным, гибким в своих последующих выводах;
- 3) наблюдатель получает возможность видеть, фиксировать вещи настолько обыденные для тех, кого он наблюдает, что они становятся для этих людей незаметными;
- 4) применяя этот метод, наблюдатель может узнать многое о том, что респонденты не хотят говорить во время интервью.

Специалисты обращают внимание на то, что один из наиболее важных вопросов, позволяющих охарактеризовать метод наблюдения, – это вопрос о степени участия наблюдателя в процессе наблюдения. Степень участия социального работника колеблется от полного погружения исследователя в наблюдаемое явление до роли отстраненного зрителя, а между этими полюсами большое количество промежуточных вариантов. Степень участия исследователя

в наблюдаемых событиях может меняться в зависимости от стадии исследования. В конечном счете только сам специалист по социальной работе вправе решать, в какой мере будет проявляться его участие на разных этапах исследования.

Можно выделить целый ряд факторов, влияющих на качество информации, полученной в ходе наблюдения.

1. Явное или скрытое наблюдение. Самая большая сложность, связанная с надежностью данных наблюдений, касается того эффекта, который оказывает наблюдатель на тех, кого он исследует, и как это влияние сказывается на данных. Такая постановка вопроса возникает из очевидного факта, что люди ведут себя иначе, чем обычно, когда знают, что за ними наблюдают. Этот факт становится основанием для вывода о том, что скрытое наблюдение помогает лучше понять, что происходит. При явном наблюдении, когда объекты знают, что за ними наблюдают, это может вызвать реакцию не всегда выгодную для исследователя. Но здесь возникает вопрос об этичности и оправданности скрытого наблюдения.

На полевой стадии исследования решение о том, в какой степени наблюдение будет скрытым или наоборот явным, принимается только в интересах поиска истины, достижения цели исследования.

Очень важно для исследователя определиться с линией поведения наблюдателя. Исследователю нужно помнить, что, в первую очередь, его оценивают по личным, а не по профессиональным качествам, именно в силу этого обстоятельства неискренность может ухудшить его положение, возможность общения с наблюдаемыми им людьми.

С вопросом о степени открытости наблюдателя связан вопрос о конфиденциальности, т.е. в какой мере можно использовать данные наблюдения.

2. Продолжительность наблюдения. Специалисты считают, для того чтобы информация была полезной, качественной, ее нужно собирать и обрабатывать быстро. Длительные исследования требуют больших ресурсов (организационных, материальных). Таким образом, продолжительность наблюдения будет зависеть от времени, которым располагает специалист по социальной работе для принятия практических решений, от ресурсов, находящихся в его распоряжении, целей и задач исследования.

3. Фокусировка наблюдения. Научное наблюдение может быть многоаспектным или узконаправленным, но оно никогда не

может быть наблюдением случайных событий или людей. Наблюдатель должен быть сфокусирован, нацелен на восприятие чего-то конкретного. В полевой работе такая фокусировка обеспечивается планированием исследования.

Для того чтобы лучше сориентировать наблюдателя, специалисты советуют использовать базовую конструкцию – некую схему наблюдения, опираясь на которую, можно выявить последовательность определенных событий, типы деятельности, типы поведения наблюдаемых людей. Это могут быть родственные связи, властные отношения, явления социализации клиента и др. Именно эти основания подсказывают наблюдателю, что следует наблюдать, где наблюдать, с какой периодичностью и в каких условиях.

4. Физические условия. Наблюдение может начинаться и зачастую начинается с восприятия тех условий, в которых происходят важные для исследователя социальные процессы и явления. Описание этих условий должно быть достаточно детальным, потому что в описании этих условий может содержаться значительно больше ценной информации, чем может показаться на первый взгляд.

Все прилагательные, используемые для описания условий, можно разделить на интерпретаторы (прекрасный, отличный, хороший, умный, уютный) и дескрипторы (описывают цвет, размер, форму, предназначение наблюдаемых предметов). Общее правило заключается в том, что исследователь должен ограничить употребление интерпретаторов и где только возможно употреблять дескрипторы, так как интерпретаторы несут оценочный момент. Из этого общего правила есть одно важное исключение: правило не действует в том случае, когда речь о собственных словах респондента, тогда в дневниковых записях исследователь должен сохранить эти слова в виде цитаты.

Описание физических условий может быть важным для понимания того, что происходит в данном месте, но не менее важно понимать общий контекст *социальных условий*. Описывая социальные условия, наблюдатель, прежде всего, фиксирует то, как люди объединяются в те или иные группы, исследует причину этого объединения, мотивы, преследуемые цели.

5. Формальные взаимодействия. В ходе исследования в социальной работе, в частности в ходе наблюдения, проявляются те или иные социальные процессы, имеющие отношение к практике социальной работы. При описании таких процессов социальный работник

должен обратить внимание на временную последовательность фаз или стадий. Такое внимание должно помочь придать наблюдению форму стройного логичного исследования.

Для того чтобы понять происходящее, исследователь не может ограничиться изучением лишь формальных событий, заранее запланированных действий, потому что в ходе наблюдения, как правило, появляется возможность наблюдать и незапланированные события. По мнению специалистов, социальному работнику – исследователю в таком случае следует фиксировать все, что происходит. Ценность информации трудно оценить сразу, то, что кажется малозначимым по ходу исследования, может оказаться очень важным. Поэтому окончательную оценку того, что является действительно важным, а что второстепенным, лучше отложить до стадии анализа.

Важной задачей наблюдателя является изучение того языка, на котором разговаривают наблюдаемые. Это изучение подразумевает не только знание буквального значения слов, но также знание редко употребляемых и дополнительных значений тех слов, которыми пользуются наблюдаемые. В своих полевых заметках наблюдатель должен пользоваться тем языком, на котором говорят наблюдаемые, это придает описанию наблюдаемых событий большую точность, лучше передает атмосферу событий, позволяет записать то, как участники событий воспринимают свои действия и других людей, как смотрят на мир.

Язык, на котором говорят наблюдаемые, может быть очень специфичен. Для того чтобы записи было легче обрабатывать и ими можно было воспользоваться, специалисты рекомендуют составить более или менее подробный словарь. В нем необходимо дать комментарии, толкование специфических слов, терминов, выражений, которые встречаются в полевых материалах.

Важно обратить внимание и на невербальные формы коммуникации (как одеты наблюдаемые, как они выражают свои чувства помимо слов, как приветствуют других, прощаются, двигаются).

Долговременные наблюдения в социальных исследованиях.

Основой стратегии долговременного исследования объекта является процесс многократного сбора данных, повторяющийся через какие-то промежутки времени. Это могут быть данные об отдельном лице или о группе лиц (группа клиентов, рассматриваемая как единый объект). Данные об отдельном объекте, собранные при одних

условиях, сравниваются с данными, собранными при других условиях, и по характеру связи между изменениями условий и полученными результатами делается заключение об объекте исследования. Данный методический прием в исследованиях по социальной работе обозначается с помощью разных терминов – «индивидуальный случай», «временной ряд», «клиническое оценивание». Таким образом, имеют в виду метод повторного опроса, который имеет теоретическое обоснование, в качестве него выступает бихевиористская схема проб и ошибок, предложенная Б. Скиннером в 1938 г.

Преимущества метода индивидуальных исследований:

- 1) возможность планирования процедур индивидуальной помощи клиенту;
- 2) постоянная обратная связь по результатам применения этих процедур.

Когда цели исследования определены, задачи поставлены, методы разработаны, наступает следующая за подготовительной стадия полевой работы – *стадия ведения полевых записей*. Процедура ведения полевых записей имеет несколько характеристик:

- 1) тип записи;
- 2) время и место ведения записей;
- 3) система применяемых наблюдателем условных обозначений;
- 4) способы хранения полевых заметок.

Исследователь обязательно должен вести полевые записи, они – основной источник, наиболее важный для последующего качественного анализа.

Полевые записи содержат описания того, что наблюдалось, все, что, по мнению исследователя, представляет ценность. Поскольку полевые записи носят описательный характер, необходимо поставить дату, записать такую обязательную информацию, как место, где происходит наблюдение, кто присутствует, что происходит. Другими словами, полевые записи содержат такую информацию, которая позволяет наблюдателю вернуться к этому материалу позднее.

Ни один навык в полевой работе не имеет большей ценности, чем навык составления описательных и конкретных записей.

Полевые записи содержат также сведения о том, что люди говорят. В полевые записи могут быть включены прямые цитаты, пересказ того, что говорили участники событий. Полевые записи включают также начало анализа, интерпретации наблюдаемых событий, рабочие гипотезы относительно наблюдаемых событий.

В ходе наблюдения у социального работника – исследователя будут появляться идеи, суждения по поводу того, что он наблюдает. Отобразить эти идеи нужно обязательно, главное требование, чтобы идеи, мысли наблюдателя отделялись от самих наблюдений.

Нужно всегда помнить о вероятности негативной реакции. Наблюдатель действительно должен быть стратегом в том плане, что должен решать проблему ведения записей в каждом конкретном случае, чтобы выполнить работу исследователя и не повлиять на ее результаты своим присутствием, своим наблюдением. Можно сделать вывод о том, что лучше всего записывать свои наблюдения немедленно и тратить на ведение записей столько же времени, сколько непосредственно на наблюдение.

Полевой дневник является важным рабочим инструментом исследования, проводимого в социальной работе. Исследователь сам определяет его роль и значение в своей работе. Для одних он – регистрационный журнал, где подробно описываются все наблюдаемые события, для других – своего рода «записки путешественника», где впечатления от увиденного соседствуют с рассуждениями, мнениями, оценками. Некоторые исследователи ограничивают роль полевого дневника функциями ежедневника, в том смысле, что вносят в него записи о текущих планах и их реализации в соответствии с задачей исследования. Существуют разные стили ведения полевых дневников, каждый из них – некая технология полевой работы.

Особенность наблюдения в социальных науках состоит в том, что непосредственно видеть и фиксировать можно только факты, относящиеся к внешнему поведению (движения, словесные высказывания и т.д.). Наши мысли, мнения, ценностные ориентации наблюдать невозможно. Правильность результатов наблюдения зависит не только от точности регистрации фактов поведения, но и от их истолкования – определения психологического смысла. Наблюдение обычно применяется, когда необходимо получить первоначальное представление о какой-либо стороне поведения, выдвинуть предположения о ее социальных причинах.

Наблюдение следует проводить систематически, а не от случая к случаю. Поэтому научное наблюдение, как правило, требует более или менее продолжительного времени. Чем дольше наблюдение, тем больше фактов может накопить наблюдатель, тем легче будет ему отделить закономерное от случайного, тем глубже и надежнее будут его выводы.

ТЕМА 11. МЕТОД АНАЛИЗА ДОКУМЕНТОВ

Анализ документов – метод исследования информации, содержащейся в любых документах: протоколах, докладах, резолюциях и решениях, публикациях газет, журналов, в письмах, художественных произведениях, иллюстрациях, видеоматериалах и т.д. Он позволяет получить сведения о прошедших событиях, непосредственное наблюдение либо опрос участников которых уже невозможны. Изучение по текстам или видеоряду одного и того же явления на протяжении многих лет позволяет установить тенденции и динамику его развития.

Анализ документов ставит сложную проблему достоверности информации и надежности документов. Она решается в ходе отбора документов для определенных исследований и в ходе внутреннего и внешнего анализа содержания документов. Внешний анализ – изучение обстоятельств возникновения документов. Внутренний анализ – изучение особенностей содержания, стиля документа. Прежде всего, исследователь, берущийся за анализ документа, должен четко различать, о чем идет речь: о фактических событиях, изложенных объективно и беспристрастно, или об оценке этих событий наблюдателем, которая может быть предвзятой. Мнения и оценки потенциально обладают меньшей достоверностью и надежностью по сравнению с фактуальной информацией. Далее следует проанализировать, какими намерениями руководствовался составитель документа, что поможет выявить умышленные или непроизвольные искажения. Давно замечено, что авторы сочинений склонны обрисовывать ситуацию в благоприятном для себя свете. Очень важно знать, каков метод получения первичных данных, использованный составителем документа.

Анализ документов может выступать в роли единственного, главного или дополнительного метода познания в социологическом исследовании. Он прекрасно сочетается с хорошо известными методами, такими как опрос и наблюдение.

В социологии принято различать два главных вида анализа документов:

- *качественный анализ*, который называют еще традиционным;
- *количественный анализ*, который по международной классификации именуют *контент-анализом*.

Первый способ включает все многообразие операций, связанных с отбором и оценкой качества документов, восприятием и интерпретацией их содержания. Такой метод основан на интуитивном понимании, анализе и обобщении содержания документов, а также на логическом обосновании выводов.

Типичным примером традиционного интуитивного анализа документов является чтение литературы по изучаемой проблеме и изложение своих выводов в виде научного обзора. Главное ограничение – возможность субъективных смещений информации, обусловленная влиянием установок и предпочтений исследователя, сложившихся до начала анализа. Подобные влияния могут не осознаваться, а строгих критериев для их обнаружения и оценки не существует. Для преодоления подобных недостатков применяются методики формализованного анализа текстов.

Термин *content-analysis* впервые появляется в конце XIX – начале XX в. в американской журналистике с началом первых количественных исследований текстов СМИ. Американского социолога Г. Лассуэла и французского журналиста Ж. Кайзера считают основоположниками данного метода.

Начиная с 1950-х гг. контент-анализ активно используется практически во всех науках, сталкивающихся с текстом: в теории массовой коммуникации, социологии, политологии, истории и источниковедении, культурологии, литературоведении, прикладной лингвистике, психологии и психиатрии. Наиболее широкое распространение контент-анализ получил в теории массовой коммуникации, политологии и социологии.

В начале 1960-х гг. Г. Лассуэл осуществил попытку политологического анализа СМИ, исходя из учета формальных критериев. Он ввел в научный оборот некую абстрактную единицу – «слово». Целью работы Г. Лассуэла было получение собственно социологического результата на нетипичном для социологии материале: текстах печатных изданий.

В этот же период Ж. Кайзер разработал оригинальную методику статистического анализа периодики. В ее основе лежал подход к текстовому массиву как информационной системе. Тем самым Кайзер сформулировал теоретическую базу последующего распространения социологических методов в сферы изучения всех нарративных источников, включая эпиграфический и эпистолярный материалы. В своей деятельности он сосредоточил внимание на внешней

форме организации материала: его расположении, оглавлении, оформлении и т.д. Кайзер разработал комплекс методических процедур, обеспечивающих полную формализацию как единичного газетного номера, так и совокупности однотипных периодических изданий.

Начинание Ж. Кайзера подхватила Э. Морэн, которая ввела в научный оборот термин «единица информации» – семантический блок, содержание которого отвечает на вопрос: «О чем говорится?» В результате перед исследователями открылась возможность изучать любые формы организации текстового материала, причем как на терминологическом уровне, так и на уровне фразы, абзаца, статьи и даже целых книг. Э. Морэн разрушила однородность текстового пространства, долгие годы служившую непререкаемым принципом статистической обработки нарративов. Вместо этого появилась методология «семантических групп», единство которых строилось по тематическому признаку.

Таким образом, контент-анализ используется уже более 100 лет. С его помощью изучалась религиозная символика и популярные песни, устанавливалась мера эффективности политических слоганов (лозунгов, используемых в выборных кампаниях), рекламы и вражеской пропаганды, определялись особенности суицидального поведения, проявившиеся в предсмертных записках самоубийц, стереотипы сознания различных социальных групп, выявлялась направленность демонстрации людей определенной национальности на телеэкранах, идеологическая подоплека передовиц газет, отличия в трактовках одного и того же события в разных СМИ, исследовались многие другие темы. В последние десятилетия данный социологический метод заимствовали и активно используют представители социогуманитарных наук (юристы, историки, журналисты, филологи, литературоведы, политологи, психологи, экономисты, педагоги, социальные работники, культурологи, искусствоведы).

Контент-анализ представляет собой перевод в количественные показатели массовой информации (текстовой, аудиовизуальной цифровой) с последующей статистической ее обработкой. Его идея очень проста и повторяет ту, что лежит в основе любого другого количественного метода в социологии, будь то анкетирование или наблюдение. Надо сосчитать наиболее часто повторяющиеся слова или темы, например в газетном материале, и определить, что за этим кроется. Особенность заключается именно в применении статистических процедур для анализа однотипных текстов.

Под *текстами* в контент-анализе понимают книги, книжные главы, эссе, интервью, дискуссии, заголовки газетных статей и сами статьи, исторические документы, дневниковые записи, речи выступлений, рекламные тексты и т.д. Когда говорят о контент-анализе текстов, то главный интерес всегда заключается не в самих характеристиках содержания, а во внеязыковой реальности, которая за ними стоит, – личных характеристиках автора текста, преследуемых им целях, характеристиках адресата текста, различных событиях общественной жизни и др.

Как любой другой социологический метод, контент-анализ используется не сам по себе, а в составе крупного исследовательского проекта, под который составлена научная программа, где четко прописаны цели и задачи, проблема и объект, теоретическая модель и предмет исследования, выдвинуты гипотезы и проведены все другие операции, которые требует научный метод. Когда становится ясным, что поставленных целей никаким иным способом, как только анализом документов, достичь нельзя, социолог прописывает все этапы его применения: устанавливает объект, выделяет единицы анализа (их нередко называют еще единицами наблюдения и т.п.), выбирает статистический метод анализа данных, идет в библиотеку за источниками или садится за Интернет (полевая стадия), а потом ищет, суммирует, считает и интерпретирует.

Общая последовательность действий включает три этапа:

- 1) выделяются единицы анализа, которые затем сводятся в категории анализа и переводятся в машиночитаемый вид;
 - 2) проводится подсчет частотных распределений, применяется математический аппарат для выявления взаимосвязей единиц анализа;
 - 3) осуществляется интерпретация полученных результатов.
- Выбор объекта и единиц анализа – едва ли не самые сложные шаги на этом пути. Нужно найти ответы на вопросы: «Где мне это искать?» и «Как проявляется изучаемое мною явление, событие, процесс?».

Объектом контент-анализа могут быть экземпляры книг, плакатов или листовок, номера газет, фильмы, публичные выступления, теле- и радиопередачи, общественные и личные документы, журналистские интервью, ответы на открытые вопросы анкет и др. Они составляют то, что называется *выборкой*, – ту часть текстов, которые достаточны для анализа всего массива публикаций, и обеспечивают репрезентативность данных.

Выбор *единиц анализа* может быть более трудной задачей, поскольку эту роль может выполнять что угодно: темы и проблемы, пропозиции, образы, идеологемы, метафоры, примеры и аналогии, каламбуры, аллитерации, мифологемы, кочующие образы и многое другое. Единицами анализа могут служить, например, упоминания о российских политических деятелях и политических партиях и движениях (фамилии, имена политиков и названия партий). В такой роли могут выступать также фрагменты текста или его признаки, фотографии, заголовки, названия профессий, события, города, страны, организации, оценки, суждения на определенную тему и т.п.

Несмотря на то, что в природе контент-анализа не заложено никаких ограничений, а потому ничто не препятствует его применению к отдельному тексту, важно отметить следующее. Существует ряд причин, по которым его используют только в информационных массивах, состоящих из большого количества текстов. Во-первых, статистические закономерности проявляются тем более отчетливо, чем больше объем выборки. Во-вторых, в большинстве случаев контент-анализ используется в компаративных, т.е. историко-сравнительных, целях. Он силен, когда раскрывает не одномоментные срезы, а динамику изменений. Таким образом, идея контент-анализа предполагает анализ больших информационных массивов, с другой стороны, его относительная дешевизна и технологичность делают такой анализ принципиально возможным.

Выбор единиц анализа зависит от исследовательской программы, объекта, предмета, цели, задач и гипотез исследования. Если, скажем, предстоит выяснить перспективы забастовки рабочих предприятия, то станет очевидной потребность контент-анализа, как минимум, протоколов собраний рабочих, решений соответствующих профсоюзных комитетов, распоряжений руководителей, законов, регулирующих забастовочную борьбу, и т.п. Переход от задачи к единицам анализа аналогичен процедуре теоретической и эмпирической интерпретации понятий и поиска индикаторов.

Выяснение того, что считать, т.е. установление единиц анализа, – ключевая предпосылка контент-анализа. Обязательное условие: такие единицы должны быть единообразными.

Добиваются подобного единообразия благодаря стандартизации процедуры анализа текста, которая, устраняя субъективные смещения, раскрывает свои возможности только при достаточно больших массивах текстов. Единицы анализа должны легко и по

возможности однозначно идентифицироваться в тексте. Необходимо за внешними признаками, например, отдельными словами или фразами, распознать социальное явление. А это уже качественный подход. Слова, выбранные для счета, должны обладать распознавательной силой, выступать диагностическим инструментом. Иными словами, единицы анализа должны быть интересными для последующей (политологической, культурологической, социологической и т.д.) интерпретации.

Количественный подсчет встречаемости слов в тексте – самый простой вариант контент-анализа. Чаще всего подсчитывают интересные или «ключевые» слова, например названия ценностных категорий типа *свобода, стабильность, доверие*; сценариев типа *предательство* или *разочарование*; достаточно однозначные обозначения тех или иных общественно значимых явлений, например: *коррупция, преступность, терроризм*. Исследователь, интересующийся тем, какое место в общественном сознании занимает, скажем, проблема преступности, обязан принимать во внимание не только присутствие в анализируемом информационном массиве слова «*преступность*», но и упоминания *заказных* и *всяких прочих убийств, бандитского беспредела, «крыши», «братков», авторитетов, власти криминала* и т.п.

По отношению к единицам анализа, сгруппированным по единому основанию, иначе говоря, составляющим концептуальное целое, специалисты употребляют другой термин – «*категории анализа*».

Категории анализа – его смысловые единицы, обозначающие эмпирические признаки текстовой информации, которые являются результатом операционализации опорных теоретических понятий в концепции исследования. К категориям анализа предъявляются определенные требования: они должны выражать теоретические понятия исследования, обладать возможностями однозначной регистрации признаков, составляющих эти категории. Основная задача сбора информации в ходе анализа – поиск индикатора, указывающего на наличие в документе выделенной проблемы, идеи, темы (например «справедливое распределение благ»). Категории анализа выражаются определенными признаками (подкатегориями), характеризующими интенсивность, направленность, значимость выраженной в категории идеи, проблемы. К ним могут относиться понятия из любой сферы жизни общества: формы собственности,

приватизация, финансовая система, научно-технический прогресс, методы хозяйствования, национализм, авторитаризм, демократия, международное сотрудничество, права человека, гуманизм, активность, деловая предприимчивость, нарушение законности, коррупция и др. Категории анализа должны быть:

а) *уместными*, т.е. соответствовать решению исследовательских задач;

б) *исчерпывающими*, т.е. достаточно полно отражать смысл основных понятий исследования;

в) *взаимоисключающими* (одно и то же содержание не должно входить в различные категории в одинаковом объеме);

г) *надежными*, т.е. такими, которые не вызывали бы разногласий между исследователями по поводу того, что следует относить к той или иной категории в процессе анализа документа.

Хотя о единицах анализа мы рассказали раньше, чем о его категориях, при построении программы контент-анализа часто идут в обратном порядке – от общего к частному, от категорий к единицам. В таком случае методолого-методическая часть программы исследования разбивается на три этапа. Первым шагом будет определение системы *категорий анализа*, вторым – соответствующая им единица анализа текста, а третьим – установление *единиц счета*, т.е. количественной меры *единиц анализа* (их еще называют индикаторами контент-анализа), позволяющей регистрировать частоту (регулярность) появления признака категории анализа в тексте.

Единица счета – количественная характеристика единицы анализа, она фиксирует регулярность, с которой встречается в тексте та или иная смысловая единица. За единицу счета могут быть приняты:

1) частота появления признака категории анализа;

2) объем внимания, уделяемого категории анализа в содержании текста. Для установления объема внимания могут быть учтены количество печатных знаков, абзацы, площадь текста, выраженная в физических пространственных единицах. Для газетных и других стандартных текстов – ширина колонки и высота высказывания. Для текстов, передаваемых устно, в качестве единицы счета могут использоваться единицы времени.

Единицами счета могут быть число определенных слов или их сочетаний, частота упоминаний слов, количество строк, печатных знаков, страниц, абзацев, авторских листов, площадь текста, выраженная в физических величинах, эфирное время и многое другое.

Относительные частоты употребления тех или иных единиц анализа позволяют сравнивать два и более текстов, делать важные теоретические обобщения. Например, в тексте выступления депутата Думы можно оценить уровень агрессивности, для чего конструируется категория агрессивно окрашенной лексики. После этого сравнивают текст выступления данного депутата с другими выступлениями и выявляют, кто агрессивнее. Можно сравнивать данный текст не с другими текстами, а с некой нормой, своеобразной нулевой отметкой агрессивности. Мы получим ее, если выясним относительную частоту употребления агрессивно окрашенных слов средним носителем русского языка. Помощь в этом могут оказать частотные словари. Сравнивая относительную частоту употребления агрессивно окрашенной лексики в выступлении депутата с частотой ее употребления средним носителем русского языка, можно сделать вывод о степени агрессивности.

Аналитические исследования СМИ предполагают проведение статистического и качественного анализа информации за конкретный период. В частности, составляется полный статистический отчет упоминаний в СМИ интересующей клиента темы с отражением характера упоминаний (положительные, нейтральные или негативные отзывы). На основе этих данных выявляются тенденции, разрабатываются рекомендации по ответной реакции в СМИ и улучшению имиджевой ситуации.

В настоящее время различается четыре методологии контент-анализа: грамматический (лингвистический) – по размеру абзацев, длине фраз, порядку слов в предложении, метрическому составу и другим формальным признакам языка; семантический (социологический) – по экспертным оценкам содержания; документалистический (кибернетический) – по параметрам языка, текста и документа как сообщения (дескрипторы и их нагрузка, компактность, информационная плотность, аспектность, проточность, физический и информационный объемы, информационная емкость и информативность); цитационный – анализ библиографических ссылок в научной литературе.

Проведение контент-анализа требует предварительной разработки ряда исследовательских инструментов. Разные специалисты и источники называют неодинаковое число таких документов. Как минимум, их должно быть не меньше пяти:

- 1) классификатор контент-анализа;
- 2) протокол итогов анализа (он еще называется – бланк контент-анализа);

- 3) регистрационная карточка (кодировальная матрица);
- 4) инструкция исследователю, непосредственно занимающемуся регистрацией и кодировкой единиц счета;
- 5) каталог (список) проанализированных документов.

Классификатором контент-анализа авторы называют общую таблицу, в которую сведены все категории (и подкатегории) анализа. Ее основное предназначение – предельно четко зафиксировать то, в каких единицах выражается каждая категория, используемая в исследовании. Классификатор уподобляется социологической анкете, где категории анализа играют роль вопросов, а единицы анализа – ответов, и считается основным методическим документом контент-анализа, предопределяющим содержание других документов.

Протокол (бланк) контент-анализа содержит: во-первых, сведения о документе (его авторе, времени издания, объеме и т.п.); во-вторых, итоги его анализа (количество случаев употребления в нем определенных единиц анализа и следующие отсюда выводы относительно категорий анализа). Протоколы заполняются, как правило, в закодированном виде, но не ради сохранения тайны контент-анализа, а исходя из желания на одном листе бумаги уместить всю информацию о документе (так удобнее сопоставлять друг с другом итоги анализа разных документов).

Регистрационная карточка представляет собой кодировальную матрицу, в которой отмечается количество единиц счета, характеризующих единицы анализа. Протокол контент-анализа каждого конкретного документа заполняется на основе подсчета данных всех регистрационных карточек, относящихся к этому документу.

ТЕМА 12. ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

Представитель любой сферы деятельности, кроме нашей собственной, может выступать для нас в качестве эксперта. Отличительная особенность этого метода состоит в том, что он предполагает компетентное участие экспертов в анализе и решении проблем исследования.

От других форм социологического опроса экспертный метод отличают несколько весьма важных черт:

- количество опрашиваемых: их всегда меньше, чем при анкетировании и даже интервью;

- качество опрашиваемых: кругозор, уровень квалификации, знание специальной области у них на несколько порядков выше, чем у обычных респондентов;

- тип и объем информации: экспертный опрос проводится для получения знаний, которых нет и никогда не будет у исследователя, в отличие от обыденных знаний, которые известны из своего опыта, получаемые от экспертов знания относятся к специальным научным знаниям;

- типичность данных: в массовом опросе социолога интересует типичность, повторяемость, обычность добываемых сведений о ценностных ориентациях и мотивах поведения людей, а в экспертном опросе исследователь дорожит именно уникальностью знаний эксперта;

- программная функция: первичную информацию, получаемую в анкетировании или интервью, используют для проверки научных гипотез, а в экспертном опросе – для того, чтобы разобраться в совершенно новой области.

Такие формы сбора первичной социологической информации, как анкетирование, интервьюирование, почтовый опрос, телефонное интервью, 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. И то, что данная информация основывается на индивидуальном интересе опрашиваемых и может быть весьма субъективной, отнюдь не противоречит научному характеру ее получения. Напротив, цель массового опроса заключается в том, чтобы при помощи соответствующего инструментария получить

достоверные сведения о предмете и объекте исследования. Например, выявить группы читателей по степени их интереса к различным рубрикам газеты либо дифференцировать студентов по уровню их активности на занятиях и т.д. Таким образом, в ходе массового опроса источником социологической информации, дающей оценку тем или иным сторонам объекта исследования, выступают представители этого же объекта.

Основное назначение экспертного опроса: выявление наиболее существенных, важных аспектов исследуемой проблемы, повышение надежности, достоверности, обоснованности информации, выводов и практических рекомендаций благодаря использованию знаний и опыта экспертов.

Область применения экспертного опроса: может быть использован при изучении всех сфер деятельности: в диагностике, в оценке состояний социального объекта, нормировании, проектировании, прогнозировании, принятии решений. Разновидности экспертного опроса достаточно эффективно применяются на разных этапах исследования: в определении целей и задач, выявлении проблемных ситуаций, поиске гипотез, ходе интерпретации понятий, обосновании надежности инструментария и исходной информации, в обосновании выводов, в выработке рекомендаций.

Программа применения экспертного опроса включает в себя основные структурные элементы программы социологического исследования. Ведущими задачами являются: выделение целей опроса, построение критериев подбора, правил организации участия экспертов и критериев оценки данной ими информации. В отличие от массового опроса программа опроса экспертов не столь детализирована и носит преимущественно концептуальный характер. В ней прежде всего однозначно формулируется подлежащее оцениванию явление, предусматриваются в виде гипотез возможные варианты его исхода.

Основной *инструментарий* экспертных опросов – анкета или бланк-интервью, разработанные по специальной программе. В соответствии с этим процедура опроса может заключаться либо в анкетировании, либо в интервьюировании экспертов.

Применение экспертного опроса связано с соблюдением определенных правил. При его организации большое внимание уделяют обычно трем методологическим проблемам: подбору экспертов, процедуре их работы, обработке высказанных мнений. Экспертный опрос – это совокупность различных методов, приемов, техник,

процедур. Прежде всего процедура работы экспертов может быть совместной или отдельной. Среди коллективных процедур можно обнаружить метод «мозговая атака (штурм)», обычную дискуссию, дельфийскую технику. Методисты выделяют также методы заочного и очного экспертного опроса. К методам первого из них относятся: письменный опрос (сбор мнений), анкетирование (формализованный опрос), метод независимых характеристик и дельфийская техника, ко вторым – интервью, совещание, исследовательская беседа, «мозговая атака». Число экспертов не должно превышать 10–15 человек.

Наиболее простым видом заочного опроса экспертов является *письменный опрос* (сбор мнений). Он состоит в том, что экспертам рассылаются (раздаются) специально подготовленные опросные листы, в которых они должны изложить свое мнение по существу поставленных вопросов. При составлении экспертного вопросника используется от 50 до 90 % открытых вопросов. Сбор мнений подобен свободному интервью и отличается от него лишь письменной формой опроса, которая дает возможность привлечь большое число экспертов. Правда, заочный опрос связан с организационными трудностями, обусловленными низким уровнем возврата анкет.

Формализованный опрос экспертов представляет собой обычное анкетирование с вопросами, сформулированными как в открытой, так и в закрытой форме. По целям, задачам и содержанию этот метод существенно отличается от письменного сбора мнений. Если последний проводится для выявления эвристичных, принципиально новых идей, взглядов на проблему, неожиданных подходов к старой проблеме, то анкетирование направлено на выяснение оценок тех или иных аспектов готового решения. Обычный метод анализа данных в таком случае – статистический.

Метод независимых характеристик позволяет дать обобщенную оценку одного явления, информация о котором поступает из нескольких независимых источников (от разных людей). На первом этапе происходит сравнение и сопоставление разных мнений, на втором – они обрабатываются с помощью математико-статистических процедур, на третьем – формулируются достоверные выводы. В коллективной оценке субъективные отклонения взаимопогашаются, что обеспечивает в конечном счете объективный, научно обоснованный результат.

Одной из самых распространенных процедур проведения экспертного опроса выступает «*дельфийская техника*». Метод предус-

матривает опрос экспертов в несколько туров, обработку результатов каждого тура, информирование их об этих результатах и вновь повторение такой же процедуры. В первом туре ответы даются без аргументации. После обработки выделяются крайние и средние суждения и сообщаются экспертам. Во втором туре опрашиваемые вновь обращаются к своим оценкам. Так как они имели достаточно времени на размышление и узнали о существовании других позиций на этот счет, им предоставляется возможность пересмотреть свои взгляды либо, напротив, аргументировать. После второго тура обрабатываются новые оценки: крайние и средние мнения обобщаются, итоги вновь докладывают экспертам. Так повторяется 3–4 раза. Практика показывает, что после третьего или четвертого тура мнения экспертов не меняются. В ходе подобной процедуры вырабатывается согласованная оценка, при этом исследователь не должен игнорировать мнение тех, кто после неоднократных опросов остался на своей позиции.

Метод «Дельфы» направлен на усовершенствование процесса принятия экспертных оценок, но с такой целью, чтобы общую оценку выводила не математика и статистика, а сами люди, ориентируясь на мнение других, если надо корректируя его, усиливая свою аргументацию или отказываясь от нее в пользу наилучшей, более обоснованной точки зрения. Подобная техника позволяет уменьшить влияние недостаточно компетентных экспертов на групповую оценку, как это наблюдается при простом анкетировании. Оно достигается за счет полученной ценной информации от более компетентных экспертов.

Метод «мозговой атаки» («мозгового штурма») считается наиболее известным методом коллективного принятия творческих решений. Он представляет собой свободный, неструктурированный процесс генерирования собственных идей вокруг заданной темы, спонтанно предлагаемых участниками. Философия этого метода исходит из предположения, что при обычных приемах обсуждения возникновению новаторских идей препятствуют контрольные механизмы сознания, которые сковывают поток этих идей под давлением привычных, стереотипных форм принятия решения. Распространенными считаются две формы мозговой атаки: *простое совещание* и *совещание по круговой системе*.

На простом совещании руководитель поочередно опрашивает каждого участника и просит высказать предложение по решению

стоящей перед ними проблемы. Каждое решение заносится в список и нумеруется, затем этот список вывешивается у всех на виду. Критика или оценка идей не допускается. Особое значение уделяется созданию свободной и творческой обстановки, позволяющей всем экспертам беспрепятственно высказывать свои идеи и предложения. Большое значение имеет количество представленных предложений. В их выдвижении должны участвовать все. Особо ценится экспромт, т.е. предложения, возникшие тут же и под влиянием той информации, которую эксперт услышал от других. Они ценятся выше домашних заготовок, поскольку аккумулируют коллективную мысль, помноженную на знание ситуации и творческое воображение автора идеи. Если атака на непознанное идет слишком вяло, совещание переносят на другую дату, позволяя экспертам «дозреть».

При совещании по круговой системе эксперты разбиваются на небольшие группы, состоящие из 3 или 4 человек, где продуцируют новые идеи и записывают их на листе бумаги или на карточках (по 2–3 идеи на каждой). Затем члены малой группы обмениваются своими карточками, в результате чего к старым идеям добавляются новые. После троекратного обмена каждая подгруппа составляет сводный перечень выдвинутых идей. Затем собирается весь коллектив, на рассмотрение которого представляются групповые отчеты. Такую форму целесообразно использовать при снижении активности или когда участники отвлекаются в ожидании своей очереди.

Список идей, выдвинутых в результате «мозгового штурма», обычно довольно длинный (более 15–20). Ведущему бывает сложно определить с их приоритетностью, а участникам – дождаться своей очереди на обсуждение. В помощь рекомендуют применять следующий метод. Перечень идей с порядковыми номерами вывешивается на видном месте. Каждый эксперт получает право на пять голосов, которыми он может распорядиться по своему усмотрению: по одному голосу за каждую из пяти идей, все пять – за одну, два голоса за одну идею и по одному за каждую из трех других и т.д. Такой подход позволяет каждому эксперту высказать свое предпочтение, а коллективу в целом – определиться с приоритетами. Другой способ: на заседании группы каждая идея зачитывается под своим номером, а эксперты голосуют поднятием рук. Число вытянутых пальцев на поднятой руке указывает на количество поданных голосов.

Метод «мозговой атаки наоборот» во многом напоминает обычную «мозговую атаку», но при этом разрешается высказывать

критические замечания. Точнее сказать, критика специально поощряется, так как философия такого метода построена на том, чтобы все эксперты выявляли как можно больше недостатков у предлагаемых идей. Метод может дать неплохие результаты, если он выступает предваряющей процедурой к другим методам экспертизы.

Метод *прогнозных сценариев* – наиболее популярный в последние десятилетия метод экспертных оценок. Термин «сценарий» впервые был употреблен в 1960 г. футурологом Г. Каном при разработке картин будущего, необходимых для решения стратегических вопросов в военной области. Сценарий – это вероятностное описание картины будущего, составленной на основе компетентных технических суждений. Один прогноз включает несколько сценариев, в большинстве случаев три: оптимистический, пессимистический и промежуточный (наиболее вероятный, ожидаемый). Составление сценария происходит в несколько этапов:

1) структурирование и формулировка вопроса: сбор и анализ исходной информации, согласование задачи со всеми участниками проекта, выделение структурных характеристик проблемы;

2) определение факторов внешнего влияния;

3) нахождение показателей, желательно альтернативных, будущего состояния;

4) формирование и отбор согласующихся наборов предположений при помощи компьютерных программ;

5) разработка практических рекомендаций к сценарию будущего и определение возможных последствий его реализации. Как правило, экспертные опросы охватывают небольшое количество людей. Если проводится заочный опрос, то количество экспертов может быть увеличено.

При отборе экспертов важное значение имеют критерии отбора. Основным критерием является их компетентность, профессиональная грамотность.

ТЕМА 13. МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ СЛУЧАЯ (CASE-STUDY)

Case-study (кейс-стади) – это особая стратегия исследования или такое эмпирическое исследование, которое изучает явления в реально существующих ситуациях и условиях, когда используется множество источников информации разного плана. Такие условия и ситуация называются *контекстом*.

Единого понимания сущности данного метода в мировой науке, в том числе американской, где он давно практикуется, не существует. Под определение *case study* – исследование случая (события) – подпадает целая группа методов: биографический, исторический, наблюдение и даже эксперимент. Так, Дж. Митчелл (Стэнфордский университет, США) определяет *case study* как «детальное рассмотрение события или серии взаимосвязанных событий, которые, по мнению исследователя, представляют определенные теоретические принципы», а Р. Йин описывает его как эмпирическое исследование, которое изучает явление в реальном жизненном контексте, когда границы между явлением и контекстом размыты. Р. Уолкер отнес *case study* к группе качественных исследований, в которых преимущественно используются глубинные интервью, групповые интервью, описания событий их участниками, проективные техники и другие методы.

Case study – далеко не новое слово научной мысли. Его корни специалисты видят в клинических обследованиях врачей, в практических методах *casework*, которые находятся на вооружении у социальных работников, исследовательских методах историков и антропологов, социологических исследованиях чикагской школы. Представители чикагской школы определяли *case study* как неколичественные исследования, делающие акцент на истории и контексте происходящих событий, избегающие обобщений и исходно ориентированные на понимание социальной жизни через представления действующих лиц.

В отечественной литературе нет устоявшегося термина для обозначения метода, который в английской традиции называется *case study*. Иногда его называют «*монографический подход*», но чаще сохраняют английский термин *case study*, который переводят как «изучение случая» (что является дословным переводом английского названия метода). Аналогом *case study* выступают этнографическое

исследование, полевое исследование, включенное наблюдение. По определению П. В. Романова, оно содержит детальное представление социального контекста исследуемых событий, несет отчетливые следы авторского отношения, его личности, которые не скрываются, более того, демонстрируются открыто. Как правило, данный тип *case study* – это исследование, проводившееся длительное время, в течение которого ученому удалось наладить доверительные отношения с ключевыми информантами и сократить культурную дистанцию между собой и тем социумом, который изучается.

Согласно В. И. Герчикову, термин *case* (случай) употреблялся по преимуществу в значении «эмпирический объект», которым определяют конкретную область, явление, общность, предприятие (иногда группа предприятий), где проводится детальное исследование. В таком понимании подчеркивается уникальность каждого случая (объекта) и его целостность. Если речь идет о промышленной организации, то под спецификой ее жизненного контекста В. И. Герчиков предлагает понимать место ее расположения, профиль и особенности выпускаемой продукции, положение на рынке, историю развития, половозрастной состав работающих, частоту сменяемости и личностные особенности ее первых руководителей, сочетание которых для любого предприятия окажется уникальным.

В общем виде «анализ случая» можно определить как углубленное выборочное исследование какой-либо проблемы на одном отдельно взятом, но представительном объекте. При этом предмет исследования, его взаимосвязь с объектом изучаются с большей подробностью и тщательностью. *Case study* – форма качественного описательного исследования, объектом которого выступает отдельный индивид или малая группа. Его предметом может выступать только реальное взаимодействие обозримого числа людей и лишь в очень специфическом контексте. Для сбора данных здесь используются участвующее или прямое наблюдение, интервью, протоколы, тесты, архивные документы, артефакты, аудио- и видеозаписи, транскрипты интервью, записи испытаний и др. Техника наблюдения в *case study* достаточно близко напоминает технику антропологических наблюдений. Основное требование к наблюдателю – дать как можно более детальное описание, позволяющее восстановить живую атмосферу события. Протоколы наблюдений за событиями в этом случае оформляются в свободной форме и носят характер естественной истории, практически не отличаясь от полевых заметок.

Они дополняются кратким резюме по поводу собственных впечатлений наблюдателя и представляют своего рода предварительный содержательный анализ полученной информации. По мнению И. Козиной, это стимулирует возникновение объяснительных гипотез, пусть предварительных и частных, которые в дальнейшем могут быть развернуты, уточнены или отвергнуты. В таком случае не требуется приведения строгого обоснования выводов, которое осуществляется позже.

Социологи, практикующие данный метод (или вид эмпирического исследования) не стремятся к глобальным обобщениям, открытию причинно-следственных законов или к статистически репрезентативной информации. Здесь изучается одно событие или одна общность во всех подробностях. Если в качестве объекта исследования берется не одно, а несколько предприятий, то каждое из них должно выступать вариантом эмпирической реализации изучаемого явления, его единичной репрезентацией. Иными словами, оно должно служить одним из возможных воплощений того теоретического конструкта, с помощью которого исследователь распознает свой предмет. Отсюда вытекает важное методологическое правило: каждый из объектов, отбираемых для исследования, должен демонстрировать какой-то вариант реализации изучаемого предмета, а все вместе они должны (по возможности) покрывать все вероятные варианты.

Сущность такого исследования заключается в том, чтобы, детально изучив один или несколько случаев, раскрыть содержание глубинных процессов, протекающих в обществе, лучше понять изучаемое явление и предложить множественную интерпретацию. Ключевым методологическим моментом *case study* является опора на качественные методы сбора и анализа эмпирического материала. Исследования, проводимые в стратегии *case study*, предоставили социологам возможность проникнуть в глубинные пласты повседневной жизни организаций, изучить те стороны их бытия, которые трудно или невозможно охватить традиционным анкетным опросом. Нужно сказать, что при использовании «анализа случая» можно столкнуться с рядом трудностей. Первая из них – репрезентативность. Речь идет о способности данного объекта представлять изучаемый класс явлений, возможности отнесения результатов исследования к проблеме в целом. Принято даже противопоставлять «анализ случая» другим методам исследования (статистика, анкетирование

и прочие массовые методы). Привычное сопоставление выборочной и генеральной совокупностей здесь переходит в прямое сопоставление совокупностей, т.е. «единичной» и генеральной, минуя «среднее звено».

Для того чтобы усилить научное обоснование метода «анализ случая», надо соблюсти некоторые требования, особенно на начальной стадии его применения. Прежде всего – это определение типологических особенностей объекта, установление его отнесенности к соответствующему классу объектов. Это делается через нахождение у них значимых общих признаков, достаточных для идентификации. При этом следует отметить и уникальные особенности объекта исследования, те его частные признаки, которые не являются типичными для генеральной совокупности, но и не противостоят ей, допустимы с точки зрения положительного влияния на результат. Важно также четко выделить предмет исследования: он должен быть тот же, что в генеральной совокупности. Это же относится и к постановке проблемы. И предмет исследований, и проблема не могут быть упрощены за счет особенностей метода. Их соответствие макромасштабу можно обеспечить определением параметров анализа, т.е. оцениваемых признаков и связей. Соблюдение указанных требований не снимает окончательно противоречие между специфическим и универсальным в методе «анализ случая», но дает некоторые средства для его разрешения в конкретном исследовании. Для методики «анализ случая» характерно ограниченное использование точных количественных методов. Здесь нередко приходится иметь дело не со статистическими категориями, а с малыми группами. При этом теряет смысл не только проведение анкетирования, но и вообще тиражирование исследовательских документов. Даже интервьюирование здесь не нуждается в формализации. Исследователь здесь выходит на прямое общение с респондентами, проводит с ними обсуждение, прослеживает их действия, даже участвует в некоторых событиях, скажем, в роли ассистента. Подобный способ исследовательского поведения иногда можно обозначить как «близкое наблюдение» (промежуточная форма метода наблюдения наряду с формализованным и включенным). Оно предполагает погружение исследователя (при сохранении своего исследовательского статуса) в объект, «понимание» им мотивации и поступков индивида и группы, привлечение последних к анализу проблемы. Этим объясняется определенная гибкость исследовательской программы, вероятность перестройки

ее по параметрам анализа, гипотезам, а возможно, и задачам исследования. Программируемость «анализа случая» куда более ограничена, чем массовые опросы. Значит, исследователю приходится помнить об устойчивости концептуальной основы своей работы на объекте, избегая дезорганизации и восстанавливая ее целостность после каждого изменения одного из элементов.

Можно выделить две разновидности таких исследований. Одна из них – монографический «анализ случая». Его стратегия предполагает выявление взаимосвязи предмета исследования с объектом: развитие какого-то процесса рассматривается в зависимости от эволюции организационно-экономической и социокультурной среды его протекания, когда эта среда представляет собой его непосредственную и относительно замкнутую «надсистему» (например предприятие).

Другая разновидность «анализа случая» (назовем ее сквозной, или межобъектной) выделяет предмет исследования, пересекающий границы разных объектов, которые не образуют для него какой-либо единой среды, например текучесть кадров с одного предприятия на другое, маятниковая миграция, межорганизационные процессы нововведений и т.д.

Главное преимущество «анализа случая» – разнообразие информативности. Кроме того, он доступен практикующим специалистам. Его диагностические и инновационные способности дают исследователю возможность одновременно выступать в качестве консультанта, т.е. составлять конкретные рекомендации по решению выявленных проблем, причем делать это в соответствии со спецификой данного объекта.

ТЕМА 14. ПРИМЕНЕНИЕ ТЕСТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Прикладные социальные исследования требуют достаточно глубокого знакомства с основами тестирования и умения применять различные тесты на практике. В настоящее время тестовые методики широко используются руководителями, службами персонала, кадровыми агентствами, консультациями и службами занятости для оценки личностных качеств, способностей, навыков, знаний, склонностей и интересов претендентов на рабочие места, при аттестации, планировании карьеры и расстановке кадров, а также при решении вопросов о профориентации, профессиональной подготовке и развитии персонала в целом. Важной сферой применения тестов является область стимулирования и мотивации труда. В психосоциальной работе с клиентами социальных служб без них обойтись невозможно. Кроме того, тестирование помогает своевременно выявлять назревающие конфликтные ситуации и находить пути их эффективного решения.

В общенаучном смысле тест (от англ. *test* – опыт, проба) – это кратковременное стандартизованное испытание, направленное на получение в относительно сжатый отрезок времени наиболее существенной информации о признаках данного конкретного объекта с целью установления у него наличия или степени выраженности определенного психического свойства (черты, характеристики) или качества, а также совокупности психических свойств личности или психических состояний (отношений, взаимовосприятия) групп и коллективов. Тест позволяет с заранее установленной степенью вероятности определить существующий у человека в данное время уровень знаний, относительно устойчивые личностные свойства, черты поведения, а также получить качественные и количественные оценки измеряемых характеристик. Концепция тестирования как метода оценки и измерения качеств личности базируется на следующих общих предпосылках.

1. Внутренние (психологические) свойства личности выявляются с помощью индикаторов – показателей или внешних поведенческих характеристик (ответов на вопросы, результатов решения разного рода задач и т.п.), посредством которых проявляются структуры и свойства личности.

2. Эти индикаторы имеют такое выражение, которое может быть объектом наблюдения и измерения с помощью специальных процедур.

3. Между внешней (поведенческой) чертой и внутренним свойством личности существует однозначная причинная зависимость: наблюдаемое действие или реакция человека порождены определенным личностным свойством и только им.

4. Измеряемые тестами черты и соответственно получаемые результаты распределены среди большой совокупности людей достаточно равномерно. Это означает, что тест должен не только оценивать конкретно взятого человека, но и быть применимым к большой совокупности людей.

Последнее требование отражается в понятии «*норма теста*», под которой понимается «средний уровень развития большой совокупности людей, похожих на данного испытуемого по ряду социально-демографических характеристик». Иными словами, норма теста – это средний уровень распределения выявляемых с его помощью характеристик в большой группе людей, на применимость в которой он претендует. В большинстве случаев норма теста определяется с помощью усреднения результатов тестирования большой выборки людей одного пола, примерно одинакового возраста и дифференциации полученных результатов по важнейшим показателям. Норма теста отражает его *репрезентативность*, или свойство выборочной совокупности людей (группы или ряда групп, на основе анализа качеств которых был разработан тест) представлять генеральную совокупность всех лиц, обладающих подобными типологическими характеристиками. Репрезентативность позволяет классифицировать результаты тестирования и выступает показателем качества тестовой методики. Еще одним критерием добротности теста, тесно связанным с репрезентативностью, является его *адаптированность* – способность учитывать национальные (в том числе и социальные) и региональные особенности. Авторы берут нужный для построения тестов материал из исторически сложившейся культуры близкой им социальной общности. Тесты, «свободные от культуры», а значит одинаково понятные по материалу индивидам из разных социальных общностей, создать нельзя – это неустранимое свойство тестовых программ. При использовании тестов, разработанных в иной социально-культурной среде, в проверке и переоценке нуждаются нормы, валидность, надежность тестов, а также их применимость в целом.

Особенно остро проблема адаптированности заявила о себе в последние годы, когда в Россию широким потоком хлынули западные тестовые методики и российские специалисты в области кадрового менеджмента применяли их, подчас не задумываясь о необходимости внесения определенных корректив.

Для того чтобы тесты соответствовали своему назначению, адекватно выявляли и достаточно точно измеряли определенные качества, они должны соответствовать таким критериям, как объективность, валидность, надежность и научность.

Объективность означает, что результаты тестирования должны быть интерсубъективны, т.е. независимы от того, кто проводит тест. *Валидность* (от англ. *valid* – действительный, пригодный) – это пригодность теста для измерения именно того качества, на оценку которого он направлен. Так, например, если тест используется для оценки уровня знаний человека в области управления персоналом, он должен измерять именно эти знания, а не, например, общую эрудицию или знания в области экономики. Существуют, по меньшей мере, три условия обоснования валидности: *валидность относительно критерия* (требующая демонстрации корреляции или иного статистического взаимоотношения между результатами теста и требованиями работы); *валидность относительно содержания* (требующая демонстрации того, что содержание теста представляет важнейшие относительно работы черты поведения); *валидность относительно конструкторов* (требующая демонстрации того, что тест определяет именно тот конструктор или характеристику, для определения которой он предназначен, и что эта характеристика важна для успешности в работе).

Надежность отражает степень точности и постоянства, с которой измеряется качество личности, и характеризует свободу процедуры тестирования от погрешностей. Точность проявляется в уровне совпадения результатов данного теста с показателями других тестов, используемых для этой же цели, постоянство – в устойчивости, стабильности результатов при повторной оценке той же группы тестируемых. Вместе с тем специалисты отмечают существование нескольких причин, по которым индивид, вновь проходящий тест, не получает сходные оценки. К ним относятся: временные психологические или физические изменения состояния тестируемого; факторы окружения (температура комнаты, освещение, уровень шума или даже личность проводящего тест); форма теста

(многие тесты имеют разную форму или версию – на бумажном носителе, в электронном виде, в устном исполнении) и т.п. Указателем надежности теста является степень, в которой сфера оценок теста не подвержена влиянию указанных факторов.

Надежность теста определяется его коэффициентом, который может колебаться от 0 до 1. Обычно говорится, что если надежность теста 0,9 и более, то результаты его превосходны, тест с надежностью 0,8–0,89 дает хорошие результаты, тест с надежностью 0,7–0,79 дает адекватные результаты, тест с надежностью менее 0,7 имеет ограниченную применимость.

Надежность и валидность теста взаимосвязаны. Вместе с тем между ними следует проводить различия: надежность говорит о том, насколько истинные результаты дает тест, валидность – насколько хорош тест для отдельной ситуации. Таким образом, тест может быть надежным, но не быть валидным. Он может оказаться невалидным для различных целей, например: адекватно показывать технические навыки, но быть бесполезным при определении лидерских качеств. Сходным образом валидность теста обоснована относительно специфических групп индивидов (так называемых референтных групп); вполне реальна ситуация, когда целевая группа может не входить в число последних. В целом валидность теста может быть либо равна (идеальный случай), либо меньше его надежности.

Научность – это обоснованность теста фундаментальными исследованиями, его концептуальная осмысленность. Особенно необходимо научное обоснование при обращении к батарее тестов – серии испытаний, призванных оценить комплекс качеств человека.

Тесты могут быть полезными только при условии их грамотного применения подготовленными к этому специалистами. Избегать проблем и получать объективные результаты помогают общие правила тестирования, к которым относятся следующие:

- любое сложное тестирование должно проводиться при участии специалиста по психодиагностике или при последующем его участии в качестве консультанта;

- любое тестирование должно проводиться с согласия человека, нельзя никого подвергать обследованию обманным путем или против его воли, недопустимы никакие формы прямого или косвенного принуждения;

- перед проведением тестирования испытуемого необходимо предупредить о том, что в ходе исследования он невольно может

сообщить такую информацию о себе, своих мыслях и чувствах, которую не осознает сам;

– любой человек (за исключением случаев, оговоренных законом) имеет право знать результаты своего тестирования; итоговые данные в доступной для понимания форме предоставляет испытуемому тот, кто проводил обследование; ознакомление с результатами тестирования должно исключать их неправильное толкование или появление у испытуемых каких-либо опасений;

– результаты тестирования не должны травмировать исследуемого или снижать его самооценку, поэтому их следует сообщать в ободряющей форме, по возможности сопровождая конструктивными рекомендациями;

– испытуемый должен быть информирован о целях тестирования и формах использования его результатов;

– тестирующий должен обеспечить беспристрастный подход к процедуре и результатам исследования, конфиденциальность полученной информации.

Помимо вышеперечисленных правил, обеспечивающих эффективность процедуры тестирования, особые требования предъявляются и к тестирующему. Общеизвестно, что эффективность тестирования во многом зависит не только от соответствующих знаний, но и от личностных качеств проводящего его человека. Важными для профессионального тестирования качествами являются: общительность и коммуникабельность; динамичность и гибкость поведения; эмоциональная сдержанность и терпимость; профессиональный такт (основой которого являются прежде всего соблюдение профессиональной тайны и деликатность); эмпатия (т.е. готовность и способность проникнуться чувствами и переживаниями других людей и тем самым эмоционально понять их); умение привлекать других людей к активному сотрудничеству, совместному анализу и решению проблем, а также конфликтологическая грамотность.

Еще одним непременным условием эффективности тестирования является учет особенностей различных типов тестов. **По предмету исследования** можно выделить три класса тестов:

а) общеличностные, с помощью которых фиксируют некоторую целостность психических свойств личности (одно из направлений современной психологии личности – дифференциальная психология – целиком опирается на использование приемов психодиагностики);

б) личностные – специальные тесты, предназначенные для диагностики той или иной особой черты, характеристики, свойства субъекта (например творческих способностей, уровня общей ответственности, самоконтроля и т.п.);

в) групповые, предназначенные для диагностики групповых психических процессов – уровня сплоченности групп и коллективов, особенностей группового психологического климата, межличностного восприятия, силы нормативного «давления» группы на ее членов и др.

С точки зрения **технических приемов** обычно выделяют четыре разновидности тестов:

а) так называемые *объективные*, преимущественно аппаратурные, часто психофизиологические испытания (например измерение кожно-гальванического рефлекса, служащее индикатором эмоционального состояния);

б) *опросные методики или субъективные тесты*, как например, общеличностные тесты Г. Айзенка и Р. Кеттела (эти тесты состоят из серии взаимоконтролирующих суждений о различных проявлениях личностных черт с предложением испытуемому фиксировать наличие или отсутствие данного свойства, черты, особенности поведения);

в) *тесты «с карандашом и бумагой»*, например, для диагностики внимания – вычеркивание определенных букв в тексте («корректорский тест» или вычерчивание оптимального выхода из лабиринта (оценка некоторых свойств интеллекта) и т.д.;

г) *тесты, основанные на экспертной оценке поведенческих проявлений испытуемых.*

В зависимости от **формы ответов** тесты делятся на свободные, структурированные (со связанными ответами), шкалированные, графические тесты и тесты с пробелами. Каждый из этих типов построения тестов имеет свои достоинства и недостатки. *Свободные* тесты предполагают ответы или действия, содержание которых определяет сам испытуемый. Задания могут быть в форме вопросов (например: «Напишите, какие концепции организационного лидерства Вы знаете?»), дополнения предложения (например: «Как правило, в организации можно выделить пять уровней конфликта: внутриличностный, межличностный, внутригрупповой, межгрупповой и...»), свободных действий (например рисование в проективных тестах) и исправления ошибок. Сильной стороной этого вида тестов

являются легкость формулировки вопросов и, как следствие, низкие временные и другие расходы на подготовку этого типа исследовательских методик. Их слабость – трудная оценка и интерпретация полученных результатов. *Структурированные* тесты, или тесты со связанными ответами, содержат вопросы с ответами в формах: «да» – «нет»; задания с выбором правильного ответа (по типу: «Подчеркните правильный ответ в высказывании "...»); лучшего ответа (по типу: «Выберите наиболее точный ответ ...»); идентификации. Сильная сторона состоит в легкости оценки. Вместе с тем существует опасность угадывания ответов и, кроме того, для этого типа тестов характерны трудоемкость при разработке формулировок и большие подготовительные расходы в целом.

Гораздо более сложной является классификация тестов **по исследуемому объекту**. С этой точки зрения тесты можно разделить на три самостоятельные большие группы:

– *индивидуальные* – с их помощью выявляются качества отдельных индивидов;

– *социально-психологические* (прежде всего, изометрические), где объектом анализа являются межличностные отношения в малой группе;

– *ситуационные* – изучается поведение человека в определенной ситуации.

В свою очередь, индивидуальные тесты делятся на *личностные тесты* и *тесты способностей*. Первая разновидность – личностные тесты – призвана определять независимые от ситуации и постоянные во времени качества человека. В отличие от тестов способностей, ориентированных на выполнение испытуемым поставленного задания, достижение высоких результатов, они рассчитаны на открытую и свободную реакцию человека, выявляющую его относительно стабильные черты (темперамент, агрессивность, тревожность, уровень притязаний, самооценку и т.п.). Главное назначение тестов данного типа состоит в выявлении того, как человек ведет себя в определенных ситуациях или решает определенный круг проблем. Личностные тесты могут выявлять уровень выраженности каждой характеристики (например тест Кеттелла) или по совокупности данных относить человека к тому или иному типу (например тест Майерс – Бриггс).

Эти тесты включают: субъективные тесты (личностные опросники и тесты интересов и склонностей), объективные и проективные

тесты. В *субъективных личностных тестах* принцип оценки понятен для испытуемого, поэтому своими неискренними ответами он может повлиять на результат и исказить его. Помешать этому призваны вопросы-фильтры на выявление искренности (лжи). Если, стремясь создать о себе хорошее впечатление, испытуемый в своих ответах превышает допустимый предел возможной неискренности, то результаты теста считаются недействительными.

Широко распространенная разновидность субъективных тестов – *личностные опросники*, содержащие комплекс вопросов, ориентированных на общую цель. В зависимости от целей различаются многофакторные (дающие разностороннюю комплексную оценку психологических качеств личности), однофакторные (выясняются отдельные устойчивые особенности человека, например его темперамент) и проективные тесты-опросники.

Тесты интересов и склонностей исследуют предпочтения испытуемого к определенным видам деятельности и ситуациям, структуру мотивации и диспозиции личности.

В *объективных личностных тестах* принципы их интерпретации скрыты от испытуемых. Поэтому при их использовании человек, не обладающий соответствующими профессиональными психологическими знаниями, не может повлиять на результат теста, исказить его.

Проективные личностные тесты направлены на выявление с помощью специальных техник наиболее глубоких структур личности. Особенность проективных процедур в том, что стимулирующая ситуация приобретает смысл не в силу ее объективного содержания, но по причинам, связанным с субъективными наклонностями и влечениями испытуемого, т.е. вследствие субъективированного, личностного значения, придаваемого ситуации испытуемым. Первоначально процедуры такого рода применялись психиатрами для выявления скрытых, несознаваемых субъектом расстройств. В послевоенные годы проективные методики получили второе рождение вне всякой связи с психоанализом и клинической практикой. В основе этого возрождения лежал постулат о том, что восприятие внешнего мира субъектом не равнозначно реальному ходу событий. Наряду с объективным значением, получаемым в ходе общественной практики, одни и те же явления имеют для разных людей разное личностное «звучание», обусловленное их опытом, потребностями, мотивами деятельности. Для того чтобы получить внешнюю проекцию подсознательного, индивиду предлагают спонтанно отреагировать

на ту или иную ситуацию, например: нарисовать человека или дерево (тест МахOVERA), дать интерпретацию неопределенных очертаний или чернильных пятен (тест Роршаха), завершить высказывание одного из действующих лиц (тест Розенцвейга), выбрать цвета, которые больше нравятся испытуемому (цветовой тест Люшера), и др. – проективные тесты достаточно разнообразны. Одной из проективных методик является *тест семантического дифференциала*, разработанный в середине 50-х гг. Ч. Осгудом. Этот тест хорошо зарекомендовал себя в исследованиях эмоционального отношения людей к смыслу тех или иных понятий, суждений.

Обоснованность проективных процедур определяется прежде всего теоретическими посылками, руководствуясь которыми исследователь истолковывает данные. Важно помнить, что часть этих тестов действительно опирается на серьезные научные исследования и разработки, но вместе с тем никогда не используется в отрыве от сбора разнообразной биографической информации об испытуемом, подробной индивидуальной беседы, сведений по другим тестам и профессионально-учебным испытаниям. «Проективные» тесты призваны дополнить другие данные о человеке: использованные изолированно они часто приводят к ошибкам и казусам.

Тесты способностей требуют от испытуемого проявить себя в каких-либо достижениях. Как правило, они подразделяются:

– на *общие тесты достижений* (в том числе тесты на внимательность, тесты на память, тесты на умение концентрироваться, тесты на волевые качества; эти тесты служат выявлению качеств, являющихся предпосылками любого умственного труда);

– *тесты профессиональных и иных достижений* (характеризуют уровень освоения той или иной сферы деятельности);

– *тесты на интеллект*, в том числе общие тесты на интеллект и специальные тесты на интеллект;

– *тесты на специфические способности* – сенсорные (острота зрения, восприятие цвета, слух) или моторные (физическая сила, ловкость рук, быстрота реакции).

Вторая группа тестов в классификации по исследуемому объекту – *тесты социально-психологические*. Объект диагностирования – межличностные отношения, субъективные оценки общественных явлений – в этих тестах весьма сложен и не всегда устойчив. Эти тесты исследуют поведение индивида в группе, межличностные отношения, социально-психологическую совместимость членов группы, нефор-

мальные групповые структуры и т.п. Центральное место среди социально-психологических методов, используемых в управлении персоналом, занимают *социометрические тесты*, предназначенные для диагностики эмоциональных связей, т.е. взаимных симпатий и антипатий между членами группы.

Назначение социометрической процедуры может быть тройким:

- а) изменение степени сплоченности-разобщенности в группе;
- б) выявление «социометрических позиций», т.е. соотносительного авторитета членов группы по признакам симпатии-антипатии, где на крайних полюсах оказывается лидер группы и «отвергнутый»;
- в) обнаружение внутригрупповых подсистем – сплоченных образований, во главе которых могут быть свои неформальные лидеры.

Основной же целью ее является превращение старого социального устройства в новое социальное устройство и, если это необходимо, преобразование групп таким образом, чтобы формальная поверхностная структура как можно больше соответствовала глубинной (неформальной или эмоциональной) структуре.

В узком смысле социометрические методы (социометрические тесты) представляют собой способы изучения структуры межличностных отношений в малой социальной группе путем изучения выборов, сделанных членами группы по тем или иным социометрическим критериям. Социометрические методы были предложены в 30-х гг. известным американским психиатром и социальным психологом Якобом Л. Морено (*Moreno*) (1892–1974) в рамках развиваемой им *теории социометрии* (от лат. *socius* – общий и греч. *metron* – мера) – метода исследования малых групп, коллективов и организаций с помощью описания системы межличностных отношений между их членами.

Социометрия в трактовке Морено выступает проектом социальной науки в целом, основной идеей которого является следующее положение: малая группа – модель общества, на ее примере видно, что для жизни людей важна как объективная структура, создаваемая функциональными обязанностями, так и структура эмоциональных (неформальных) отношений, которую возможно выявить посредством специальных методов. Психическое здоровье, адекватность поведения человека зависят от его положения во внутренней, неформальной структуре отношений в малой группе; недостаток симпатий порождает жизненные трудности.

Эмоциональные привязанности в группах распределяются неравномерно, и такое положение вещей, в принципе, неустранимо.

Структура неформальных групповых отношений зачастую не совпадает с объективной структурой групп; несовпадение этих структур как в малых группах, так и в обществе в целом является источником конфликтов, ведет к появлению людей, лишенных богатства эмоциональных связей. Таким образом, у каждой ситуации есть своя социодинамика: свои «звезды» и отверженные, а у каждой группировки – свои лидеры и лишенные взаимности.

Морено и его последователи пришли к выводу, что все проблемы современного общества могут быть разрешены путем перестановки людей в соответствии с их эмоциональными предпочтениями. Способствовать этому должна социометрия, которую Морено считал не только методом изучения, но и «народной социологией», включающей людей в социальное экспериментирование. Социометрические процедуры позволяют определить положение человека в неформальных связях, понять его проблемы.

С точки зрения Морено, при проведении социометрического исследования важно обеспечить необходимую для этого мотивацию его участников. Это требование отражено в правиле *адекватной мотивации*, согласно которому **процедура любого теста должна совпадать с интересами испытуемых**. Лишь в этом случае исследуемая группа превращается в группу исследователей, стремящихся не только добросовестно выполнить указания тестирующего, но извлечь из этого жизненно важные для себя уроки.

В рамках социометрии можно выделить три группы методов: *социометрическую тестовую методiku* (тест), *психодраму* и *социодраму*, а также *групповую моренотерапию* (групповую терапию), это так называемая **триединая система Морено**. Каждая из трех составных частей триединой системы, будучи отделенной от двух других, теряет свой смысл и эффективность.

Однако социометрические тесты широко используются в качестве независимых методов, включающих специальные процедуры сбора первичной информации о выборах членов группы (прежде всего социометрический опрос), способы представления (социограмма, социоматрица) и анализ этой информации. *Социометрический опрос* – метод сбора первичной информации, используемый для изучения структуры межличностных отношений в малых (контактных) социальных группах. Социометрический опрос является одним из самых распространенных социометрических методов. В процессе социометрического опроса используется опросный лист, где каждый

член группы должен указать свое отношение к другим членам группы по различным вытекающим из задач исследования критериям (с точки зрения совместной работы, проведения досуга, участия в решении деловой проблемы и т.п.). Иными словами, респондентам предлагается выбрать по тем или иным социометрическим критериям одного или нескольких человек исследуемой малой группы. Примером социометрического опроса является опрос членов производственной бригады с помощью анкеты, включающей вопросы типа: «Кого из членов Вашей бригады Вы оставили бы в ней, если бы бригада формировалась заново?». В ответ на каждый вопрос респонденты должны указать номера членов бригады (из врученного им вместе с анкетой списка). Вопросы социометрического теста могут существенно различаться в зависимости от целей исследования. Так, например, если нужно выявить делового лидера, то они касаются совместного выполнения задания, обращения за профессиональным советом и т.п.; если нужно выбрать эмоционального лидера, то речь идет о выборе компаньона для совместного отдыха, откровенной беседы.

Социометрический опрос существенно отличается от других видов исследования по характеру исходных данных, способам их представления, процедуре опроса и методам анализа собранной информации. При социометрическом опросе результатом измерения (ответом на вопрос) является не характеристика респондента (т.е. знание признака, измеренного в том или ином типе шкалы), а отношение между респондентами. Если в других видах опроса ответ всех респондентов на любой вопрос порождает распределение опрошенных по признаку, соответствующему данному вопросу, то ответы всех членов группы на данный социометрический вопрос порождают определенную структуру отношений: каждому члену группы ставится в соответствие один или несколько других членов группы. Это отличие приводит к возникновению специальных способов представления собранных данных. Полученная в результате опроса структура представляется в виде специального рисунка (социограммы) или таблицы (социоматрицы).

Расчет социометрических индексов решает задачи описания структуры межличностных отношений группы в целом (индекс сплоченности группы, степень групповой интеграции) или положения отдельных членов группы в структуре (статус каждого члена группы, индекс эмоциональной экспансивности, индекс объема

взаимодействия и т.п.). С этой точки зрения различают групповые и индивидуальные *социометрические индексы* – количественные показатели, характеризующие структуру межличностных отношений в малой группе (групповые социометрические индексы) или положение отдельных членов группы в этой структуре (индивидуальные социометрические индексы).

Более глубокое изучение структуры межличностных отношений в группе дает выделение социометрических подструктур, т.е. одного или нескольких членов группы, занимающих особое положение в структуре. Иными словами, *социометрическая подструктура* – это некоторое подмножество членов группы, состоящее из одного или нескольких лиц, выделенных по степени наличия у каждого из них или у подмножества в целом определенного свойства. Как правило, это свойство измеряется с помощью тех или иных индексов. Наиболее распространенными являются следующие подструктуры: лидер группы по отношению N (имеется в виду одно из возможных интересующих исследователя межличностных отношений – симпатия, антипатия и пр. – член группы, обладающий максимальным статусом по этому отношению); укрепляющие члены группы – члены группы, удаление которых уменьшает ее сплоченность (из социоматрицы поочередно удаляется по одному члену группы вместе с отданными и полученными этим членом группы выборами, рассчитывается индекс сплоченности группы до и после удаления); ослабляющие члены группы – члены группы, удаление которых увеличивает сплоченность; нейтральные члены группы – члены группы, удаление которых не изменяет сплоченности. Изолированные члены группы – члены группы, не получившие ни одного выбора (двусторонне изолированные – не получившие и не сделавшие ни одного выбора); ядро группы – подмножество, полученное удалением из группы ослабляющих членов; подгруппа – множество членов группы, сплоченность которого существенно выше сплоченности группы в целом.

Постепенно расширялся класс объектов, отношения которых изучались с помощью социометрических методов. Развитие социометрических методов привело к формированию более широкого определения их назначения. Под социометрическими методами в широком смысле понимаются методы исследования структуры отношений между социальными объектами. Из этого определения вытекает и основное ограничение области использования социомет-

рических методов: исследуемые социальные объекты представляют собой некоторую систему, изучение которой отнюдь не исчерпывается описанием структуры отношений между ее элементами. В частности, очевидно, что невозможно получить более или менее полное представление о коллективе и вообще о любой малой группе, исследуя лишь структуру межличностных отношений; изучение малых групп должно включать исследование групповых норм и ценностей, социально-демографических и других характеристик группы, а также связей между различными классами характеристик.

ТЕМА 15. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результатом сбора информации являются эмпирические данные, с которыми можно проводить следующие операции:

- 1) подготавливать их для обработки;
- 2) обрабатывать;
- 3) анализировать;
- 4) интерпретировать.

Условно можно выделить такие аспекты обработки и анализа эмпирической информации, как описание, объяснение и проверка гипотез.

Научное описание – это фиксация результатов эмпирического исследования с помощью выбранной системы обозначения и выражение этих результатов в понятиях науки. Однако описание не ставит задачу установления закономерностей, раскрытия сущности объектов и поэтому не выходит за рамки эмпирического познания. Описание есть переходный этап между опытом и теоретическими процедурами, оно приводит непосредственные эмпирические данные к тому виду, в котором они оказываются доступными для различных теоретических операций, в частности, объяснения. В состав описания входят, по крайней мере, три компонента: эмпирические данные исследования, система обозначений, которая придает описаниям экономную, строгую структуру, и понятия науки, связанные с этими системами обозначений. В соответствии с этим и исходя из практики социальных исследований, можно выделить основные методы описания: группировку и типологизацию.

Группировка социальной информации – это классификация или упорядочение данных по признаку подобия или различия. Организация фактов в систему осуществляется в соответствии с описательной гипотезой относительно ведущего признака группировки или классификации. Общее назначение социальной группировки состоит в выявлении взаимосвязей между несколькими переменными (взаимоконтроль данных, структурная характеристика, определение характера связей и их направления, поиск устойчивых сочетаний свойств).

Группировка единиц наблюдения по признакам выступает как первый и простейший прием описания социальной информации. Типологизацию можно охарактеризовать как поиск устойчивых соче-

таний свойств социальных объектов или явлений в целостной системе переменных, относящихся к этому объекту или явлению. Различают эмпирическую и теоретическую типологизацию. Результатом эмпирической типологизации является типология, не имеющая под собой конкретного теоретического основания. Однако описание социальных явлений может осуществляться и на основе определенных теоретических концепций. В этом случае типологизация производится априори.

Объяснение представляет собой раскрытие на основе экспериментальных данных и теоретической концепции сущности объекта изучения путем показа того, что объясняемый объект подчиняется определенному объективному закону или совокупности законов. Одной из важнейших логических характеристик всякого объяснения является его двусоставность. С одной стороны, объяснительная структура включает в себя положение или совокупность положений, отображающих объясняемый объект. Вторую необходимую часть составляет совокупность объясняющих положений. При отсутствии одной из названных частей нет и объяснения.

Основные нормативные требования к анализу и обработке эмпирической информации: руководящая роль теоретических требований, методологических принципов; концептуальная взаимосвязь всех этапов анализа с программой исследования; обеспечение полноты, надежности информации и процедур достоверности результатов исследования; систематизация, сжатие и более полное выражение информации за счет использования на всех этапах анализа логических, математико-статистических и информационных методов и современных средств. Программа анализа данных является составной частью программы исследования. В ней должно отражаться определение вида и состава необходимой информации, определение способов и средств ее регистрации, измерения, обработки и преобразования, обеспечение надежности данных, определение форм интерпретации, обобщение данных, установление способов практического применения результатов исследования.

По форме и назначению различают три основных вида итоговых документов: отчет, научные публикации, публикации в средствах массовой информации. Научный отчет адресован заказчику, научная статья – специалистам, публикация в прессе – широкой публике.

Научный отчет, как правило, состоит из пояснительной записки о решении поставленных задач и приложений. В пояснительной записке излагается последовательность выполнения прог-

раммы социального исследования, дается обоснование полученных результатов, приводятся аргументы и доказательства, формулируются выводы. В приложениях содержатся цифровые, графические и прочие документы исследования, здесь же размещаются все использованные формы инструментария.

Структурно заключительный отчет делится на три части: вводную, основную и заключительную. *Вводная часть* включает титульный лист, список исполнителей, договор (если есть), техническое задание, оглавление, аннотацию. Введение ориентирует читателя на ознакомление с результатами отчета. Оно содержит описание общей цели отчета и целей исследования, актуальности его проведения.

Основная часть отчета состоит из введения, характеристики методологии исследования, обсуждения полученных результатов, констатации ограничений, а также выводов и рекомендаций.

В методологическом разделе описывается: кто или что явилось объектом исследования, используемые методы. В конце приводятся выводы и рекомендации. Выводы основываются на результатах проведенного исследования. Рекомендации представляют собой предложения относительно того, какие следует предпринять действия исходя из изложенных выводов.

В *заключительной части* приводятся приложения, содержащие дополнительную информацию, необходимую для более глубокого осмысления полученных результатов. Приводятся ссылки на авторов и источники использованных методов.

Характер отчета во многом зависит от типа исследования – проводилось ли оно в соответствии с научными целями либо прикладными. Исследования первого типа по характеру требований к составлению отчета акцентируют внимание на тщательной постановке проблем, их концептуальной разработке и формулировке задач исследования. Кроме того, в этом разделе освещается состояние разработки проблемы на сегодняшний день и существующие к ней подходы. Специальный раздел отчета отводится проблемам методологии – выбору и обоснованию инструментария исследования, типологии выборки, методов сбора социальной информации. Заключает отчет содержательный анализ полученных результатов в виде отдельного раздела. Рассматривается степень решенности поставленных задач, проводится анализ причин невыполнения.

Указанная форма допустима и для прикладных исследований, но в этом случае акцент должен быть сделан на практические выводы

и конкретные рекомендации. Кроме того, отчет для заказчика предполагает соответствующий язык, отвечающий специфике данной сферы деятельности. Обычно наряду с полным отчетом исполнитель готовит сокращенный вариант, отражающий основное содержание решаемых задач и пути их реализации.

Итоги исследования в отчете рассматриваются как применительно к решаемым задачам и выдвинутым гипотезам (гносеологический аспект), так и организационно – соответственно планам (формулятивным, описательным и экспериментальным). Необходимо указать все привлеченные к исследованию организации, состав и порядок подготовки инструкторских кадров, характер, формы и методы работы с обследуемыми. Важно с большой точностью отразить саму организацию сбора материала и в приложении познакомить с образцами всех используемых документов исследования.

Применительно к прикладным исследованиям отчеты воспроизводят с большей или меньшей полнотой сферы исследуемой деятельности с использованием для этой цели всей совокупности имеющихся в распоряжении исследователя качественных и количественных показателей. При этом обосновываемые отчетом рекомендации не только соотносятся с полученными результатами, но и даются в сопоставлении с предшествовавшей практикой решения выдвинутых в исследовании проблем.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Этапы и организация эмпирического исследования.
2. Социологическое исследование как основа методики исследований в социальной работе.
3. Взаимодействие количественных и качественных методов в прикладной социологии.
4. Измерение в социологическом исследовании.
5. Общая характеристика качественных методов исследований в социальной работе.
6. Выборочные и сплошные исследования в социальной работе.
7. Методы вероятностной выборки в прикладных исследованиях.
8. Методы целевой выборки в прикладных исследованиях.
9. Проектирование качественного исследования в социальной работе: планирование выборки.
10. Проектирование количественного исследования в социальной работе: планирование выборки.
11. Правила составления программы исследования: структура и содержание.
12. Гипотезы исследования, их классификация и правила составления.
13. Опросные методы в прикладных социальных исследованиях.
14. Разновидности анкетного опроса.
15. Общие требования к структуре и содержанию анкеты.
16. Классификация вопросов анкеты (по форме, по целям, по конструкции ответов, по содержанию).
17. Интервью, его разновидности и области применения.
18. Качественное интервью в социальной работе: типы вопросов и требования к формулировкам вопросов.
19. Фактор интервьюера в процедуре личного интервью: установление взаимопонимания и достижение результата.
20. Фокус-группа как разновидность опросного метода.
21. Экспертный опрос в социальной работе: основные критерии отбора экспертов.
22. Методы сбора информации при проведении экспертного опроса.

23. Методы наблюдения в качественных исследованиях.
24. Инструментарий полевого наблюдения в социальном исследовании.
25. Анализ документов как метод сбора эмпирической информации.
26. Контент-анализ документов в практике социальной работы.
27. Применение тестов в прикладных социальных исследованиях.
28. Анализ случая как метод социального исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балабанова Е. С. О комплексном характере социологических исследований // Социологические исследования. 2002. № 10. С. 11–16.
2. Бауман З. Мыслить социологически. М. : Аспект Пресс. 1996.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М. : Медиум, 1995. 323 с.
4. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. – СПб. : Питер, 2007. 335 с.
5. Герчиков В. И. Социальное планирование и социологическая служба в промышленности: Методология с позиций практики. Новосибирск, 1984.
6. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Прикладная социология: методология и методы : интерактивное учеб. пособие. М. : Институт социологии РАН, 2011. 1 CD ROM.
7. Григорьев С. И., Растов Ю. Е. Основы современной социологии : учеб. пособие. Барнаул : Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2001. 241 с.
8. Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования : учебник. М. : ИНФРА-М, 2004. 786 с.
9. Дмитриев И. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры. М., 2005.
10. Козина И. М. Теоретические и методические проблемы case-study как стратегии социологического исследования (на примере изучения производственных отношений на промышленном предприятии) : дис. ... канд. социол. наук. Институт социологии РАН. М., 1996.
11. Лаба Л. Я. Способы интеграции качественных и количественных методов // Социологические исследования. 2004. № 2. С. 124–129.
12. Малиновский Б. Избранное: Аргонавты западной части Тихого океана / пер. с англ. М. ; СПб. : Центр гуманитарных инициатив, 2015. 552 с.
13. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью / пер. с англ. М., 1991.
14. Романов П., Ярская-Смирнова Е. «Делать знакомое неизвестным...» Этнографический метод в социологии // Социологический журнал. 1998. № 1/2. С. 145–160.

15. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. академика РАН Г. В. Осипова. М. : Норма – ИНФРА-М, 1998. 672 с.
16. Скиннер Б. Поведение организмов / пер. с англ. А. Б. Зуев. М. : Оперант, 2016. 363 с.
17. Толстова Ю. Н., Масленников Е. В. Качественная и количественная стратегии. Эмпирическое исследование как измерение в широком смысле // Социологические исследования. 2000. № 10. С. 101–109.
18. Улановский А. М. История качественных исследований // Методология и история психологии. 2008. Т. 3, № 2. С. 129–139.
19. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира : очерки по феноменологической социологии. М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. 336 с.
20. Into Unknown England, 1866–1913: Selections from the Social Explorers. Manchester : Manchester University Press, 1976.
21. Lasswell H. D. Analysing the content of mass communication: A brief introduction. N. Y., 1942.
22. Stewart D. W., Shamdasani P. N. Focus groups: Theory and practice. London : Sage, 1990.
23. Yin R. Case study research: Design and methods. Beverly Hills, CA : Sage Publishing, 1989.
24. Webb S., Webb B. Methods of Social Study. London ; New York : Longmans : Green, 1932.

Учебное издание

**Тугаров Александр Борисович,
Лавренова Татьяна Ивановна**

ПРИКЛАДНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

*Редактор Е. А. Дергунова
Технический редактор Р. Б. Бердникова
Компьютерная верстка Р. Б. Бердниковой
Дизайн обложки И. В. Шваревой*

Подписано в печать 26.04.2023. Формат 60×84¹/₁₆.

Усл. печ. л. 6,4.

Заказ № 161. Тираж 83.

Издательство ПГУ.
440026, г. Пенза, ул. Красная, 40.
Тел.: (8412) 66-60-49, 66-67-77; e-mail: iic@pnzgu.ru

Вниманию авторов!

Издательство ПГУ выпускает учебную, научную и художественную литературу, презентационную и акцидентную продукцию, а также полноцветные юбилейные и мемориальные издания в соответствии с ГОСТ 7.60–2003.

Издательство ПГУ принимает к изданию рукописи, подготовленные с использованием текстового редактора Microsoft Word for Windows версий **2003 и выше**. Формат – А4, основной шрифт – Times New Roman, 14–16 pt через одинарный интервал (минимальный размер шрифта в таблицах и сносках – 12,5 pt). Тип файла в электронном виде – doc, docx.

Работа должна содержать индекс УДК, аннотацию.

Аннотация (ГОСТ 7.86–2003, ГОСТ 7.9–1995) включает характеристику основной темы, проблемы объекта, цели работы и ее результаты. В аннотации указывают, что нового несет в себе данный документ в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению. Аннотация может включать сведения о достоинствах произведения. Текст аннотации начинают фразой, в которой сформулирована главная тема документа. Заканчивается аннотация читательским адресом.

Рисунки и таблицы должны быть размещены в тексте после ссылки на них (растровые рисунки предоставляются в виде отдельных файлов в формате jpg, BMP с разрешением 300 dpi, векторные рисунки в формате Corel Draw с минимальной толщиной линии 0,75 pt. Рисунки должны быть доступны для правки!). Рисунки должны сопровождаться подрисовочными подписями, на все рисунки и таблицы в тексте должны быть ссылки.

Формулы в тексте выполняются только в редакторе формул **MathType версия 5.0** и выше. Символы греческого и русского алфавита должны быть набраны прямо, нежирно; латинского – курсивом, нежирно; обозначения векторов и матриц – прямо, жирно; цифры – прямо, нежирно. Наименования химических элементов набираются прямо, нежирно. Эти же требования необходимо соблюдать и в рисунках.

В списке литературы **нумерация источников** должна соответствовать очередности ссылок на них в тексте ([1], [2], ...). Номер источника указывается в квадратных скобках. Требования к оформлению списка литературы на русские и иностранные источники (ГОСТ Р 7.0.5–2008): для книг – фамилия и инициалы автора, название, город, издательство, год издания, том, количество страниц; для журнальных статей, сборников трудов – фамилия и инициалы автора, название статьи, полное название журнала или сборника, серия, год, том, номер, страницы; для материалов конференций – фамилия и инициалы автора, название статьи, название конференции, город, издательство, год, страницы.

К материалам **должна** прилагаться следующая информация: фамилия, имя, отчество, контактные телефоны.

Контакты Издательства ПГУ: т.: (8412) 66-60-49, 66-67-77, e-mail: iic@pnzgu.ru

