

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

серия основана в 1996 г.



Е.П. ТАВОКИН

ОСНОВЫ МЕТОДИКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Учебное пособие

*Рекомендовано
Учебно-методическим объединением
по классическому университетскому образованию
в качестве учебного пособия для студентов
высших учебных заведений,
обучающихся по специальности 040201 «Социология»*

Москва
ИНФРА-М
2009

УДК 316(075.8)

ББК 60.5я73

Т 13

Рецензенты:

доктор философских наук, профессор Соколов В.М.

доктор социологических наук, профессор Турчинов А.И.

Т 13 Тавокин Е.П.

Основы методики социологического исследования: Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 239 с. — (Высшее образование).

ISBN 978-5-16-003473-7

В учебном пособии излагаются принципы разработки программы социологического исследования и основные методы получения эмпирической информации: наблюдение, контент-анализ, опрос, социометрия, экспертные оценки, фокус-группы. Рассматривается методика обработки эмпирических данных.

Рекомендовано студентам вузов, аспирантам, научным работникам и управленцам, а также слушателям различных форм подготовки, переподготовки и повышения квалификации, в которых предметом изучения являются исследования социальных процессов.

УДК 316(075.8)

ББК 60.5я73

ПРЕДИСЛОВИЕ

Социологию в полной мере коснулись последствия «демократических» преобразований и «реформ», сотрясающих уже почти два десятилетия всю российскую науку и систему образования в целом. Фундаментальные социологические исследования общероссийского уровня вошли в разряд экзотических диковинок и проводятся все реже и реже усилиями энтузиастов старой школы и, по всей видимости, разделят их физиологическую судьбу. Предметная палитра тематики конкретных прикладных исследований радикально сократилась и сосредоточилась в узком диапазоне электоральных зондажей, политических «сенсаций» и мониторинга общественного мнения. Все это объективно обусловило падение интереса к методическому арсеналу социологической науки, его совершенствованию и развитию. Несмотря на обилие учебной социологической литературы, методико-инструментальный аппарат социологии представлен в ней чрезвычайно скудно, в основном на номинальном уровне или отсутствует вовсе. Отсюда — беспомощность, а иногда и полная неспособность специалистов, получивших диплом профессионального социолога, провести даже вполне рутинное, штатное социологическое исследование, обосновать и разработать программу и инструментально-методический аппарат исследования, грамотно его организовать, определить его стоимость, оптимизировать его кадровое и финансовое обеспечение и т.д.

Цель настоящего учебного пособия — в какой-то мере восполнить этот досадный пробел социологического образования, дать возможность обучающимся понять и освоить премудрости теоретико-методического обоснования и разработки инструментального аппарата социологических исследований.

§1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПРОГРАММЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ВИДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Любое научное исследование представляет собой вид познавательной деятельности, направленный на получение новых знаний, информации и т.п., изучение научных и практических проблем с помощью специальных методов (эксперимент, наблюдение и т.п.), на обоснование направлений и разработку методов и средств их решения. Социологическое исследование — один из основных способов развития социологии, сфера профессиональной деятельности социологов. Социологические исследования представляют собой последовательность определенных этапов деятельности профессиональных социологов, целью которых является изучение некоторых, как правило, проблемных фрагментов социальной действительности на основе научно разработанной методологии и методики, позволяющих систематизировать факты об изучаемых социальных явлениях и процессах, их связях, отношениях и зависимостях.

Для лучшего понимания смысла и особенности социологического исследования вспомним, что собой представляет социология.

Несмотря на длительность дискуссии о предмете и объекте социологии и множестве высказанных дефиниций, а может быть, именно благодаря их обилию, общепринятого определения социологической науки до сих пор не существует. Каждый, затрагивающий в своих выступлениях или публикациях принципиальные аспекты социологии, вынужден определять свою позицию по этому вопросу. Не претендуя на оригинальность, последуем установившейся традиции.

Буквальный этимологический смысл понятия «социология», как известно, обозначает науку об обществе. Однако общество как специфический объект является предметом познания множества дисциплин: социальной философии, истории, политологии, культурологии, социальной психологии и многих других. Поэтому ограничиваться только этим — этимологическим — пониманием социологии непродуктивно. Специфика социологии проявляется в

том, что из всего комплекса явлений, процессов и структур, образующих общество, она в качестве предмета исследования выделяет мир социальной деятельности *людей*, их *связей и взаимодействий*, которые в совокупности и обеспечивают функционирование общества как целостной социальной системы.

Общество в социологической науке рассматривается не как простое скопление индивидов, случайно взаимодействующих друг с другом, а как упорядоченная структура, как *целое, состоящее из определенным образом расположенных частей, взаимодействующих между собой в соответствии с более или менее устойчиво проявляющимися правилами (алгоритмами, закономерностями и т.п.)*. Эти части могут включать в себя как простейшие элементы, каковыми являются отдельные личности, так и совокупности этих элементов, или социальные общности, объединенные по определенным признакам. Опыт изучения структурно упорядоченных систем в естественных и общественных науках показывает, что главное в таком изучении — определение наиболее важных и устойчивых связей между отдельными частями структуры. Поэтому социология в понятие социальной структуры включает не только взаимное расположение индивидов, групп, социальных институтов в обществе, но и их взаимосвязи, т.е. контакты, действия и взаимодействия, осуществляемые как на основе межличностного общения, так и с помощью средств массовой коммуникации. Таким образом, социология рассматривает общество как *систему*, и главной ее задачей, как и всякого системного исследования, является установление характера внутри- и внесистемных связей и взаимодействий.

Социология — наука об общих и специфических закономерностях развития и функционирования конкретных социальных систем (обществ), социальных институтов и общностей, образующих структуру социальных систем, исследующая механизмы и процессы взаимодействия и взаимосвязи как внутри, так и между названными институтами и общностями, а также характер и формы проявления этих закономерностей в деятельности личностей, социальных групп, общностей, институтов на основе соответствующей эмпирической информации.

Названные связи и взаимодействия можно изучать как на макроуровне для установления общих, инвариантных закономерностей развития социального мира (и тогда мы будем иметь дело с *общетеоретическим уровнем* социологического знания), так и на уровне конкретных, частных социальных структур и процессов (и тогда мы будем иметь дело с комплексом *конкретно-социоло-*

гических дисциплин, позволяющих выявлять определенные формы проявления исследуемых закономерностей).

Оба уровня социологии в качестве обязательного элемента предполагают проведение *специальных исследований*. Их целью является получение документальных материалов, в которых с помощью определенных методов фиксируется множество эмпирических фактов, отражающих состояние соответствующих фрагментов предметной области социального мира.

Весьма важная особенность социологии состоит в том, что получаемое на ее основе знание (даже общетеоретического уровня), как правило, в большей или меньшей степени ориентировано на его использование при решении актуальных *практических* проблем. Поэтому одним из важнейших критериев реальной ценности социологического знания является уровень его востребованности социальной практикой. Есть основания утверждать, что весьма определенная *управленческая ориентация* — тот специфический признак, который существенно выделяет социологию среди всех наук об обществе.

Таким образом, можно говорить о *двух типах* конечных результатов социологического исследования. *Первый* — достаточно традиционный, неспецифический, являющийся итогом исследования в рамках любого научного направления. Он представляет собой новое *знание* о какой-либо предметной области социального мира. *Второй* тип — это информация, полученная средствами социологии в связи с необходимостью решения какой-либо практической проблемы и включенная в структуру информационного обеспечения органа социального управления.

Отличие первого от второго состоит в том, что результаты первого типа — это чистое знание об определенном социальном феномене (например, молодежная культура, девиантное поведение, маргинализация и т.п.). Главный критерий ценности знания первого типа — принципиальная новизна. Востребованность знания этого типа социальной практикой не играет существенной роли. Для него вполне приемлемо самое общее определение информации как *некоторых сведений*.

Критерием ценности результатов второго типа является, прежде всего, их практическая актуальность, информативность, потенциальная возможность снижения неопределенности для структур, принимающих управленческие решения. Принципиальной новизны они могут и не содержать. Как видно, результаты второго типа представляют собой *управленческую информацию*.

Объективная необходимость использования возможностей социологии в исследованиях социально-экономических и политических процессов структурами социального управления предопределяется ее спецификой.

СПЕЦИФИКА СОЦИОЛОГИИ

1. В отличие от наук о природе субъект и объект исследования в социологии очень трудно (практически невозможно) отделить друг от друга. Исследователь социального мира, сам находясь в этом мире, не может быть нейтральным по отношению к объекту своего исследования. Да и объект социологического исследования весьма нелегко отделить от сопряженных с ним социальных образований. Эта ситуация имеет как свои достоинства, так и недостатки. Достоинство заключается в том, что субъект исследования «погружен» в реальный социальный мир, и получаемое в результате исследования знание неизбежно имеет выход на практику.

2. Предмет исследования в социологии, как правило, совпадает с актуальной социальной проблемой, а его результаты (как мы упоминали) ориентированы прежде всего на использование в практической деятельности органов управления. То есть социология в существенной своей части управленческая наука, и использование ее возможностей в практике социального управления объективно неизбежно. Именно этим объясняется ее включение в качестве источника специализированной информации в соответствующие звенья структуры и этапы управленческого цикла.

3. В социологии для обоснования содержательных выводов в ранг принципа возводится привлечение конкретного эмпирического материала. Это бесспорное достоинство также характеризует социологию как управленческую науку.

КЛАССИФИКАЦИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В зависимости от целей, которые возникают в процессе управленческой деятельности, имеющихся ресурсов (временных, финансовых, кадровых и т.д.) форма социологических исследований весьма разнообразна.

Все социологические исследования делятся на две большие группы: теоретико-прикладные и прикладные.

Теоретико-прикладные исследования ориентированы на содействие решению социальных проблем путем разработки новых принципиальных подходов к их изучению, формулированию общей

стратегии их решения. Исследования этого типа выполняются, как правило, в рамках перспективной исследовательской программы, в которой наряду с прикладными предусмотрено решение достаточно крупной социальной проблемы («Наркомания и молодежь», «Эволюция политической культуры российского электората» и т.п.).

Прикладные исследования направлены на изучение и решение конкретных социальных проблем. Их результатом являются социально-технологические разработки, в реализации которых часто участвуют сами социологи. Иногда они называются социально-инженерными и выполняются по прямому заказу заинтересованного лица или организации. В качестве исходного знания здесь используются выводы и теоретические подходы, полученные другими учеными, в том числе и по преимуществу — социологами.

Граница, разделяющая теоретико-прикладные и прикладные исследования, определяется основной целью. Она может быть либо связана с углублением научного знания о социальных процессах, либо ориентирована на непосредственное решение конкретных проблем. Часто в теоретико-прикладном исследовании социальный заказ имеет место как актуальная, но все же неконкретная социальная проблема. За прикладным исследованием всегда стоит конкретный заказчик, видящий в социологах соучастников решения проблемы.

Теоретико-прикладное исследование, если оно грамотно и глубоко проработано, не менее практично, чем прикладное. Его результатами являются обнаружение взаимосвязей и тенденций в развитии социальных процессов, определение факторов, влияющих на функционирование важнейших социальных институтов, а также направленность их действия. Практическая составляющая такого исследования состоит в том, что углубленное понимание социальных закономерностей на макроуровне позволяет принимать более обоснованные решения в конкретных областях социальной практики на микроуровне. Теоретический и прикладной аспекты в социологии неразделимы.

Практичность прикладного исследования — в его непосредственной устремленности на решение социальных проблем в конкретных условиях пространства и времени — «здесь и сейчас». Этим и определяются их *основные особенности*.

1. В прикладном исследовании, в отличие от теоретико-прикладного, четко определены объект и предмет исследования.

2. Время на проведение теоретико-прикладного исследования определяет социолог, исходя из объема и сложности задачи. В прикладном исследовании время определяет заказчик. Он же устанавливает сроки и форму представления результатов. Здесь главное — качество полученных результатов (небольшой объем полезной достоверной информации гораздо ценнее фолиантов с текстом сомнительного содержания).

3. В прикладном исследовании социолог может (а часто должен) по максимуму использовать готовые методики и их адаптации. В теоретико-прикладном, напротив, оригинальность замысла и программы предопределяет нестандартность всех методических процедур.

4. В прикладном исследовании этапность и сроки работы предопределяются логикой практического использования получаемой информации для управленческих решений, тогда как в теоретико-прикладном определяющий фактор — это логика осмысления предметной области.

5. Итоговый документ теоретико-прикладного исследования — научная публикация, прикладного — социально-технологическая разработка.

В зависимости от состояния имеющихся знаний о проблеме, которую предстоит изучить, социологические исследования группируются в три основных типа, каждый из которых имеет специфическую стратегию исследовательской деятельности.

1. *Формулятивное (разведывательное)* исследование применяется тогда, когда об изучаемой проблеме имеется самое общее, смутное представление и никаких, кроме тривиальных, гипотез о подходах к ее решению социолог выдвинуть не может. Наиболее типичная сфера применения формулятивного исследования — новая (либо сама по себе, либо для социолога) область знания (например «факторы и формы участия криминальных структур в управлении государством») или проблема (например «маргинализация социальных групп в процессе “демократизации” российского общества»). Характерный признак такой ситуации — скудость или полное отсутствие литературы, материалов исследований по этой или сопредельным проблемам.

Реализация исследования этого типа предполагает три этапа.

Изучение имеющейся литературы (библиография, селекция, изучение).

Встречи и беседы со специалистами (экспертами): список лиц и организаций.

Цели бесед:

- ⇒ убедиться в полноте библиографии;
- ⇒ получить дополнительные сведения о литературе и проблематике;
- ⇒ разработать наброски первичных гипотез.

Разведывательное наблюдение (непосредственное или по литературе, прессе, СМИ), например, касающееся маргиналов.

Итог разведывательного исследования — четкая формулировка проблем, целей, задач, гипотез (если надо).

2. *Описательное (дескриптивное) исследование* преследует цель строгого описания качественно-количественных значений характеристик изучаемой проблемы в конкретной предметной области. Необходимое условие проведения дескриптивного исследования — наличие достаточных знаний об объекте и предмете исследования для выдвижения осмысленных гипотез. Его главное отличие от формулятивного — возможность четкого описания предмета исследования в виде системы признаков — переменных — показателей. Типичные примеры дескриптивных исследований — анализ общественного мнения. Результат дескриптивного исследования — классификация эмпирии, описание структуры предмета (например свободного времени) с минимальной интерпретацией и аналитикой.

3. *Аналитико-экспериментальное исследование* — наиболее сильный и распространенный тип социологического исследования. Оно предполагает наличие достаточно глубоких знаний в изучаемой области. Его цель — выдвижение объяснительных аналитических концепций, выявление причинно-следственных связей и достаточно обоснованный выход на социально-технологические рекомендации и методики.

По степени годности методико-инструментального аппарата социологические исследования делятся на пилотажные и основные.

Пилотажное исследование направлено на проверку годности методов получения первичной информации, а также системы всех процедур в целом, в том числе и организационных, и общих подходов к отбору единиц наблюдения.

Пилотажное исследование проводится на небольшой (30—100) выборке, в которую необходимо включить представителей всех категорий обследуемых с различными социально-демографическими характеристиками. При этом важно обеспечить включение в выборку представителей социальных групп, обладающих какими-либо особенностями, которые (по предположению ис-

следователя) могут быть источником систематических ошибок в основном исследовании.

К опросу привлекают не только авторов, но и других исполнителей (анкетеров, интервьюеров), чтобы определить особенности *работы* инструмента чисто в технологическом плане, а также коллег, чтобы определить их мнение.

Пилотажные исследования могут проводиться в два этапа: предварительная проба и генеральный пилотаж.

На первом проверяются отдельные элементы методики.

На втором проверяется вся процедура сбора информации. Это «разведка боем», цель которой — проверка всей полевой процедуры.

В качестве основного исследования может быть описательное или аналитико-экспериментальное.

В зависимости от того, какая часть объекта исследования принята к рассмотрению и включена в исследование, различают *сплошные и выборочные* социологические исследования.

СТРУКТУРА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Все социологические исследования проводятся по заранее разработанной программе. От тщательности её обоснования и разработки в целом, а также отдельных её положений и разделов в решающей степени зависит успех всего исследования и качество итоговых материалов.

ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Программа социологического исследования — документ, содержащий развернутое изложение ее теоретико-методологических предпосылок (общей концепции) с обоснованием актуальности, целей, задач, объекта, предмета и гипотез предпринимаемого исследования, а также его методико-инструментального аппарата вместе с логически обоснованной последовательностью необходимых процедур и организационным планом-графиком и стоимостью всех видов работ.

Содержание программы варьируется и зависит от типа и целей исследования. Основные функции программы социологического исследования — методологическая, методическая, прогнозная, организационно-технологическая.

Программа социологического исследования состоит из двух разделов: методологического и процедурного (методического).

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ ПРОГРАММЫ:

1. Формулировка проблемы, обоснование ее актуальности.
2. Обоснование цели, задач, объекта и предмета исследования.
3. Формулирование и интерпретация основных понятий. Обоснование эмпирических индикаторов (операционализация).
4. Системный анализ объекта и предмета исследования. Обоснование его исследовательской модели.
5. Формулировка рабочих гипотез.

ПРОЦЕДУРНЫЙ (МЕТОДИЧЕСКИЙ) РАЗДЕЛ ПРОГРАММЫ:

1. Принципиальный (стратегический) план исследования.
2. Обоснование и проектирование выборочной совокупности единиц наблюдения.
3. Выбор процедур сбора и анализа эмпирической информации.
4. Содержательный анализ результатов исследования.
5. Оформление результатов исследования в виде отчетов, публикаций, социальных технологий и т.д.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Формирование исследовательского коллектива:
 - ⇒ ответственный за все (руководитель, начальник и т.п.);
 - ⇒ ответственный за программу и инструментарий (программа, методика, инструмент, тираж);
 - ⇒ ответственный за полевой этап (подбор анкетеров, выборка, контроль и т.п.);
 - ⇒ ответственный за компьютерную обработку и формирование информационной базы;
 - ⇒ ответственный за связь с коллегами;
 - ⇒ ответственный за аналитическую работу.
2. Разработка плана-графика всех этапов исследования.
3. Координация проведения всех этапов: взаимоувязка сопредельных структур, проблем и т.п.
4. Сдача материалов заказчику.
5. Участие в реализации социальных технологий.

Прежде, чем раскрывать содержание методологического раздела программы социологического исследования, вспомним, что собой представляет методология, метод, методика.

Методология — система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности. Если теория представляет собой результат процесса познания, то методология является обоснованием способа достижения и построения этого знания. Методология дает философское обоснование способов и приемов организации всего многообразия видов (в том числе и познавательной) человеческой деятельности и предполагает разработку методов, адекватных изучаемым и преобразуемым объектам. Одна из важнейших функций методологии — эвристическая: она должна не только описывать и объяснять некоторую предметную область, но и одновременно являться инструментом поиска нового знания. Если формулировать кратко, то **методология** — это учение о методе.

Можно выделить *три уровня методологии*:

⇒ всеобщая научная методология (например системный подход);

⇒ общесоциологическая методология (социальная философия);

⇒ частносociологическая методология (sociология личности, труда, молодежи и т.п.).

Метод — совокупность приемов и операций теоретического и практического освоения действительности. Для социологического исследования — это основной способ сбора, обработки и анализа эмпирических материалов.

Методика — совокупность технических приемов, обусловленных данным методом, включающих частные операции, их последовательность и взаимосвязь. Эффективность любой методики тем выше, чем полнее каждый ее компонент ориентирован на конечный (целевой) результат, чем оптимальнее используются в ней элементы контроля и проверки.

Методика социологического исследования — это результат перевода общих методологических и теоретических положений исследования на инструментальный и организационный уровни применительно к уникальным особенностям проблемной ситуации и исследовательских задач, специфике изучаемых объекта и предмета, к конкретным организационно-экономическим, финансовым, кадровым и другим возможностям исследовательского коллектива.

Методика социологического исследования реализуется в виде совокупности нормативных предписаний и конкретных инструментальных процедур и операций, необходимых для решения

исследовательских задач, а также критериев оценки качества получаемой эмпирической информации. Каждая социологическая методика представляет собой, как правило, совокупность оригинальных, иногда уникальных методических решений, которые являются результатом теоретических и эмпирических обоснований их адекватности для конкретных исследовательских задач, конкретного объекта и предмета исследования.

Методика социологического исследования включает:

- обоснование и способы проектирования и реализации выборочных процедур;
- конкретные разновидности методов сбора эмпирических материалов, представленных в виде опросников, бланков и других форм полевых документов;
- указания относительно методов и средств преобразования эмпирических материалов и выходных форм;
- инструкции анкетерам, интервьюерам, операторам, организаторам исследования, руководителям и т.п.

К числу эффективных средств, обеспечивающих высокое качество социологических методик, является пробное (пилотажное) исследование, в котором разработанные на теоретическом уровне методики проверяются в реальных условиях и корректируются в зависимости от полученных результатов.

Проблема исследования является исходным пунктом всякого исследования. Она представляет собой 1) все то, что требует исследования и решения (широкий смысл) и/или 2) объективно возникающий комплекс вопросов, решение которых представляет существенный практический или теоретический интерес (узкий смысл).

Для социолога проблема предстает в форме проблемной ситуации. Ее смысл имеет две стороны: гносеологическую и предметную.

Гносеологический аспект проблемной ситуации — это противоречие между имеющимся знанием о проблеме и тем, которое необходимо для ее решения. С управленческой точки зрения это своеобразный перечень параметров управляемой системы, значения которых необходимо изменить с существующего уровня на тот, который лицо, принимающее решение (ЛПР), считает целесообразным. В такой интерпретации проблема заключается в определении методов перевода значений названных параметров с одного уровня на другой. (Например, в отношении закона об отмене льгот власти могут поставить задачу перед информаци-

онно-аналитическими структурами как поиск *методов* перевода отрицательного общественного мнения относительно этого закона на положительное).

Предметная сторона проблемы социологического исследования — социальное противоречие, требующее организации целенаправленных действий для его устранения или выбора одной из возможных альтернатив его развития. Конкретным выражением этой стороны проблемы является перечень *действий*, направленных на ее разрешение.

Оба аспекта проблемы тесно между собой взаимосвязаны.

Масштабы социальных проблем существенно разнятся между собой. Одни не выходят за рамки одного коллектива или предприятия, другие затрагивают интересы регионов, больших социальных групп. На высшем уровне социальные проблемы могут приобретать масштабы, затрагивающие все общество, т.е. становятся социетальными. В зависимости от этого определяется и тип исследования: оно может быть как чисто прикладным, так и теоретико-прикладным. Однако в любом случае проблема должна быть сформулирована четко, конкретно. Она должна обозначать наиболее существенные моменты и иерархию связанных с ней других проблем.

По своей сущности проблема — это всегда противоречие между знаниями о потребностях людей в каких-то результативных практических или организационных действиях и незнанием путей и средств их реализации. Решить проблему — значит получить новое знание или создать теоретическую модель, объясняющую то или иное явление, выявить факторы, позволяющие воздействовать на развитие явления в желаемом направлении.

Заказ социологу чаще всего формируется в виде обозначения некоторой проблемной ситуации, указания на какое-то социальное противоречие либо просто указания на неудовлетворительное состояние дел в той или иной сфере производства, управления и т.д. Социологу предстоит перевести проблемную ситуацию в формулировку проблемы, которую он будет исследовать. Для этого он должен проделать специальную теоретическую работу:

1) установить реальное наличие данной проблемы: а) существует ли показатель, количественно или качественно характеризующий данную проблему; б) имеется ли статистическая или иная фактография, позволяющая определить значение и динамику этого показателя, в) насколько достоверна имеющаяся фактура по этому показателю;

2) выявить такие существенные элементы проблемы, исследование которых входит в компетенцию и предметную сферу социологической науки, а не экономической теории, технологии производства и т.д. Например, заказчику необходимо разобраться в причинах низкой эффективности управления тем или иным подразделением предприятия. Для социолога эта проблема может трансформироваться в задачу выявления тех социальных групп и личностей, которые играют ключевую роль в механизме управления подразделением, определении меры совпадения интересов этих групп и личностей с интересами предприятия, поиска путей сближения этих интересов, форм участия указанных субъектов в разрешении данной, проблемы и т.д.;

3) вычлнить уже известные из имеющегося собственного опыта, опыта коллег, литературы сегменты проблемной ситуации, которые имеют прецеденты успешного разрешения и не требуют специального анализа. Эти сегменты могут рассматриваться как информационная база для изучения оставшихся сегментов (например данные статистики и учета представляют собой готовый важный материал);

4) выделить в проблемной ситуации главные и второстепенные компоненты, чтобы определить основное направление исследовательского поиска;

5) проанализировать уже имеющиеся решения аналогичных проблем. С этой целью необходимо изучить всю литературу по данному вопросу. Провести беседы с компетентными людьми — экспертами. В роли экспертов обычно выступают специалисты — ученые или опытные практики.

Производственная проблема может быть описана с помощью пяти основных характеристик:

1) *сущность* проблемы, ее содержание. Например, низкая эффективность производства, высокая социально-психологическая напряженность в трудовом коллективе и т.д. При определении проблемы следует установить, какие факторы заставляют заказчика рассматривать данную ситуацию как проблемную, на чем основываются его оценки. Социологу следует определить: почему заказчик полагает, что эффективность производства низкая, а социальная напряженность высокая? Низкая и высокая по сравнению с какими стандартами?

2) *объектная область проявления* проблемы, ее «физические» и организационные параметры. Речь идет о необходимости четкой идентификации тех организационных подразделений (участков,

отделов, филиалов) и физических объектов (заводов, зданий, складов, контор), где была выявлена проблема. Предстоит также оп-ределить, насколько широко она распространена в организации, какие еще подразделения она затронула;

3) *степень проявленности проблемы*. Это означает установление того, насколько проблема «открыта» (широко известна, знако-ма «всем») или «закрыта» (т.е. известна небольшой группе лиц, узкому кругу специалистов). Необходимо выяснить, какие люди (управленцы, специалисты, рабочие и т.д.) затронуты проблемой и более всего заинтересованы в ее решении;

4) *абсолютная и относительная величина* проблемы. Как вы-глядит проблема в абсолютных величинах? Например, объем по-терянного рабочего времени или денег; объем неиспользуемых производственных мощностей. Насколько она важна в относи-тельном выражении? Как она влияет на подразделения, в которых она обнаружена, и на людей, которые владеют ею? Насколько она важна для организации в целом? Что может получить организация от ее решения?

5) *временные рамки*. Установление интервала времени, с кото-рого существует данная проблема. Наблюдалась ли она один раз, несколько раз или возникает периодически? Какова тенденция: проблема стабилизировалась, усиливается или ослабляется? В ре-зультате предварительного анализа проблемная ситуация получает четкое выражение в виде формулировки проблемы. Причем эта формулировка может значительно отличаться от первоначальной, сформулированной заказчиком.

Формулировка проблемы предопределяет выбор цели и задач исследования.

Цель исследования ориентирует исследователя на его конечный результат. Она представляет собой результат установления балан-са между потребностями, интересами, мотивами и имеющимися средствами. Цель имеет ценностно-рациональную природу и явля-ется исключительно социальным явлением, присущим только лю-дям как действующим субъектам. Целеустремленность, осознанное целеполагание всегда социальны и свойственны как индивидуаль-ным субъектам (личность), так и коллективным субъектам (группа, организация и т.д.). Для социолога цель представляет собой при-емлемую форму конечного результата решения проблемы. При ее формулировке учитывается объем затрат, времени и финансовых ресурсов, необходимых для получения результата. Формулировка цели обязательно согласуется с заказчиком.

Цели социологического исследования могут быть различны. Например, если проблема сформулирована как недостаточная эффективность управления подразделениями организации, то цель будет состоять в анализе реальной ситуации причин низкой эффективности управления организацией, выявлении скрытых резервов и разработке практических рекомендаций по изменению этой ситуации.

Задачи исследования представляют собой изложение последовательности этапов научно-исследовательской и практической деятельности, направленных на достижение цели исследования. Совокупность задач раскрывает и конкретизирует содержательную, методическую и организационную стороны достижения цели. Задачи исследования дифференцируют главную цель на множество локальных, достижение которых и реализует ее в полном объеме. В число задач обязательно должны войти:

⇒ теоретическая, в рамках которой обосновывается исследовательский подход, принципы и критерии выбора инструментального аппарата;

⇒ аналитическая, целью которой является анализ реального состояния предметной области;

⇒ методическая, в которой должны быть обоснованы все требования к конкретному методическому аппарату;

⇒ конструктивная, в которой должны быть раскрыты возможности практического использования полученных содержательных материалов.

Далее следует определение объекта и предмета исследования.

Объект исследования включает в себя все то, что явно или неявно содержит проблемное противоречие и порождает проблемную ситуацию.

Необходимо помнить, что под *объектом исследования* обычно понимают определенную часть окружающего нас материального или нематериального мира, реальность, существующую независимо от нашего знания о ней, но только ту часть, в которой проявляется интересующая исследователя проблема. Это могут быть физические тела, живые организмы, социальные общности или отдельный человек. Важно то, что все эти объекты окружающей действительности существовали и существуют вне зависимости от того, знаем мы что-либо об их существовании или нет.

Предмет исследования — это конкретная трансформация формулировки проблемы, содержащая наиболее значимые с теоретической или практической точки зрения ее аспекты для данного

объекта. (Например проблема: противоречие между равными правами на трудоустройство и неравенством возможностей их реализации в различных социальных группах. Предмет: соотношение между планами на трудоустройство и реальными масштабами их реализации).

Предмет исследования существует всегда только в сознании исследователя, т.е. полностью зависит от самого знания и является его частью. Определяя предмет исследования, мы чисто абстрактно выделяем одну или несколько сторон объекта и пытаемся изучить их, учитывая или не учитывая влияние других, не выделенных нами сторон. По такой логике каждому объекту исследования может соответствовать несколько предметов изучения. Например, каменное здание как объект существующей независимо от нас реальности может заинтересовать экономиста с точки зрения затрат на строительство, архитектора — с точки зрения архитектурного стиля и удачного включения в окружающий ландшафт, строителя фундамента — с точки зрения посадки здания в грунт и прочности основания, человека, проживающего в здании, — с точки зрения удобства внутренних помещений. Каждый может заинтересоваться и другими сторонами объекта, но только исходя из факта их влияния на интересующий его предмет.

Таким образом, в самом объекте не содержится никакого предмета исследования. Предмет исследования может быть выделен как особое содержание посредством практических и познавательных действий с объектом. Выделение предмета исследования путем абстрагирования от других свойств объекта представляет собой необходимый этап в процессе научного познания окружающего нас мира. Целостное изучение объекта исследования не дает возможности охватить все его свойства и особенности. Рано или поздно появляется объективная необходимость сосредоточиться на изучении лишь отдельных его сторон.

В результате, когда социолог определяет предмет исследования, он в то же время формулирует и гипотезу о возможном пути решения проблемы, который, в свою очередь, предопределяет методы и формы проведения самого исследования. Так, в обозначенном нами примере цели исследования социолог может предположить, что причиной проблемы является неэффективная система принятия решения, тогда предметом исследования может служить система принятия решений и это может стимулировать:

- 1) исследование путей принятия решений;

2) определение роли коллективных органов в подготовке и принятии решений;

3) определение роли штатных специалистов и линейных руководителей в принятии решений;

4) оценку уровня влияния на принятие решений лиц, обладающих неформальным авторитетом, меры ответственности этих лиц за решения, их внедрение и контроль за внедрением.

Но социолог может предположить, что основная причина низкой эффективности управления заключается в стиле руководства. Тогда исследование будет развиваться по другому сценарию. Если в первом случае большое значение будет иметь анализ документов, то во втором случае — анкетный опрос и психологическое тестирование.

Выбор объекта и предмета исследования предопределяет *тип выборки*.

Концептуальные положения предшествующих этапов для проверки в реальной жизни должны быть логически увязаны с определенным комплексом элементарных, эмпирически верифицируемых фактов. Процедура соотнесения теоретических понятий с их эмпирическими значениями называется эмпирической интерпретацией, а определение каждого понятия через указание правил фиксирования соответствующих эмпирических признаков — его операциональным определением. С помощью операционализации понятий устанавливается связь концептуального аппарата исследования с его методическим инструментарием. Она объединяет в единое целое теоретические понятия, техники их измерения и их эмпирические индикаторы.

Теоретическая и эмпирическая интерпретация понятия — необходимый этап в разработке методологии исследования. Он позволяет решить три основные задачи:

1. Выяснить те аспекты теоретических понятий, которые используются в данном исследовании.

2. Вести анализ практических проблем с позиций теоретического знания и тем самым обеспечивать научное обоснование его результатов, выводов и рекомендаций.

3. Определить критерии разработки инструментария для измерения и регистрации переменных.

Теоретическая интерпретация понятий претерпевает ряд последовательных этапов. На первом из них содержание проблемной ситуации формулируется в строгих научных рамках и терминах. На следующем этапе каждое понятие этой формулировки раскладыва-

ется на такие операционные составляющие, которые имеют хорошо различимые практические референты и доступны для измерения. Определяется также система связей каждого понятия с внешними объектами и внутренними субъективными факторами.

Конечной целью всей этой работы является выработка таких понятий, которые доступны учету и регистрации. Понятия, обозначающие такие элементарные фрагменты социальной реальности, называются **индикаторами**. При этом социолог должен стремиться обеспечить максимальное отражение изучаемого предмета в понятиях-индикаторах.

Цель *системного анализа объекта и предмета исследования* — разработать и структурировать пространство описания предметного поля исследования в необходимом и достаточном комплексе его характеристик — будущих переменных, которые в инструментальном аппарате исследования трансформируются в вопросы анкеты, пункты карточек контент-анализа и т.д. Получающийся в результате комплекс характеристик имеет четкую «привязку» к структуре объекта и предмета исследования.

Гипотеза — обоснованное предположение о возможном характере взаимосвязи между элементами в структуре исследуемого объекта и изучаемыми социальными явлениями. Гипотезы вырабатываются на основе имеющихся фактов.

В науке существуют определенные правила выдвижения и проверки гипотез: 1) гипотеза должна находиться в согласии или, по крайней мере, быть совместимой со всеми фактами, которых она касается; 2) из многих противостоящих друг другу гипотез, выдвинутых для объяснения серии фактов, предпочтительнее та, которая единообразно объясняет большее их число; 3) для объяснения связанной серии фактов нужно выдвигать как можно меньше гипотез, и их связь должна быть возможно более тесной; 4) при выдвижении гипотез необходимо помнить, что основанные на них выводы носят предположительный характер; 5) выдвигаемые гипотезы необходимо проверять по критерию непротиворечивости (невозможно руководствоваться противоречащими друг другу гипотезами).

Гипотезы — это отправные точки для начала исследования, дальнейшие этапы эмпирического социологического исследования находятся в прямой зависимости от выдвинутых гипотез. Для отработки гипотезы и процедур исследования нередко проводят предварительное, пилотажное исследование. В зависимости от теоретического уровня интерпретируемых понятий гипотезы де-

ляются на основные и выводные (гипотезы причины и гипотезы следствия). Таким образом, они образуют иерархические цепочки, дублирующие теоретическую интерпретацию понятий. Следует подчеркнуть, что формирование гипотез — это не пустые теоретические упражнения, а разработка логических опор для разработки методики и инструментария сбора и анализа эмпирических материалов. Если исследователем были сформулированы гипотезы, то эмпирические данные служат для их проверки, подтверждения или опровержения.

Таково содержание методологического раздела программы социологического исследования.

В *процедурном* разделе программы конкретизируются действия и процедуры, с помощью которых предполагается ее реализовать.

Главные положения стратегического плана исследования состоят в следующем:

- обоснование типа проводимого исследования (разведывательное, описательное, аналитическое);
- расчет выборочной совокупности, обоснование методики отбора единиц наблюдения;
- определение методов обработки эмпирических данных, обоснование номенклатуры выходных форм;
- разработка требований к составу исследовательского коллектива; обоснование номенклатуры необходимого технического и технологического обеспечения;
- определение объема необходимого финансирования;
- разработка плана-графика проведения исследования.

Независимо от типа социологического исследования все они реализуют следующие функции социологического исследования:

1. Познавательная.
2. Практическая.
3. Пропагандистская, общекультурная.
4. Политическая.

§ 2. СОЦИАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ. ШКАЛИРОВАНИЕ. ВИДЫ ШКАЛ

Из определения информации следует, что она представляет собой некоторое формализованное отображение определенной части реальности в виде совокупности средств материальной природы (изображения, знаки, звуки и т.д.)¹. Любая информация, таким образом, в большей или меньшей степени есть результат *познания* окружающего мира.

Познавательная деятельность — одна из форм приспособления к действительности, свойственная только человеку и связанная по смыслу и роли с функцией выживания. По мере развития социума формы познавательной деятельности постепенно усложнялись и дифференцировались. Наряду с традиционными формами, основанными на целостном восприятии мира (интуиция, «здравый смысл», мифология, искусство и т.д.) на определенном этапе развития общества возникла научная форма познания. Одна из фундаментальных особенностей научной формы познания — разделение целого на части, стремление достичь конечных основ, разборка «мировой матрешки», сколь бы сложной она ни была. Эта особенность есть следствие одного из принципов научного познания, который состоит в том, что любое сложное явление можно разложить на составляющие его простые и изучать каждую из них в отдельности.

Важнейшая процедура, которая входит в комплекс познавательных средств науки, — *измерение*. Существует довольно популярная точка зрения, согласно которой вся современная наука выросла из измерения, без которого она немыслима и благодаря которому она и утвердила свой статус. В других, не научных (но не менее плодотворных) формах познания, таких как интуитивная, эвристическая, художественная и т.п., эта процедура либо не выделяется в отдельный этап, либо вовсе отсутствует.

Социология, как и большинство гуманитарных наук, длительное время находилась под значительным влиянием наук о природе. По этой причине содержание всей измерительной проблематики

¹ См. подробнее: *Тавокин Е.П.* Информация как научная категория // Социологические исследования. 2006. № 11.

в общественнознании до самого недавнего времени носило отчетливую естественнонаучную трактовку. Возведение квантификации в ранг универсального принципа измерения также есть следствие длительной экспансии естественнонаучных представлений, которые успели закрепиться и оформиться в свод канонизированных правил. Поэтому и направленность, весь пафос господствующей в современной социологии измерительной парадигмы ориентированы на то, чтобы отобразить качественное и количественное единство изучаемого социального явления (как того и требуют принципы естественнознания) в виде квантифицированных числовых конструкций. В рамках этих представлений качественный подход к объектам исследования, когда осуществляется только содержательное, словесное их описание, рассматривается как первый, примитивный и в определенном смысле доначный этап их познания.

В соответствии с классическим пониманием процедуры измерения, она представляет собой определение соотношения одной (измеряемой) величины с другой однородной величиной (эталоном) и получение результата в виде числа. Это число показывает, сколько раз единица меры (эталон) содержится в измеряемой величине.

Очевидно, что данное определение измерительной процедуры для социологии неприемлемо по той простой причине, что здесь нет эталонов, так же как и «истинного значения» измеряемой величины (от чего, кстати, изложение теоретико-вероятностной или статистической теории ошибок измерения для социологов носит исключительно абстрактный, экзотический характер). В самом деле, какие эталоны можно подобрать для ответов на такие, например, вопросы: «Каким партиям или политическим движениям Вы симпатизируете?» или «Удовлетворены ли Вы состоянием правопорядка в городе?».

Это (и не только это!) обстоятельство обусловило расширение понятия измерения. Под ним стал пониматься способ приписывания чисел объектам независимо от того, использовалась ли при этом единица измерения. Этот подход основывается на предположении о существовании изоморфизма (гомоморфизма) между эмпирическими и числовыми системами с отношениями.

Разработка неклассических теорий измерения — это попытка выхода за рамки физической науки (и в целом естественнознания) и создания универсальной теории измерения, ориентированной на нефизические измерения. В силу размытости потенциальной предметной сферы приложения объекты измерения в этих теориях

не конкретизируются, а о сферах приложения теорий говорится весьма абстрактно, на аксиоматическом уровне. В сущности, конкретные области приложения этих теорий в них самих не рассматриваются.

Основными понятиями этих теорий являются понятия шкалы и ее допустимых преобразований. К названным теориям относится тот комплекс представлений, который был сформирован в 1940-х гг. американским психологом С. Стивенсом, а затем получил развитие в трудах П. Суппеса, Дж. Зиннеса, К. Кумбса, И. Пфанцагля, А. Тарского и др. Наибольшее распространение в социологии получили следующие формулировки.

Измерение — любое присвоение, приписывание цифр объектам или событиям (или аспектам объектов или событий) в соответствии с правилами, иначе говоря, с любым правилом (С. Стивенс).

Измерение — гомоморфное отображение некоей эмпирической реляционной системы (эмпирической структуры) на некоторую числовую реляционную систему (числовую структуру) (А. Тарский).

Измерение заключается в присвоении чисел вещам таким образом, что некоторые операции с приписываемыми числами и некие отношения между ними соответствуют наблюдаемым отношениям и операциям над вещами, которым они присвоены или которые с их помощью представляются (Е. Адамс).

Измерение есть приписывание чисел вещам в соответствии с определенными правилами (Дж. Гласс, Дж. Стэнли).

Измерение — процедура, при помощи которой объекты исследования, рассматриваемые как носители определенных отношений между ними и как таковые составляющие эмпирическую систему, отображаются в некоторую математическую систему с соответствующими отношениями между ее элементами. В качестве объектов измерения могут выступать любые интересующие социолога объекты — индивиды, производственные коллективы, условия труда, быта и т.д. При измерении каждому объекту приписывается определенный элемент используемой математической системы. Возможно использование как числовых, так и нечисловых математических систем¹.

Встречаются и такие, совсем уж курьезные определения: «Измерение — способ изучения социальных явлений, процессов, систем, их свойств и отношений с помощью количественных оценок»².

¹ Толстова Ю.Н., Косолапов М.С. Измерение в социологии / Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 1. М., 2003. С. 346.

² Краткий словарь по социологии. М., 1988. С. 83

Несмотря на некоторую (в целом, декларативную) мягкость в подходе к результатам измерения, которая обнаруживается в дефинициях отечественных авторов, «при всех подходах к проблеме измерения остается неизменным тот факт, что измеряемое свойство описывается числом»¹.

Эта тенденция не так уж и безобидна, хотя и выглядит, на первый взгляд, весьма камерной, академической, далекой от реальной жизни. Однако это только на первый взгляд. Обратимся к примеру. Он важен своей доходчивостью: общеизвестны те сокрушительные последствия, к которым привела безусловная вера в возможность исчерпывающего количественного отображения лишь одной из сторон реальной жизни — трудовой деятельности.

Как известно, принцип распределения для первой фазы коммунистического общества — социализма — был сформулирован К. Марксом так: «Право производителей (на получение предметов потребления — Е.Т.) пропорционально доставляемому ими труду»². Этот принцип полностью разделялся В.И. Лениным и лег в основу второй части известной сталинской формулы: «от каждого — по способностям, каждому — по труду» (у К. Маркса: «каждый — по способностям»).

Реализация этого весьма соблазнительного принципа натолкнулась на такие препятствия, преодолеть которые ни в нашем отечестве, ни в какой-либо другой стране не удалось. Главное из них — невозможность практического достижения невинного академического постулата о «точном» (числовом!) измерении количества труда.

К. Маркс и Ф. Энгельс надеялись измерять труд с помощью количества рабочего времени и теоретически не видели здесь никаких проблем. Однако они возникли сразу же на практике. Все попытки преодолеть практическую несостоятельность времени как единицы количества труда (за полтора века их было несчетное множество), дополнить его механизмами, учитывающими важнейшие характеристики труда — его интенсивность, сложность и т.п., успеха не имели, а нарастающая динамика роста номенклатуры видов товаров и услуг, профессий, усложнение труда, его интеллектуализация и т.д. не оставляют никаких надежд на успех этого предприятия когда-либо в будущем.

¹ Саганенко Г.И. Социологическая информация: статистическая оценка надежности исходных данных социологического исследования. Л., 1979. С. 9.

² Маркс К., Энгельс Ф. Соч., Т. 19. С.19.

Бесплодными оказались попытки измерять трудовые затраты по результатам. Во-первых, индивидуальные результаты труда многих категорий работников вообще трудно однозначно отобразить каким-либо показателем (медсестра, учитель, сантехник, наладчик и т.п.). Во-вторых, даже измеримые результаты труда невозможно перевести в эквивалентную форму (токарь — 80 деталей, врач — 20 зубов и т.п.).

Таким образом, привлекательное и, на первый взгляд, очевидное утверждение, вошедшее в фундамент теоретической схемы радикального преобразования общества как инструментальная аксиома, оказалось практически не осуществимым и играло всегда исключительно идеологическую роль да к тому же, как выяснилось, вредную. Его сокрушительное деструктивное влияние оказалось многогранным и всепроникающим: вместо производства материальных благ оно ориентировало на создание различных форм и гигантских бюрократических структур учета и контроля. В результате идея распределения вытеснила идею производства, структура массового сознания приняла уродливую форму, а реальная жизнь стала развиваться по прямо противоположным законам: распределение по труду стало заменяться распределением по занимаемой должности и т.д.

Последствия установки на числовое измерение в социологии, конечно же, не столь апокалиптичны, так как ее роль и претензии на преобразование общества гораздо скромнее. Однако негативные тенденции принятия этой установки несомненны.

Установка на преимущественно числовое представление результата социологического измерения привела к тому, что весь комплекс чрезвычайно сложных социальных проблем, связанный с оценкой значений свойств социальных процессов, рассматривается главным образом с формально-логических позиций. По этой причине вопросы методологии и методики социологического измерения разрабатываются как проблемы сугубо математические и занимаются ими, как правило, профессиональные математики. Благодаря их усилиям разработана (а социологами принята) классификация шкал по «уровню измерения», который определяется не степенью адекватности (достоверности) отображения ею измеряемого *объекта*, а диапазоном возможностей, который открывает шкала перед *методами математики*. Нелепость такой классификации измерительных шкал для социального мира проявляется уже в том, что номинальной шкале, с помощью которой измеряется подавляющее большинство свойств социальных явле-

ний (социальные нормы, вербальные и невербальные установки, ценностные ориентации, мотивации людей и т.д., т.е. практически все!), отводится самый низкий уровень измерения, в то время как шкалам отношений, степень использования которых в социологии исчезающе мала, — самый высокий.

Фундаментальное понятие всех неклассических теорий измерения — *шкала* — также получает числовую трактовку: «Шкала — алгоритм, с помощью которого осуществляется измерение в тех случаях, когда оно является отображением изучаемых объектов в числовую математическую систему»¹.

Необходимо заметить, что разработку числовых шкал конечно можно рассматривать как шаг в направлении формализации оценки величины свойств, не имеющих естественной числовой меры. Тем более, что на первый взгляд создание определенной числовой шкалы для какого-то свойства представляется сравнительно простой задачей. Однако даже в случае числового шкалирования только одного свойства можно усмотреть основные принципиальные трудности подобной формализации вообще.

Дело в том, что существует множество интеллектуальных факторов, побуждающих исследователя принять одну теоретическую конструкцию и отбросить одну или несколько других, вполне равноценных. И далеко не всегда в этом случае решающее слово остается за рационально обоснованным экспериментальным или каким-либо формально-логическим аргументом: здесь работают и интуиция, и эстетизм исследователя, и тот неуловимый «дух времени», на который любят ссылаться, но который трудно выразить в точных понятиях. Оказывается, что никакими самыми доскональными (но неизбежно конечными) описаниями различных мыслимых комбинаций признаков, описывающих данное свойство, нельзя однозначно определить критерии, в соответствии с которыми та или иная величина свойства идентифицируется с определенной точкой шкалы (числом). Остается только признать, что на надежную работу любой числовой шкалы при измерении свойств социальных явлений можно полагаться лишь в том случае, если у социологов-исследователей и респондентов имеются тождественные интеллектуальные, этические, психологические, идеологические, эстетические и т.п. нормативы. Таким образом, стремление к применению числовых шкал для измерения свойств

¹ Толстова Ю.Н. Шкала // Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. М., 2003. С. 774.

социальных явлений основывается на неявно предполагаемом единстве интуитивных подсознательных процессов, например, у опрашиваемых и анкетера.

Преодолеть это вполне фантастическое условие социологи, как правило, надеются с помощью тщательной разработки правил и детального нормирования самой процедуры измерения. Наиболее простой и верный выход (по традиции!) видится в обращении к тем соблазнительным совершенствам измерительной техники, которая сформировалась в недрах естествознания и получила воплощение в науке об измерениях — метрологии¹. Основывается эта приверженность на убеждении в том, что поскольку измерение — общенаучная процедура в познавательной деятельности, то она должна быть инвариантна относительно содержания, специфики задачи, при решении которой она применяется. В результате уникальная, подвижная, переменчивая процедура возникновения первичных социологических данных в процессе *диалога* между *живыми* людьми заменяется мертвой, но «строго научной» схемой, состоящей из абстрактных объекта и субъекта измерения и помещенных между ними «измерительных приборов».

Попытки применить естественнонаучные подходы для конкретной процедуры — социологического измерения, конечно же, можно объяснить. В основе этих попыток — желание иметь однозначные, формализованные описания социальных явлений, позволяющие в дальнейшем применять формальные методы преобразования и анализа получаемой эмпирии. При этом исходят из убеждения, что с помощью «строгих» процедур и методов, их неустанного совершенствования удастся в конце концов избавиться от ошибок измерения или свести их к численно определенному и приемлемому минимуму.

Устойчивая вера в существование особого «научного» метода, позволяющего всякий раз разрабатывать определенную и единственную совокупность правил и процедур, следование которым неминуемо приводит к достоверному или точному результату измерения (в терминологии приверженцев метрологии — «надежно-

¹ Кстати, это одна из причин, объясняющая загадочную, на первый взгляд, приверженность социологов к термину «надежность» и крайней антипатии к термину «достоверность» при характеристике качества социологической информации. «Надежность является наиболее общей характеристикой качества эмпирических данных, полученных в социологическом исследовании». (Паниотто В.И. Измерение надежности социологической информации // Энциклопедический социологический словарь. М., 1995. С. 212).

му»), наталкивается на противоречие. С одной стороны, все без исключения социологи признают принципиальную неопределенность социальных явлений, невозможность их исчерпывающего и однозначного описания с помощью сколь угодно сложных и детализированных объяснительных конструкций. С другой стороны, направляя свои усилия на поиски и внедрение в социологию формально-логических методов и процедур, они фактически исходят из прямо противоположных представлений. Неопределенность социологической информации рассматривается как досадная, но временная ее характеристика, от которой в дальнейшем, когда будут разработаны «строго научные» методы социологического измерения, удастся избавиться.

В целом можно заключить, что стратегия на обязательность числового представления результата измерительной процедуры оказалась, мягко говоря, мало плодотворной.

В этой связи нельзя не вспомнить и не согласиться с В.П. Визгиным, который пишет: «Представление о качественных определениях предмета познания как о неопределенных, неточных, приближительных и грубых, то есть представление их как «пред-количество», представление, истолковывающее качество как недовыявленное количество, как низшую ступень полноценного, то есть количественного знания, не отвечает науке сегодняшнего дня»¹. Крупнейший специалист в области искусственного интеллекта, известный своими разработками проблем представления знаний для компьютерных систем Д.А. Поспелов весьма аргументированно отвергает традиционное положение, согласно которому наука начинается с измерения и вычисления. Он пишет: «Эта традиция идет от физики. В действительности наука начинается с классификации, но огромный авторитет физики и ее исключительное положение среди других наук содействовали тому, что принцип количественного измерения стал господствующим в умах исследователей... Управление сложными объектами принципиально невозможно без привлечения информации, которая не может быть выражена количественно»².

Действительно, ни подавляющее большинство свойств социальных явлений, ни основанные на них социологические понятия, по существу, не обладают возможностью числовой измеримости.

¹ *Визгин В.П.* Генезис и структура квалитативизма Аристотеля. М., 1982. С. 76.

² *Поспелов Д.А.* Логико-лингвистические модели в системах управления. М., 1981. С. 4.

Сами социологи определяют долю свойств, поддающихся числовому измерению, не более чем в 5—8% от общего их количества. Статичность и логическая однозначность числовых измерительных конструкций превращают их в совершенно неприемлемый инструмент для измерения подвижных и многозначных социальных процессов. Избирая в качестве измерительного инструмента числовые шкалы, социолог всякий раз вынужден произвольно устанавливать жесткую связь между многомерностью смыслов социального явления и точкой числовой шкалы, приписывая ей некоторое гипотетическое содержание. Эффективная, на первый взгляд, точность и строгость использования числовых шкал достигается, как видно, путем так называемого «волевого измерения».

Нельзя не остановиться более подробно на цели столь упорного внедрения в социологию числовых методов измерения. Цель эта — создание формализованных информационных моделей социальных процессов как основы широкого использования формально-логических, математических средств анализа материалов массовых социологических исследований. Таким образом, процедура формализации исходных информационных материалов представляет собой важнейший необходимый этап, обеспечивающий возможность применения математических методов и реализующего эти методы программного обеспечения компьютерной техники.

Сама установка на математизацию познавательных средств науки и автоматизацию связанных с ней информационных процедур является закономерным и объективно неизбежным следствием развития цивилизации на научно-технической основе. Однако для социологии в силу специфики ее предметной сферы названная установка актуализирует проблему диалектики взаимосвязи между существенно различными группами методов — содержательными и формальными. Суть проблемы состоит в том, что вместо ориентации на оптимальное сочетание указанных групп методов в исследовательском процессе современное направление математизации в социологии основывается преимущественно на формально-логических методах анализа исходной эмпирической фактуры, доводя его фактически до уровня манипулирования ее знаковым представлением. Этим и обусловлены столь жесткие требования к форме представления исходных данных и определенная абсолютизация формальных методов, пренебрежение той частью содержания исследуемых явлений, которая остается за пределами возможностей числовых шкал.

Каковы же предпосылки абсолютизации и недостаточности формальных методов анализа в социологии?

Слово «форма», когда оно используется как философский термин, означает *внешнюю* определенность предмета.

В философии форма выступает как относительно прочный, устойчивый результат развития материального содержания, поскольку она фиксирует и закрепляет достигнутый уровень развития.

Между формой и содержанием есть определенное «разделение функций»: если форма выступает как организующее начало, то содержание оказывается движущей силой развития. Форма способна лишь фиксировать определенный результат развития содержания, и поэтому в ней неизбежно представлена лишь часть этого содержания. Отсюда, в частности, следует, что внешняя форма может быть источником познания лишь тогда, когда она в своих особенностях более или менее адекватно воспроизводит внутреннее содержание, наиболее важную часть его сущности.

Под формализацией (в широком смысле) понимается всякое представление внутреннего содержания во внешней форме. Формализация осуществляется только человеком. При этом происходит целенаправленное «оформление» содержания, придание ему определенности с точки зрения заданного критерия или их группы. Совершается это в два этапа. На первом в рамках полного содержания выделяется какая-то его часть, удовлетворяющая критерию. Затем, на втором этапе, за этой частью содержания закрепляется определенный знак или их сочетание. Полученная таким образом знаковая форма в дальнейшем представляет — не воплощает, а именно представляет — выделенную часть содержания.

Суть формализации состоит в том, что реальные отношения, свойственные одному субстрату (содержанию), переносятся с некоторой степенью приближения (гомоморфно, изоморфно и т.д.) на другой. Поэтому в результате формализации форма не освобождается от субстрата вообще, а освобождается лишь от жесткой привязанности к изначальному субстрату, свойственному конкретному содержанию. Таким образом, в ходе формализации предопределяется, во-первых, «условность» связи содержания с формой его выражения, поскольку исходное содержание заменяется другим, символическим и, во-вторых, появляется соблазн довести формализацию до такого совершенства, чтобы в дальнейшем проводить рассуждения, не обращаясь ни к какому содержанию, а просто следя за внешним видом знаков и их сочетаниями и следуя логике формального языка. Чрезмерные упования именно на эту

возможность и заложены в основу абсолютизации формальных методов анализа внутреннего содержания. Однако вполне очевидно, что эта возможность существенно ограничена допустимым уровнем «замещения» внутреннего содержания его знаковой формой. И если в исследованиях природного мира этот уровень можно определить (что очень важно) и он часто оказывается достаточно приемлемым, что и обуславливает широкое использование здесь формальных методов познания, то применение этих же методов в социальной сфере и, в частности, в социологии наталкивается на весьма существенные принципиальные трудности.

Дело в том, что объектом формализации в социологии является, как правило, идеальное содержание, которое существует внутри сознания респондента. Одна из характерных особенностей идеального содержания состоит в том, что оно, обладая внутренней формой, не имеет собственной внешней формы. Важнейшим и, в сущности, единственным средством проявления внешнего оформления идеального содержания сознания является естественный язык. И именно с помощью этого, сугубо утилитарного — постоянно искажаемого, засоренного, привычного к любой работе средства, каким является живой разговорный язык, социолог и получает большую часть сведений об изучаемых явлениях.

Использование естественного языка в современной социологии основывается на неявных постулатах.

1. Реальное явление и его словесное описание находятся в отношении строгой взаимной предопределенности.

2. Языковые знаки (слова, выражения) поддаются одинаковой интерпретации со стороны всех членов данного «языкового сообщества», что и обеспечивает их лингвистическое тождество.

3. Сам язык является упорядоченной системой знаковых средств, пригодных для выражения любых мыслей, одинаково и безразлично обслуживающих все группы общества.

Однако при более внимательном рассмотрении картина оказывается существенно более сложной.

Поскольку мышление может происходить как на речевом, так и на неречевом уровне, постольку между мышлением, составляющим идеальное содержание сознания, и его языковой формой нет взаимно однозначного соответствия. Поэтому в формализующую способность естественного языка изначально заложена возможность отделения мысли от ее предмета.

Выполняя свою важнейшую — коммуникативную — функцию, язык способствует дальнейшему отделению мышления от

предметного содержания, так как прежде, чем что-либо узнать о содержании, необходимо опознать внешнюю форму выражения этого содержания. Восприятие же языкового оформления идеального содержания — процесс далеко не однозначный, чреватый множеством семантических aberrаций.

Первая (отнюдь не самая важная, но предельно очевидная) возможность искажения смысла обусловлена тем, что знаки (буквы, звуки), являющиеся материальным носителем языкового сообщения, лишь условно связаны с тем, к чему они относятся, и могут быть заменены любыми другими знаками (например, содержание можно передать на русском или английском языке, средствами музыки, хореографии и т.д.).

Вторая возможность связана с тем, что понимание языка происходит через слова и закрепленные за ними значения. В связи с этим нельзя не обратить внимание на принципиальные особенности смысла и значения передаваемого языкового сообщения. Смысл близок к личностному, образно-эмоциональному уровню отражения мира, значение же представляет собой уже социально-обобщенное содержание сообщения. Переход от смысла к значению — это переход от индивидуального опыта к социальному, выражение индивидуального опыта через социально общезначимые понятия.

Еще М.М. Бахтин показал, что каждое конкретное языковое высказывание причастно не только к централизующей тенденции лингвистического универсализма, но и к децентрализующим тенденциям общественно-исторического «разноречия», что «социальные языки» суть воплощенные «идеологические кругозоры» определенных социальных коллективов, что будучи «идеологически наполнен», такой язык образует упругую смысловую среду, через которую индивид должен с усилием «пробиться к своему смыслу, к своей экспрессии».

Таким образом, уже в процессе языковой формализации происходит трансформация идеального содержания мышления: оно заменяется другим, символическим, значение которого отличается от первоначального смысла. До известной степени язык оказывается «шаблоном», форму которого вынуждена принимать мысль. Он понуждает нас не воспринимать (и не воспроизводить) всего того, что не имеет социально общезначимого имени. Он *принципиально не может воспроизводить всей полноты идеального содержания*.

Можно утверждать, что в речевом общении уже сам язык навязывает говорящему независимо от его воли чужую мысль. Он,

как говорил П. Валери, есть «наиболее могущественное орудие Другого, пребывающее в нас самих». В результате, когда мы хотим сформулировать и передать собеседнику свое внутреннее, неповторимо уникальное состояние или ощущение, мы по необходимости выражаем это общезначимыми, готовыми словесными конструкциями, не принадлежащими, в сущности, никому. Пытаясь выразить это ощущение или мысль для себя («про себя») и выйти за рамки «речевого автоматизма» мы почти всегда чувствуем, что нам не хватает слов.

Слова живого разговорного языка отнюдь не созданы для однозначной логики: в постоянстве и универсальности их значений никогда нельзя быть уверенным.

О размытости значений слов естественного языка, о его нелогичности написано немало. В самом деле! Ведь каждый из нас, отнюдь не первый и далеко не последний, пользуется словами, оборотами, синтаксическими конструкциями, даже целыми фразами, а также лексикой профессиональных жаргонов, слэнгов, хранящихся в «системе языка», которая напоминает не столько «сокровищницу», предназначенную для нашего индивидуального употребления, сколько пункт проката: задолго до нас все эти единицы и словесные конструкции прошли через множество употреблений, через множество рук, оставивших на них различные следы: вмятины, трещины, пятна, запахи и т.п. Эти следы — не что иное как отпечатки тех смысловых контекстов, в которых побывало «общенародное слово» прежде, чем попало в наше распоряжение.

Это значит, что всякое слово пропитано множеством текучих, изменчивых идеологических смыслов, которые оно приобретает в контексте своих употреблений. Подлинная задача говорящего (пишущего) состоит вовсе не в том, чтобы узнать, а затем правильно употребить ту или иную языковую конструкцию, а в том, чтобы разглядеть наполняющие ее смыслы и определиться по отношению к ним.

Резко возрос интерес к проблеме смысла и значения слов естественного языка в связи с попытками создания систем машинного перевода, экспертных систем, автоматизированных обучающих систем и других, входящих в проблематику научных направлений, объединяемых общей целью создания так называемого «искусственного интеллекта».

Множество логических парадоксов естественного языка рассматривается, например, в книге И.Н. Горелова. Он, в частности, обращает внимание на то, почему, например, «ударить по рукам — это

хорошо, а *ударить по ногам* — это плохо. Если *над столом* или *над крышей* — логично, то как можно представить себе жену, работающую *над собой*? И если *крепкими* могут быть и *старик*, и *чай*, и *орешек*, то почему *взгляд* может быть только твердым, а не крепким (характер же может быть и *крепким* и *твердым*)»¹.

Слова могут иметь любое из мыслимых значений, благодаря использованию интонации, ударения, акцентировки, контекста, ситуации и т.п. Огромнейший вес приобретают ничтожнейшие слова, малейшие паузы их разделяющие. Язык, по выражению А.Ф. Лосева, «кишит» бесконечными семантическими валентностями².

Языковое сообщение, таким образом, представляет собой как бы каркас, окруженный множеством потенциально возможных содержательных смыслов. И это не только подтекст. За пределами текста (но неуловимо связанные с ним) встают вещи и покрупнее подтекста: это не то, что — под, а что-то вроде надтекста. Надтекст — нечто, превышающее текст, из него никак не вычитаемое и не вычитываемое, но каким-то непонятным образом с ним скрепленное.

Именно при заполнении этих своеобразных «семантических пустот» принципиально важное значение имеют целевые априорные установки воспринимающего сообщения. И здесь в полной мере проявляется ориентация социологов на жесткую однозначность смысла эмпирической информации. Нет столь темного высказывания, нет столь причудливых толков, нет столь бессвязного лепета, которым социологи не смогли бы придать вполне определенного значения. У них всегда найдется некая догадка, которая придаст смысл (однозначный, в полном соответствии с избранной теоретической концепцией) самым диковинным речам. При этом какая-либо ясность в вопросах адекватности понимания языкового сообщения у социологов, как и у обычных людей, остается сугубо индивидуальной. Допускаются самые противоречивые мнения, каждое из которых находит великолепные примеры и факты, которые трудно оспаривать.

Как видно, языковая формализация отнюдь не может рассматриваться как средство однозначного отображения идеального содержания, да и речевое общение вовсе не похоже на вкладывание

¹ Горелов И.Н. Разговор с компьютером: Психолингвистический аспект проблемы. М., 1987. С. 40.

² См.: Лосев А.Ф. О бесконечной смысловой валентности языкового знака // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. Т. 36. Вып. 1, 1977.

в слова и предложения мыслей одного человека для передачи их другому. Мысль не может существовать вне сознания, поэтому она никогда его и не покидает и не переходит от одного человека к другому в ходе языкового общения. Единицы речи — это чисто материальные (звуковые, знаковые и т.п.) объекты и смысла в них ничуть не больше, чем, например, в бессмысленном сочетании звуков. В процессе языковой коммуникации передается фактически не мысль, а лишь ее материальная оболочка. При этом знаковые элементы языка выполняют передаточную функцию, выступая в роли своеобразных опорных точек, с помощью которых в мышлении воспринимающего их субъекта воспроизводится заключенное в них содержание. Отсюда, в частности, следует, что *понимание речи — это не извлечение информации из нее, а вкладывание в нее тем, кто ее воспринимает*: знаки, поступающие на «вход» реципиента, как бы погружаются в его внутренний мир, приобретая индивидуализированный смысл.

На смысл, содержание человеческой речи чрезвычайно сильное влияние оказывает состояние передающего и воспринимающего сообщение (устное или письменное) человека. Именно состояние — самочувствие, положительные или отрицательные эмоции, цели и интересы, прошлый опыт, степень жизненной и психической активности вообще и в данный момент, стремление познать новое или неосознанное желание ограничить себя рамками «уютных» стереотипов и т.д. Иными словами, понимание человеческой речи, естественного языка, во всяком случае, не может быть полным, если ограничиться изучением только объективированных или любых других ее проявлений, поддающихся формально-логическому учету или экспериментальной фиксации.

Социальная подоплека каждого кванта социологических «данных», в сущности уникальна, и меняется в зависимости от индивидуальных особенностей респондентов, состояния, в котором они находятся, конкретной ситуации опроса и т.п. Поэтому содержательный смысл одной и той же формулировки ответов респондентов может быть существенно разным. По этой же причине простая процедура отсеивания не относящейся к делу информации связана в социологии с огромными, почти непреодолимыми трудностями. Даже владея высшим профессиональным мастерством, социолог не в состоянии достаточно полно отсеять интерпретационный мусор в сообщениях респондентов.

Вполне очевидно, что полнота и адекватность понимания речевого сообщения предполагает, кроме того, определенную общность

интеллектуального уровня исследователя и респондента, их общеобразовательной и профессиональной подготовки, способности воспринимать контекст, учитывать конкретную ситуацию и т.д. В целом же языковое сообщение глубоко социально и опирается на значения, относительно которых имеется высокая степень согласия среди членов сообщества.

Объективного бытия, независимого от человеческого восприятия, речь не имеет, вне человека она не существует. В отличие от природы в речи нет ничего безусловного, вся она построена на системе условностей и контекстов. Условия же заключаются между людьми. Сами люди подчиняются и живут не только по законам природы, но и по законам общественного развития. В соответствии с этим эволюционирует и естественный язык: меняется его грамматика, словарный состав, семантика самих слов и т.д. Поэтому смысл языкового сообщения определяется не только составом слов, но и их живым взаимодействием, обусловленным конкретной социально-исторической ситуацией. Именно поэтому *большая часть семантики любого речевого сообщения вообще не представлена в материальной форме текста, а заключена в сознании говорящего и слушающего*. Текст — нечто вроде айсберга, у которого лишь небольшая часть доступна восприятию. В целом же восприятие любого текста, как и вообще процесс восприятия человеком явлений внешнего мира, есть не пассивное усвоение чего-то «готового», а творческий процесс создания нового.

Таким образом, надежда социологов-догматиков на создание идеального языка, обеспечивающего правильность передачи и восприятия содержания не за счет усилий сознания, а за счет правильности самой знаковой формы, принципиально неосуществима.

Гуманитарные науки отнюдь не случайно предпочитают обычный, разговорный язык: так удобнее мыслить о предметах, которые до конца никогда не могут быть определены, а, напротив, заново определяются в каждом новом контексте. Да, языковая формализация содержания идеального сознания может дать лишь частичное его отображение и не обеспечивает не только его адекватное отображение, но и его однозначное понимание. И все-таки при всей своей неустойчивости, многомерности, расплывчатости и т.д. замечательно как раз то, что именно естественный язык является самым эффективным средством для выражения наиболее точных и тонких содержательных понятий.

В связи с этим необходимо подчеркнуть, что разница между «точными» и остальными науками лишь в том, что в первых бес-

смысленные выражения можно узнать уже по их внешнему виду, в то время как в последних для этого требуется обращаться к анализу содержания. Ведь во многих случаях *однозначное* понимание сообщения как раз свидетельствует о *неполном* понимании. «Неточный» естественный язык способен передавать такие тончайшие нюансы мыслей, чувств, настроения, что нельзя и надеяться выразить их с помощью «точного» языка науки.

Однако многие социологи, руководствуясь представлениями естественных наук о точности, стремятся во что бы то ни стало освободиться от «недостатков» естественного языка. Они попросту предпочитают не обращать внимания на чрезвычайно тонкую специфику речевого общения и основываются в своих изысканиях на играющем принципиальную роль предположении о *полной тождественности* смыслов сообщений, которыми обмениваются исследователь и респондент. Поступая так, они исходят из неявной (и неверной) посылки, что поведение человека (реальное и вербальное) подчиняется безукоризненно сознательным, как бы загодя исчисленным, безошибочным однозначным решениям. Никаким сомнениям, неуверенности, которые свойственны в большей или меньшей степени любому человеку, в социологических моделях не находится места. Зато создаются условия для применения числовых измерительных шкал — важнейшего, по мнению этих социологов, атрибута «точной» науки. Их мало смущает почти полная нечувствительность таких шкал к собственно социальным аспектам исследуемых явлений и тот факт, что за возможность пользоваться этими шкалами приходится расплачиваться ценой недопустимого упрощения реальности, фактически уклоняться от изучения социальных процессов во всей их сложности и полноте.

Выражается это, в частности, в том, что появляется определенная беззаботность относительно того, кто должен заниматься неучтенными сторонами явлений и оценкой допустимости той абстракции, которая принята в исходной концептуальной модели. Пытаясь перевести измерительный аппарат на числовое шкалирование, социологи идут на такие действия, как подмена неопределенности определенностью, сведение многокритериальности к одному единственному критерию и т.д., не останавливаясь перед такими мелочами, как научная корректность. Из поля зрения социологов выпадает, например, то обстоятельство, что словесные утверждения респондентов пропускаются как бы через двойной оценочный фильтр: респондентов — с одной стороны, и само-

го исследователя в процессе их толкования — с другой. Анкетер (интервьюер) обладает развитым, концептуализированным представлением об исследуемой проблеме и неизбежно превращается в «подсказчика», задавая вопросы, которые его собеседнику никогда не приходили в голову, обращая его внимание на детали, не осознаваемые им раньше. Чем больше социолог старается быть нейтральным инструментом истины, тем тоньше он внушает ответы, которым присваивается статус первичных «данных» и на основе которых строятся все последующие содержательные выводы. Фактически измерительный аппарат современной социологии, призванный обеспечить полную объективность первичных «данных», часто бывает очень далек от поставленной цели. Превращая материалы опросов с помощью числовых измерительных шкал в систему формализованных «социальных фактов», социологи, по сути дела, подменяют реальный объект искусственной конструкцией. Получающиеся, благодаря этому, результаты выглядят четкими и определенными, и создается иллюзия, что «число» все «схватывает». Однако это не более чем иллюзия: числовые измерительные шкалы чужды и несообразны всему существу социального мира, он никак не уместается в жесткие, однозначные, дискретные числовые конструкции.

Ориентация на числовое измерение и все, основанные на ней процедуры последующего формализованного анализа покоятся, как было показано, на чрезмерно упрощенном представлении о человеке и его социальном окружении. «Успехи» формализованных социологических процедур и получаемых с их помощью результатов, их нарочитые точность и строгость потому и оказываются иллюзорными, что инструментальный аппарат настраивается таким образом, чтобы в рассмотрение попали лишь те «социальные факты», которые соответствуют избранной тематической концепции. По сути дела, весь эмпирический базис социологических исследований, построенных на основе принципов естественных наук, формируется (вернее, задается) исходной теоретической установкой, находящей отражение в используемом измерительном аппарате и получающей подтверждение в эмпирических свидетельствах, которые она сама же и создает. Все факты, на которые не настроены числовые измерительные конструкции и которые, следовательно, не предусматриваются исходными теоретическими представлениями, отбрасываются как несущественные. Образуется, таким образом, порочный круг, обрекающий всякое соци-

ологическое исследование, построенное по такому шаблону, на неизбежный «успех».

Идея отхода от жесткой ориентации на числовые измерительные шкалы в исследованиях социальных процессов постепенно получает «права гражданства». В ее основе — понимание необходимости расширения смысла понятия «измерение» путем включения в него наряду с количественными и качественными методами установления определенности исследуемых свойств. Если количественное определение объекта есть измерение, то качественное определение есть узнавание, классификация. В процессе узнавания объект относится к какому-то классу. Это отнесение к классу есть аналог отнесения значения измеряемого свойства к какому-то отрезку шкалы при количественном измерении. Проще говоря, числовое шкалирование предлагается рассматривать как частный случай классификации. Система классов играет в качественных методах ту же роль, что деления шкалы — в количественных.

Метод измерения, как было показано, является отражением и неизбежным следствием исходных теоретических представлений о сущности изучаемой проблемы, ее предмета, объекта и т.д. Измерения, осуществляемые вне контекста развитой теоретической системы, формулирующей сущностные зависимости объектов, оказываются, как правило, совершенно бессмысленными. Развитые теоретические представления являются необходимой предпосылкой самых осмысленных измерений, так как лишь первые указывают и на предмет и на сам способ измерения. Поэтому одна и та же измерительная операция с точки зрения различных теоретических подходов может свидетельствовать о совершенно различных аспектах исследуемого явления.

Основываясь на вышеизложенном, можно предложить следующее определение.

Измерение — совокупность теоретико-методологических, методических и инструментальных действий, посредством которых устанавливается *качественная* определенность измеряемого явления или отдельного его свойства. Результат измерения фиксируется в виде словесного или знакового (куда входят и числа) выражения.

Необходимо отметить две особенности предлагаемого определения.

1. Оно основывается на фундаментальности того факта, что количество есть лишь одно из качеств и что все результаты измерения, включая количественные, в сущности своей качественны.

2. Ориентация на качественные методы измерения только тогда может быть плодотворной, когда она осуществляется в рамках соответствующих теоретических концепций.

Наиболее конструктивная и близкая позиция в решении рассматриваемой проблемы заложена в концепции гуманитарного измерения, изложенная в трудах С.В. Чеснокова¹. Основные положения этой теории состоят в следующем.

Необходимо измерять не отношения между элементами структуры исследуемого явления, а отношения между людьми. Любое структурирование проводится на основе каких-либо априорных критериев и поэтому его результат неизбежно в значительной степени «нагружен» исходными теоретическими установками. Изменяя отношения между элементами такой структуры с помощью количественных шкал, разрабатываемых на той же концептуальной базе, исследователь фактически «процеживает» потенциальную эмпирию через двойное теоретическое «сито».

Социальные процессы — это прежде всего отношения между людьми, и речевое взаимодействие (диалог) между ними является важнейшим и, в сущности, единственным источником информации о социальном мире. Поэтому и надо изучать (измерять) семантику возникающих при этом языковых структур. Отсюда и *первая фундаментальная идея* теории гуманитарного измерения: *средством измерения процессов социального мира является естественный язык, а результатом измерения — речевые (знаковые) сообщения, каждое из которых имеет то смысловое значение, которое устанавливается исследователем в момент диалога с респондентом* (при устном опросе) и в ходе контроля качества заполнения анкеты (при анкетировании). «Измерить» в гуманитарном смысле — это значит «назвать», «дать имя». Имеется множество зрительных образов, которым в языке соответствуют стандартные имена. Всякий раз, когда кто-либо воспроизводит такие имена, он совершает гуманитарное измерение.

Г. Гессе был весьма проницателен, когда писал: «Слово — это пробный камень, чувствительнейшие весы для духовных величин, которые заурядный ученый спешит окрестить фантазиями. Он прибегает к этому ученому словечку всякий раз, когда надо измерить и описать жизненные явления, для которых наличные материальные приборы слишком грубы, и желание и способности говорящего недостаточны. Естествоиспытатель ведь, как правило,

¹ См., например: Чесноков С.В. Основы гуманитарных измерений. М., 1985.

мало что знает, в частности, он не знает, что именно для летучих, подвижных ценностей, которые он именует фантазиями, вне естественных наук существуют старые, очень тонкие методы измерения и выражения, и что Фома Аквинский и Моцарт, каждый на своем языке, ничего другого и не делали, как с величайшей точностью взвешивали эти так называемые фантазии».

В качестве результата гуманитарного измерения выступает вся словесная конструкция. При этом числа также могут играть роль знака в тех случаях, когда они передают смысл ответа респондента, т.е. используются, как обычные слова.

Как видно, количественные измерения, результат которых выражается числом, являются частным случаем измерений гуманитарных, включаются в них. Да и весь гуманитарный подход не исключает естественнонаучного, а соотносится с ним как целое с частью. Кроме того между ними сохраняется и специфика в ориентационных установках: если естественнонаучный подход ориентирован от внешнего мира к человеку, то гуманитарный — от человека к человеку и к внешнему миру. На этом основывается *вторая фундаментальная идея* гуманитарного измерения, определяющая правила установления смысла высказываний: *люди всегда говорят правду*, которая обусловлена их мировоззрением, и что особенно важно, состоянием их духовного, морального, эмоционально-психологического состояния в данный конкретный момент времени при данных обстоятельствах. Таким образом, всякие поиски «истинного значения» (которое «на самом деле») в передаваемых сообщениях, тем более попытки отыскания чисел за словами естественного языка оказываются бессмысленными.

Следствием этой установки является переосмысление роли и значения измерительных шкал в социологии. Основным видом измерения объявляется номинальное: «В свободное время я предпочитаю встречаться с друзьями или смотреть телевизор» — типичный пример номинального измерения. В теории гуманитарного измерения *номинальность измерительных процедур возводится в ранг принципа*.

При всей очевидности, простоте и прозрачности гуманитарного измерения оно влечет за собой весьма радикальные последствия, круто меняющие не только ориентацию деятельности по разработке методов математического анализа социологической информации, но и оказывает весьма существенное влияние на весь подход к исследованиям в социальной сфере. Оно понуждает ученых сосредоточивать свое внимание на содержании изучаемых явлений,

поиске и разработке адекватного методико-инструментального аппарата для конкретного объекта.

Что же касается самого измерительного аппарата гуманитарного измерения, то в него входят все четыре известных типа измерительных шкал. Однако их соподчиненность существенно (зеркально!) отличается от традиционной. Критерием их упорядочения является уровень измерительных возможностей шкалы, который определяется объемом той совокупности явлений, свойств и процессов социального мира, который оказывается ей доступным, т.е. уровень чувствительности шкалы к явлениям, входящим в предмет социологического исследования. При этом любая более «сильная» шкала включает в себя возможности более «слабой». При такой соподчиненности типы шкал располагаются «по нисходящей»: от самой «сильной» — номинальной, до самой «слабой» — шкалы отношений.

Понятие шкалы в теории гуманитарного измерения также становится более осмысленным: шкала — *определенное упорядоченное множество значений какого-либо свойства измеряемых объектов.*

Номинальная шкала (классификационная или наименований) основана на том, что все измеряемые объекты или значения измеряемых свойств представляются как множество непересекающихся и исчерпывающих всю совокупность классов. Каждому классу дается наименование или присваивается знак, в качестве которого могут выступать и цифры. Эти имена и знаки служат только для целей идентификации обозначаемых объектов или для их нумерации (в случае использования цифр), причем такой идентификации, что каждому элементу из одного класса объектов (значению свойства) приписывается одно и то же имя (знак, цифра). Обязательное действие имеет правило: нельзя присваивать одно и то же имя (знак, цифру) разным классам объектов или разные имена одному классу.

Основной эмпирической операцией, которую позволяет реализовать номинальная шкала, является установление равенства: с помощью шкальных значений номинальной шкалы можно установить только, относятся ли (или не относятся) два данных объекта к одному и тому же классу. Порядок расположения отдельных значений номинальной шкалы может быть любым.

ПРИМЕРЫ НОМИНАЛЬНЫХ ШКАЛ

Какая из следующих проблем ощущается Вами наиболее остро?
(выберите не более трех самых важных)

- | <i>Цифра (знак)</i> | <i>Наименование (имя)</i> |
|---------------------|--|
| 1 | Невыплата зарплаты |
| 2 | Цены на товары и услуги |
| 3 | Невыплата пенсий |
| 4 | Работа городского транспорта |
| 5 | Безработица |
| 6 | Плата за жилищно-коммунальные услуги |
| 7 | Низкий уровень заработной платы |
| 8 | Медицинское обслуживание |
| 9 | Состояние окружающей среды |
| 10 | Преступность |
| 11 | Социальная защищенность людей |
| 12 | Обеспеченность жильем |
| 13 | Оплата обучения в школах и питания в детских садах |
| 14 | Другое (напишите) _____ |
| 15 | Нет никаких проблем |

Ваш пол?

1 — мужской;

2 — женский

Порядковая шкала предполагает упорядочение объектов относительно какого-либо критерия или свойства. Эта шкала определяется двумя эмпирическими операциями: 1) установлением равенства объектов по отношению какого-либо конкретного значения шкалы и 2) установлением отношения «больше — меньше» между объектами.

ПРИМЕРЫ ПОРЯДКОВЫХ ШКАЛ

Оцените свой жизненный уровень:

Порядок *Наименование (значение шкалы)*

- 1 — живу в полном достатке, не испытываю никаких проблем;
- 2 — живу в достатке, но без излишеств;
- 3 — живу средне;
- 4 — живу плохо, собственных доходов не всегда хватает;
- 5 — живу очень плохо, весь в долгах;
- 6 — затрудняюсь ответить.

Ваше образование?

Порядок Значение

1 — неполное среднее 2 — среднее

3 — среднее специальное 4 — высшее, незаконченное высшее

Одна из разновидностей порядковой шкалы — *ранговая шкала*. Она предполагает полное упорядочение измеряемых объектов или возможных значений определенного их свойства и присвоение им цифр от 1 до N (по числу объектов или значений свойства). Примером образования ранговой шкалы может быть предложение респонденту расположить возможные занятия в свободное время в порядке их личного предпочтения, т.е. присвоить им ранги.

Перечень занятий	Ранги
A	4
B	1
C	N
...	...
N	7

При использовании ранговых шкал необходимо помнить, что численность ранжируемых объектов не может быть беспрельдно большой, оптимально $n \leq 18$. При необходимости упорядочения большего числа объектов (или значений какого-либо свойства) рекомендуется проводить их предварительную группировку и использовать полученные группы при ранжировании как один объект:

$A, B, C, \dots, M, N, O, \dots, Y, Z$

$A, \dots, K, \dots, S, \dots, P$

1, ..., 2, ..., 10, ..., $n \leq 18$

Как правило, наиболее устойчивы первые и последние ранги (наиболее и наименее предпочтительные занятия). Поэтому группировке целесообразно подвергать те явления, которые располагаются в середине ранговой шкалы. Чтобы повысить чувствительность шкалы, рекомендуется исключить из перечня наиболее очевидные сюжеты (первые и последние).

Существует еще переходный тип шкалы — *частично упорядоченная шкала*. Она устанавливает отношения равенства между

явлениями в каждом классе и отношения последовательности в терминах «>» или «<» между несколькими, но не всеми классами. Появление шкалы этого типа возможно тогда, когда объекты ранжируются по двум и более континуумам (критериям), а взаимоотношение между этими континуумами не очень ясно или неопределенно. Например, субъектов политической деятельности можно упорядочить по признакам участия в различных формах и структурах политической борьбы и по степени радикальности или конструктивности выдвигаемых ими идей.

Использование таких шкал возможно на стадии проективных или пилотажных исследований, когда еще уточняется проблема и объект. Применение их на этапе полевого исследования свидетельствует о недостаточной квалификации социолога.

Оба рассмотренных типа шкал относятся к неметрическим. Два следующих — интервальная и шкала отношений — образуют класс *метрических шкал*.

Интервальная шкала отличается от предыдущих тем, что предполагает наличие или установление единицы измерения, величины интервала и какого-то начала (точки отсчета). Кроме того предполагается выполнение важной эмпирической операции: равенство или определенное соотношение интервалов между шкальными значениями должно соответствовать равенству или такому же соотношению интервалов между эмпирическими объектами в отношении какого-либо их свойства. Объекты со значениями измеряемого свойства, которые попадают в один интервал, считаются тождественными друг другу в отношении этого свойства.

ПРИМЕРЫ ИНТЕРВАЛЬНОЙ ШКАЛЫ

Ваш возраст:

- | | | |
|----------------|----------------|--------------------|
| 1 — до 20 лет; | 4 — 31—40 лет; | 7 — 56—60 лет; |
| 2 — 21—25 лет; | 5 — 41—50 лет; | 8 — старше 60 лет. |
| 3 — 26—30 лет; | 6 — 51—55 лет; | |

Шкала отношений представляет собой собственно интервальную шкалу с естественным началом отсчета, т.е. с точкой «0», соответствующей отсутствию измеряемого свойства у объекта. Характерной для нее эмпирической операцией, дополняющей все эмпирические операции, обязательные для предыдущих типов шкал, является определение равенства отношений, инвариантных при любой смене основной (базовой) единицы измерения.

В социологии шкалы отношений используются в виде естественных (готовых) метрик для таких, например, свойств, как длина (расстояние), уровень доходов, размер жилья и т.п. Однако в чистом виде они используются чрезвычайно редко. Как правило, они переводятся в форму интервальной шкалы.

Выбор того или иного типа шкалы при разработке социологического инструментария — дело в высшей степени творческое, требующее высокого профессионализма и близкое по своей сути к искусству. Здесь не существует заранее верных рецептов наподобие таких: «Пятичленная шкала лучше трехчленной» и т.п. Есть множество теоретических и эмпирических правил, которые помогают социологу отсеять заведомо неприемлемые варианты, но окончательный выбор типа и структуры шкалы всегда осуществляет он сам. Как он это делает — предмет, выходящий за рамки данной темы.

Подводя итог, подчеркнем, что при внимательном рассмотрении специфики социологического измерения осознается комплекс чрезвычайно важных проблем получения знания как такового. Выявляется, в частности, что в основе получения социологических знаний лежат процессы гораздо более фундаментальные, чем те, которые происходят в естественных науках.

Непосредственно данный и очевидный для человека мир, в котором он жил и будет жить всегда, который созерцают его глаза, ощущают его руки, составлен из *качеств*: цвета, запаха, звуков, упругости и т.д., этот мир не может быть воспроизведен без *существенного* искажения смысла и обеднения содержания только посредством рациональных логических операций и конструкций и/или с помощью количественных измерительных шкал. С этим мы сталкиваемся буквально на каждом шагу, в любых, даже самых простейших ситуациях. Чтобы, например, воспринять и ощутить именно данный цвет, человек должен его видеть. Никакие сколь угодно точные и подробные количественные характеристики его физических свойств не могут дать о нем адекватного представления для слепого от рождения человека. Попытки последователей естественнонаучных представлений преодолеть эту особенность социального мира неизбежно приводят их к разделению его на две части: на мир иллюзорный, подчиняющийся строгим количественным или нестрогим, но эмпирически вычислимым статистическим законам, и мир, который действительно нас окружает и который полон прелести и очарования неопределенности и тайны. Именно этот мир цвета и звуков, других людей продолжает оставаться

для нас реальным, каким он и был до того, как мы обнаружили его козни, связанные с попытками его познания.

Социологам поэтому необходимо избавиться от своеобразного комплекса ущербности, вызванного тем, как им представляется, досадным обстоятельством, что им приходится пользоваться не удобными метрическими эталонами, а номинальными «слабыми» шкалами. Как следует из вышеизложенного, именно номинальные шкалы и есть главный и основной инструмент социологического познания. Вместо того, чтобы ожидать от математиков и инженеров неких чудодейственных измерительных конструкций, которые, как показывает длительный опыт, на практике оказываются не более чем скоротечными сенсациями, либо гипотетическими абстракциями, социологам надо энергично заниматься совершенствованием своего собственного измерительного арсенала. Проблем здесь чрезвычайно много. Такая фундаментальная, например, зависимость содержания социологического знания от формы задаваемых респондентам вопросов и методов интерпретации получаемых ответов. То, что такая проблема существует, социологам известно очень давно, но изучена она все-таки недостаточно.

Социологи должны ясно представлять, что социальное измерение является прежде всего содержательной, не механической или математической процедурой, соединяя в себе в первую очередь качественный и уж затем количественный анализ. Они должны твердо знать, что для определения интенсивности проявления свойств социальных процессов не существует универсальных измерительных эталонов, и что всякое социальное измерение начинается с определения его конечной цели. И это совсем не потому, что бесцельное измерение никому не нужно, но потому, что меняя цель, социолог не имеет права пользоваться теми инструментами и результатами измерений, которые были проведены для других целей. Измерительный фетишизм, математизационные мифы неизбежно искажают и подменяют действительные цели изучения социальных процессов их неполным, деформированным отображением: если точность математическая обеспечивается строгим выполнением требований формально-логических преобразований, то точность материалов социологических исследований, как и любой гуманитарной науки, — правда, соответствие получаемых содержательных выводов действительному положению дел.

§ 3. ВЫБОРОЧНЫЙ МЕТОД В СОЦИОЛОГИИ

Комплекс вопросов о выборке — одна из тех проблем социологии, в которой теоретико-методологические представления об их содержании находятся в явном, очевидном противоречии с реальной практикой их решения. Социологи-предметники всегда видели это противоречие, но предпочитали его не обсуждать, опрометчиво поместив его в разряд так называемых «математических проблем социологии». И вот уже в течение многих десятилетий они терпеливо ожидают от математиков его взаимоприемлемого разрешения.

Однако наличие этого противоречия уже открыто признают и сами профессиональные математики, столкнувшиеся с необычайными, непреодолимыми препятствиями, которые всегда неизбежно возникали при попытках совмещения обеих сторон названной проблемы. Можно, например, встретить такое высказывание: «Поскольку процедура расчета выборки — это цепь бесконечных компромиссов между стремлением к точности результатов и ограниченностью ресурсов, дефицитом времени и неполнотой сведений об изучаемом явлении, поэтому в целом можно сказать, что процедура расчета выборки — это наука и искусство...»¹.

Названное противоречие между характером требований к методико-инструментальному аппарату проектирования и реализации выборки, определяемому статистическими представлениями о ней, с одной стороны, и формами, в которых она реализуется практически, с другой — это лишь одно из множества проявлений общего противоречия, которое было заложено в социологию ее основателями и с которым мы сталкиваемся по сию пору. Это противоречие порождено стремлением социологии во всем уподобиться наукам о природе на пути всемерного внедрения формально-логических, рациональных методов и процедур в свой теоретико-методологический и методико-инструментальный аппарат, якобы способствующих завоеванию ею статуса «подлинной» науки, и необычайной сложностью, неподатливостью социальной жизни, ее яростным сопротивлением при попытках втиснуть ее отображение в рацио-

¹ Давыдов А.А. Объем выборки // Социологические исследования. 1988. № 6. С. 83.

нальные, однозначно строгие формальные конструкции. Принимая это во внимание, рассмотрим суть вопроса.

Объект любого социологического исследования может быть представлен как определенная совокупность (множество) единиц наблюдения. Например, при опросах в подавляющем большинстве случаев единицами наблюдения являются люди — каждый человек в отдельности. Та часть населения, которая обладает юридическим правом голоса на выборах, представляет собой объект исследования для тех, кто изучает политические процессы и электоральное поведение населения. Для социолога, изучающего социальную структуру общества, в качестве объекта исследования выступает все взрослое население страны и т.д.

Известно, что достоверность получаемого знания определяется прежде всего высоким качеством исходной эмпирической фактуры, послужившей основой для формулирования итоговых содержательных результатов. В свою очередь, качество первичных данных самым непосредственным образом зависит от того, насколько полно в них представлены реальные значения характеристик каждой единицы множества, образующего объект исследования. Поэтому совершенно естественно стремление многих социологов (в особенности, начинающих) охватить все множество единиц наблюдения или максимально большее их количество, т.е. всех потенциальных избирателей, всех граждан и т.д. В соответствии с этой точкой зрения, идеальным представляется исследование, предполагающее сплошной охват всего множества единиц наблюдения.

Примером исследований, основывающихся на сплошном изучении всего множества единиц, образующих объект исследования, могут служить материалы текущего наблюдения ряда показателей, которые осуществляет Государственный комитет статистики. К ним, в частности, относятся рождаемость, смертность, число браков, разводов, пассажирооборот и т.д., все они предполагают сплошной учет соответствующих фактов. Сплошные исследования проводятся и социологами. Часто они используются при подготовке широкомасштабных перспективных решений по развитию предприятия или организации, проведении монографических исследований. Сплошные опросы проводятся при изучении причин текучести кадров (опрашиваются все увольняющиеся с предприятия и вновь принимаемые). Можно привести и ставшие уже хрестоматийными примеры крупных территориальных сплошных социологических исследований. К ним, в частности, относится исследование профессиональных ориентаций молодежи

Новосибирской области, которое проводилось под руководством В.Н. Шубкина в 1962—1970 гг. и основывалось на сплошных опросах всех выпускников всех школ Новосибирской области¹.

При всей внешней очевидности достоинств сплошных исследований в подавляющем большинстве случаев социолог вынужден решать проблему ограничения числа единиц наблюдения, которые включаются в эмпирическую базу исследования. Дело в том, что в тех случаях, когда объект состоит из нескольких тысяч и более единиц наблюдения, сплошное исследование требует:

- ⇒ огромных финансовых и материально-технических ресурсов;
- ⇒ создания громоздкого организационного механизма;
- ⇒ привлечения большого количества дополнительных сотрудников, как правило, неквалифицированных (для проведения интервью, анкетирования, наблюдения и т.д.);
- ⇒ длительного времени, необходимого для сбора, контроля, обработки и анализа собранного эмпирического материала.

Поэтому преобладающим видом исследований в социологии являются *выборочные*. Помимо дешевизны, оперативности, гибкости выборочные исследования обладают еще одним существенным достоинством: при тщательном соблюдении определенных правил и процедур они могут обеспечить получение более достоверных и глубоких результатов, чем сплошные. Связано это прежде всего с тем, что провести тотальный контроль качества фиксации первичной эмпирии невозможно. В то же время привлекаемый непрофессиональный актив вольно или невольно привносит в полевые материалы множество так называемого «информационного шума», полное выявление и устранение которого принципиально невозможно. При выборочном исследовании практически всегда можно гарантировать приемлемую достоверность эмпирической фактуры. Однако при проведении выборочных исследований возникает другая, достаточно серьезная проблема — необходимость обеспечения репрезентативности первичных данных.

Под *репрезентативностью информации* понимается такое ее свойство, при котором обеспечивается приемлемый (допустимый, заданный) уровень отклонения количественных значений наиболее важных характеристик (критериев) некоторой части множества изучаемых объектов (выборочной совокупности) от их значений во всей совокупности (генеральной). Максимальная величина названного отклонения по какой-либо из критериальных характе-

¹ См.: Шубкин В.Н. Социологические опыты. М., 1970.

ристик образует *ошибку репрезентации*. Выборочная совокупность, ошибка репрезентации которой не превышает некоторой заданной величины (в социологии этот уровень принято определять в 5%), называется *репрезентативной*. Репрезентативность первичной социологической фактуры позволяет исследователю распространять на всю генеральную совокупность выводы и закономерности, обнаруженные в выборочной совокупности.

Выборочную совокупность можно в определенном смысле рассматривать как своеобразную модель, воспроизводящую в миниатюре генеральную совокупность. Однако никогда нельзя забывать, что это достаточно сильное упрощение, идеализация, так как выборка воспроизводит генеральную совокупность только по значениям критериальных характеристик. Значения остальных характеристик выборки могут довольно сильно отличаться от их значений в генеральной совокупности.

На репрезентативность выборки определяющее влияние оказывает высокое качество всех этапов и процедур ее реализации, в особенности — обоснование и расчет ее структуры и объема. Решение этой задачи называется *проектированием выборки*.

При проектировании выборки отчетливо усматриваются по крайней мере два взаимосвязанных аспекта: качественный и количественный. *Качественный аспект* формулируется как поиск системы признаков, моделирующих сущностное содержание и специфику исследуемого явления. Количественный аспект указывает на необходимость разработки определенных правил отбора оптимального объема *единиц наблюдения*.

Многие социологи, особенно начинающие, сводят проблему выборки лишь ко второму аспекту, т.е. решают ее в плане отбора единиц наблюдения. Неявно предполагается, что социология, как и статистика, имеет дело с большими совокупностями более или менее однотипных объектов, методы обобщенного описания которых давно и тщательно разработаны. За аксиому принимается случайный характер социологической эмпирической фактуры, для анализа и преобразования которой математическая статистика предлагает арсенал готовых, хорошо разработанных методов¹.

¹ В этом легко убедиться, обратившись к соответствующей литературе. См., например: *Королев Ю.Т.* Выборочный метод в социологии. М., 1975; *Паниотто В.И.* Качество социологической информации. Киев, 1986; *Чурилов Н.П.* Проектирование выборочного социологического исследования. Киев, 1986; *Сотникова Г.Н.* Выборки ошибка // Энциклопедический социологический словарь. М., 1995 и мн. др.

То есть теория выборки в социологии традиционно трактуется в своей классической (читай — статистической) постановке, а сама процедура выборки рассматривается как чисто математическая задача.

Такой статистический в своей основе подход к расчету выборки вполне правомерен, но он в каждом конкретном случае требует тщательного обоснования, так как множественность каких-либо фактов отнюдь не обязательно с неизбежностью имеет статистическую природу. Социальные процессы, с которыми имеет дело социолог, в еще меньшей степени, чем технологические операции, химические, биологические и т.п. явления, отвечают требованиям статистического подхода. Различия в поведении, мотивациях, взглядах людей не могут быть объяснены лишь случайными отклонениями от некоего «среднего» или «эталонного образца». Да и само понятие репрезентативности применительно к объектам социологического исследования часто бывает довольно трудно определить. Ведь в подавляющем большинстве случаев социолог при разработке выборки стоит перед проблемой ее расчета в условиях, когда границы объема генеральной совокупности размыты, а сведений о критериях, характеризующих ее структуру, либо недостаточно, либо совсем нет. Более того, именно структура генеральной совокупности часто и является главной целью исследования. (С этим хорошо знакомы социологи, основной предмет изучения которых — различные политические процессы, характер социальной и профессиональной дифференциации общества и т.п.). Ясно, что в ситуации, когда нет возможности оценить ошибку выборки (главный статистический показатель ее качества), вопрос о ее репрезентативности (в статистическом смысле) остается открытым.

Итак, имеется множество факторов, вынуждающих социолога отказываться от проведения сплошного исследования объектов генеральной совокупности и привлекать к анализу только их часть. Однако между чисто сплошным и чисто выборочным исследованием существует еще промежуточный вариант, когда изучается существенно большая часть генеральной совокупности. Речь идет о так называемом *методе большого массива*. При его реализации в эмпирическую базу включаются либо те единицы генеральной совокупности, которые играют главную, решающую роль с точки зрения исследуемой проблемы, либо все, доступные для изучения. Например, при опросе люди могут отказаться от участия в нем, отсутствовать на месте по причине болезни, отъезда и т.п. При документальном исследовании какая-то часть документов может

быть утеряна, засекречена и т.д. В любом случае предполагается, что не попавшая в эмпирическую базу исследования часть единиц генеральной совокупности не существенна для анализа проблемы в целом. С этой ситуацией социолог часто сталкивается при проведении экспертных опросов, контент-анализе различных видов СМИ, опросах на предприятиях и т.п. Принципиально проблема проектирования выборки и обеспечения ее репрезентативности при методе большого массива не возникает. В силу того, что по своей сути метод большого массива близок к сплошному исследованию, иногда он носит название *несплошного* исследования.

При реализации выборочного исследования социологу приходится считаться с *ошибками выборки*.

Как отмечалось, под ошибкой выборки понимаются отклонения значений определенных характеристик выборочной совокупности от их значений в генеральной. По *происхождению* ошибки выборки можно классифицировать на:

⇒ *теоретико-методологические*, обусловленные неадекватным представлением об объекте исследования и выработкой неверной стратегии отбора на концептуальном этапе исследования;

⇒ *процедурные*, возникающие при разработке модели выборки;

⇒ *ошибки реализации*, связанные с непосредственным отбором единиц выборочной совокупности.

По *характеру воздействия* на качество выборки различают систематическую и случайную составляющие ошибки выборки.

Систематическая компонента ошибки выборки возникает тогда, когда неверным оказывается сам принцип отбора. Это бывает обычно тогда, когда у исследователя формируется неадекватное представление об объекте исследования. Отсюда — неверный выбор критериев, объема генеральной совокупности, методики отбора единиц наблюдения и т.п. Например при исследовании политических ориентаций населения методика отбора предусматривает выборочный опрос жителей конкретной территории в рабочее время. Ясно, что состав тех жителей, которых встретят в домах интервьюеры днем, по своим базовым (и весьма важным для исследования!) характеристикам будет радикально отличаться от реальных значений этих характеристик всего взрослого населения данного района.

Систематическая ошибка представляет собой постоянную или закономерно изменяющуюся величину, обусловленную действием одной или нескольких причин. Теоретически ошибки, вызываемые различными причинами, могут частично погашать друг друга. Од-

нако практически величина систематической компоненты ошибки выборки не уменьшается с увеличением объема выборочной совокупности. Поэтому опасность систематических ошибок заключается в том, что они вызывают отклонение значений критериев в одну сторону (увеличения или уменьшения). В связи с этим один из основоположников выборочного метода в социологии Дж. Гэллап говорил, что «ошибки в социологических исследованиях возникают не потому, что было опрошено мало людей, а потому, что были опрошены не те люди» (1940 г.).

Одну из специфических причин систематической ошибки выборки образуют так называемые труднодоступные единицы наблюдения. К ним, как правило, относятся младшие возрастные группы, представители редких социально-профессиональных групп (военнослужащие, управленцы, «новые русские», студенты и т.п.), национальностей, наиболее интеллектуально развитая часть населения, которая традиционно негативно относится к заполнению анкет и т.д.

Случайная компонента ошибки выборки обусловлена самим принципом выборки. Ее появление вызвано именно тем, что к исследованию привлекается только часть, а не все множество генеральной совокупности.

В отличие от систематической компоненты случайные ошибки менее опасны, так как они в большей или меньшей степени имеют тенденцию взаимно погашать друг друга. Поэтому величину случайной ошибки можно с помощью определенных методов свести к приемлемому минимуму.

В целом *ошибки репрезентативности* выборки зависят от трех факторов:

⇒ степени однородности генеральной совокупности по конкретному критерию;

⇒ объема выборки;

⇒ метода организации отбора.

Рассмотрим влияние каждого из них в отдельности.

Однородность объекта исследования по какому-либо признаку означает высокую близость или полную идентичность значений этого признака у всех единиц генеральной совокупности. Например, все абитуриенты, поступающие в вузы, образуют полностью однородное множество по признаку наличия у них среднего образования. *Чем выше однородность генеральной совокупности по каким-либо критериям, тем меньшая по объему выборка может обеспечить приемлемый уровень репрезентации.*

Объем выборки связан обратной зависимостью с величиной случайной ошибки: т.е. ее величина тем меньше, чем больше объем выборки. В основе этой зависимости — закон больших чисел. Формулируется он следующим образом: совокупное действие большого числа случайных факторов при некоторых весьма общих условиях приводит к результату, почти не зависящему от случая.

Более строгая математическая формулировка этого закона выглядит так: при больших n среднее арифметическое $Y_n = (x_1 + x_2 + \dots + x_n) / n$ независимых случайных величин x_1, x_2, \dots, x_n , имеющих одно и то же распределение с математическим ожиданием $m = M(x)$, мало отличается от константы m , т.е. при любом сколь угодно малым $\epsilon > 0$ и $n \rightarrow \infty$ вероятность события

$$P \{ |Y_n - m| \leq \epsilon \} = 1.$$

То есть это достоверное событие.

На базе этой теоремы разработана математическая теория выборочного метода, ядро которой составляют теоремы П. Чебышева, А. Ляпунова, Я. Бернулли, С. Пуассона. На ее основе с помощью аппарата математической статистики разработаны формулы, позволяющие определять объемы выборочных совокупностей из множества *случайных событий* при заданных значениях допустимой погрешности.

Некоторые социологи склонны превратно толковать закон больших чисел и стремятся охватить как можно большее число единиц наблюдения, полагая, что этот закон сможет «перемолоть» любые погрешности. Эти социологи испытывают большое почтение к статистическим формулам определения объема выборочной совокупности и доверяют им больше, чем содержательным соображениям, определяемым спецификой исследуемого явления. Однако в широкой практике при оценке объема выборочной совокупности большинство социологов руководствуются зависимостью, эмпирически установленной на основе многолетнего анализа реальных результатов Институтом Дж. Гэллага (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Зависимость между объемом выборки и точностью репрезентации
(уровень достоверности 95%)

<i>Объём выборки</i>	100	200	400	600	750	1000	1500	4000
<i>Точность, %</i>	± 11	± 8	± 6	± 5	± 4	± 4	± 3	± 2

Из этой таблицы, в частности, следует, что добиться отклонения 5% можно уже при объеме выборки 600 ед. Однако ошибка 5% — это граница допустимого диапазона, за пределы которого (по определению) может выйти 5% ед. выборочной совокупности. Поэтому в практике социологии предпочитают иметь определенный запас надежности и за исходный уровень ошибки принимают 3%. При этом базовый объем выборки становится равным 1500 ед. Этот же объем оказывается, как правило, оптимальным и с точки зрения репрезентации (наполненности) малочисленных групп в структуре выборочной совокупности (такими группами часто оказываются студенты, военнослужащие, управленцы и др.).

В зависимости от метода *организации отбора* выборки подразделяются на случайные и неслучайные.

Случайная выборка обеспечивает всем элементам генеральной совокупности равенство шансов попасть в выборку. Реализация этого вида выборки предполагает наличие списков (карточек) и нумерацию всех элементов генеральной совокупности.

В *неслучайных выборках* принцип равенства шансов не соблюдается.

Отбор единиц из генеральной совокупности в выборочную на практике осуществляется двумя способами: а) простым случайным отбором или б) механическим случайным отбором. Реализация любого способа требует учета двух принципов: 1) избегать смещенности результатов и 2) обеспечить минимум величины ошибки при имеющихся ресурсах. В настоящее время единственным способом избежать смещений результатов является строгое соблюдение методики случайного отбора. Соблюдение второго принципа заключается в таком подборе метода отбора, который бы обеспечивал оптимизацию двух факторов: ошибку выборки и величину затрат на ее проведение.

При *простом случайном отборе* каждый элемент генеральной совокупности имеет некоторую отличную от нуля вероятность попасть в выборку. Этот метод может быть реализован по принципу лотереи (который из-за своей чрезвычайной трудоемкости практически никогда не применяется и в социологии имеет исключительно теоретическое значение) или с помощью таблиц случайных чисел. Оба метода предполагают составление списка и предварительную нумерацию всех элементов генеральной совокупности.

Механический случайный отбор является самым распространенным способом. Он предполагает отбор из генеральной совокупности

ти каждого k -го ее элемента. Номер первого элемента может быть определен случайным образом (например по таблице случайных чисел находят первое число в интервале от 1 до k) или же еще проще: по формуле $k/2$. Число k называется шагом систематического отбора и определяется как целая часть от деления объема генеральной совокупности на объем выборки.

$$k = N / n.$$

По сравнению с простым случайным отбором систематический отбор значительно проще и позволяет с большей точностью обеспечивать оптимальный уровень ошибки выборки. Однако необходимо иметь в виду, что этот метод может привести к существенным смещениям результатов, если в генеральной совокупности присутствует цикличность, кратная шагу выборки, или другие тенденции, способные оказывать систематическое влияние на результат. Например, пятиэтажные дома, построенные в 1950—1960-е гг., так называемые «хрущевки», в каждом подъезде имеют по 20 квартир. Если при проектировании выборки k оказывается равным 20 и в объект исследования входят эти дома, то в выборку попадут одинаковые по своим статусным характеристикам квартиры. Понятно, что это приведет к возникновению систематической погрешности.

СТРАТИФИЦИРОВАННАЯ (РАЙОНИРОВАННАЯ, ГНЕЗДОВАЯ) СЛУЧАЙНАЯ ВЫБОРКА

Чисто случайная выборка является идеальной с точки зрения теоретических соображений. Однако в реальной социологической практике, когда в качестве генеральной совокупности используется никак не преобразованный список единиц, образующих объект исследования, простая случайная выборка используется крайне редко. Это вызвано рядом причин:

⇒ отсутствие достоверных и полных сведений о генеральной совокупности (наиболее типичная);

⇒ громоздкость необходимых для ее реализации процедур;

⇒ экономическая и научная неэффективность.

Поэтому в социологической практике используются *модифицированные* случайные выборки. Суть модификации состоит в том, что процедура отбора распадается на несколько последовательных этапов — *ступеней*. На каждой ступени осуществляется структу-

рирование (стратификация) того множества, которое необходимо репрезентировать в выборке.

На первой ступени в качестве исходного множества выступает вся генеральная совокупность, образующая объект исследования. В ней по какому-либо основанию (или нескольким основаниям) выявляется структура (страты, гнезда) и определяется характер связей между ее элементами.

С формальной точки зрения все модификации случайной выборки основаны на известной теореме о сложении дисперсий. В соответствии с ней общая дисперсия может быть представлена как сумма межгрупповой и внутригрупповой дисперсий:

$$\sigma^2_{\text{общ}} = \sigma^2_{\text{м}} + \sigma^2_{\text{в}}.$$

Первый тип модификации случайной выборки основан на уменьшении ошибки выборки за счет уменьшения величины *межгрупповой* дисперсии. Этот способ улучшения случайной выборки означает, что ошибка уменьшается за счет сведения к нулю влияния на ошибку первой компоненты — межгрупповой дисперсии. Второй тип предполагает уменьшение *внутригрупповой* дисперсии. В этом случае исследователь приобретает преимущество за счет того, что дисперсия соотносится не со всей генеральной совокупностью, а только с числом гнезд, попавших в выборку. Первая модификация случайного отбора и получила название районированной (стратифицированной) выборки. Ее преимущественное использование основано на том, что $\sigma^2_{\text{м}}$, как правило, на порядок больше $\sigma^2_{\text{в}}$. Пример — влияние уровня образования на электоральную активность и политические ориентации.

Это — стратификация, предполагающая использование одного признака для выделения страт. При этом сами страты выбираются на основе содержательных соображений и используется пропорциональный отбор. Она называется *одномерной пропорциональной стратифицированной выборкой*.

В 1970—1980-е гг. была проведена большая работа по развитию методов *многомерной стратификации* для априорного описания объекта исследования. Однако их реализация требует высокого профессионализма, связана со значительными материально-техническими затратами и наличием условий, позволяющих обеспечивать приемлемую достоверность отбора. Особую трудность представляет составление списка единиц генеральной совокупности. Вместо одного полного списка приходится состав-

лять несколько, длина которых в сумме равна полному. По этим причинам социологи уже давно перешли к *многоступенчатому случайному отбору*.

При его реализации необходимо выделять промежуточные (первичные) и конечные объекты исследования. Промежуточными объектами в социологических исследованиях чаще всего выступают те территориальные образования или организации, в которых затем выделяются конечные единицы обследования. Применяется в основном 3—5-ступенчатые выборки. На каждой ступени составляется «свой» список промежуточных единиц, из которых и осуществляется случайный отбор. Применение многоступенчатого отбора приводит к тому, что уменьшается численность конечных единиц отбора на каждой ступени.

Многоступенчатый отбор по своей природе является гнездовым. Под *гнездом* понимается тот промежуточный объект исследования, который отбирается на каждой ступени для того, чтобы служить исходной совокупностью для последующего отбора. Поэтому и весь метод многоступенчатого отбора часто называют *гнездовым*.

В качестве гнезд в социологической практике могут выступать регионы (административно-территориальные образования, например, Поволжье, Сев. Кавказ, Урал и т.д.), сферы деятельности (промышленность, сельское хозяйство, транспорт и т.п.), избирательные или врачебные участки, дома, предприятия, учреждения, социально-профессиональные группы, аудитории театров и т.д. При отборе гнезд можно руководствоваться как принципом случайности, так и соображениями, нарушающими этот принцип. Второй случай получил название *«метод типических единиц»* и имеет большее распространение в современной российской социологии. В расчет принимаются экономические (главным образом, финансовые), политические, организационные (наличие профессиональных исполнителей), содержательные и другие соображения. Иногда гнезда (страты) отбираются на основе экспертных оценок.

На последнем этапе гнездовой выборки применяется, как правило, чисто случайный отбор единиц наблюдения.

Гнездовой отбор обладает большими преимуществами перед чисто случайным, особенно — при территориальных выборках. Значительно проще и дешевле проводить отбор и обследование нескольких компактных групп, чем многих десятков и сотен отдельных единиц. Основные рекомендации по реализации гнездового отбора состоят в том, чтобы различия между гнездами были

минимальными, а предпочтение отдавать необходимо большому числу малых гнезд перед малым числом крупных.

НЕСЛУЧАЙНЫЕ МЕТОДЫ ОТБОРА

К данной группе относятся методы отбора, которые не основываются на принципе равенства шансов каждой единицы генеральной совокупности попасть в выборочную. Условия отбора в выборках этого типа определяются исследователем, исходя из самых разных соображений, среди которых часто большую роль играют субъективные.

Основные факторы, которые определяют природу неслучайного отбора, — а) готовность исследователя иметь дело с максимально доступным для него числом единиц генеральной совокупности (фактор доступности); б) стремление максимально гарантировать попадание в выборку тех единиц, которые обладают определенными свойствами (фактор целесообразности).

Первый фактор означает, что социолог готов смириться с тем, что решение о попадании в выборку принадлежит респонденту. Второй фактор означает, что это решение принадлежит именно ему.

Отход от классического принципа случайности, конечно же, не может не вызвать подозрений в правомочности такой выборки. (Именно эти аргументы служили объяснением просчетов в массовых опросах в США в 1940—1950-х гг.). Однако контраргументы выглядят не менее убедительно:

⇒ ограниченность ресурсов, которые далеко не всегда позволяют реализовывать хорошую «самовзвешивающуюся» выборку;

⇒ этические мотивы (ведь роль респондента добровольная, и приходится иметь дело с теми, кто оказывается доступным);

⇒ существенное отличие объектов социальной природы от случайных, что повышает роль и обуславливает неизбежность привлечения при проектировании выборки содержательных соображений.

Если подходить строго формально, то возможные комбинации сочетаний факторов «доступности» и «целенаправленности», определяющие тип неслучайной выборки, можно представить в виде табл. 3.2.

A и *B* — те случаи, когда социолог руководствуется главным образом соображениями доступности. Отличие состоит в том, что для случая *A* респонденты определяются заранее, а в случае *B* в

Типология неслучайных методовбора

Фактор доступности	Фактор целенаправленности	Влияние исследователя на состав выборки		
		мини- мально	средне	макси- мально
Включение в выборку от респондента: почти не зависит		<i>A</i>	<i>C</i>	<i>E</i>
зависит		<i>B</i>	<i>D</i>	<i>F</i>

процессе самого опроса. Это типы так называемой «доступной выборки». В нее попадают респонденты преимущественно из тех, кто оказывается «под рукой», по достаточно расплывчатым признакам («знакомые», «коллеги», «демократы» и т.п.). Как правило, эти типы выборки используются в пилотажных исследованиях. К ним приходится обращаться и тогда, когда изучаются достаточно интимные стороны жизни людей (здесь очень высока доля отказов от участия в исследовании).

Весьма важная сфера применения доступной выборки — изучение причинно-следственных связей, в основе которых — материалы монографических исследований различного типа (эксперимент, наблюдение, глубинные интервью). Как правило, в них изучаются социальные процессы, имеющие широкое распространение и инвариантные к социально-демографическим или каким-либо другим системообразующим факторам. Интерпретация полученных таким образом материалов требует тщательного обоснования границ репрезентации содержательных выводов.

Вариант С характерен тем, что респондент для исследования подбирается из соображений доступности, но право включения его в состав выборки принадлежит социологу. Здесь влияние социолога на состав выборочной совокупности весьма велико.

Вариант D отличается от *C* тем, что решение на участие в исследовании принадлежит респонденту. По этой причине выборку, образованную этим способом, часто называют *стихийной*. Такая выборка реализуется при почтовых и прессовых опросах.

Для **варианта E** в отличие от предыдущих решающим при формировании выборки оказывается фактор целенаправленности. Здесь социолог, не полагаясь на капризы случая, сам определяет тех, кто должен быть включен в состав выборки. Чаще всего этот способ реализуется в виде квотного отбора.

Квотный отбор должен обеспечить почти полное совпадение значений критериальных характеристик выборочной и генеральной совокупностей. При этом объем выборки оказывается существенно меньшего объема, чем при чисто случайном отборе. Именно это является решающим положительным фактором данного варианта, когда нет достаточных возможностей получения самовзвешивающейся случайной выборки. Одно из привлекательных следствий — дешевизна этого способа отбора.

Важнейший принцип квотного отбора состоит в том, что критерии отбора должны высоко коррелировать с исследуемыми свойствами объекта исследования. При невыполнении данного принципа квотная выборка дает резкие искажения характеристик генеральной совокупности. К числу таких критериев относятся, как правило, социально-демографические характеристики. Выбор этих характеристик в качестве критериев обусловлен тем, что, во-первых, они действительно являются ключевыми в подавляющем большинстве предметных областей социологических исследований, а, во-вторых, именно для них имеется возможность получать достаточно надежную, достоверную и актуальную статистику (надо заметить, что в современной России эта возможность все больше и больше приобретает статус потенциальной).

При квотном отборе используют обычно 3—4 критериальных характеристики. Увеличение их числа сильно усложняет его реализацию, так как это означает увеличение числа ограничений, которое необходимо соблюдать при ее формировании. Большое число ограничений увеличивает трудности формирования структуры выборочной совокупности, удовлетворяющей требованиям репрезентации.

Другой важный принцип квотного отбора — независимость критериев. Его несоблюдение приводит к нерациональным затратам сил и средств.

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КВОТНОЙ ВЫБОРКИ

Квотный отбор применяется в априорном и апостериорном варианте. Наиболее распространен априорный вариант. По сути дела, это результат проектирования выборки, который реализуется в процессе проведения сбора эмпирии.

Апостериорный вариант квотной выборки применяется на стадии контроля качества уже собранной эмпирической фактуры и представляет собой корректировку параметров выборки в соот-

ветствии с заданными критериями генеральной совокупности. Технически это выглядит как проведение выборки из выборки. Эту процедуру часто называют «ремонтом выборки». При этом объем выборочной совокупности уменьшается, иногда довольно заметно. Однако в некоторых случаях ее объем может превысить исходный. Это происходит тогда, когда выявляется нехватка единиц, представляющих редкие, но очень важные для содержательного анализа типологические группы. Их общий объем тогда искусственно увеличивается по принципу «весов» в необходимое число раз. Во столько же раз увеличивается и общий объем выборки.

ПРОБЛЕМЫ КВОТНОГО ОТБОРА

Однозначно положительного мнения о квотном отборе пока еще не сложилось. У него есть как сторонники, так и противники. Основные проблемы, определяющие предмет дискуссии, состоят в следующем.

1. Необходимость твердой уверенности в высокой корреляции критериев и исследуемых свойств. Этот метод для своего корректного применения требует еще более тщательного предварительного изучения объекта исследования, чем при проектировании стратифицированной многоступенчатой выборки. При отсутствии уверенности в наличии тесных связей между критериями и исследуемыми свойствами применение квотного метода весьма рискованно.

2. Обязательное наличие актуальной достоверной информации о генеральной совокупности.

3. Техника отбора. Предоставление интервьюерам свободы в выборе респондентов может привести к формированию «доступной выборки». (Известна склонность интервьюеров опрашивать знакомых, коллег, соседей, с высоким образовательным уровнем и т.д.). Существует и опасность, связанная с поисками «последних» (редких) респондентов, в результате чего интервьюер может пойти на фальсификацию.

Как видно, названные опасности квотного отбора вполне устранимы, а его широкое использование в социологической практике есть практическое доказательство заложенных в нем преимуществ.

Кроме квотного отбора существуют и другие разновидности реализации целевой выборки по варианту *Е*. Например, при формировании состава участников эксперимента, для которого

необходимы люди, обладающие определенными свойствами. Он применяется также при формировании контрольных групп при проведении эксперимента. (Один из приемов — «точечный метод»: подбор для каждого члена экспериментальной группы соответствующего ему по заданным критериям респондента в контрольной группе). Этот вид целевой выборки применяется и при отборе экспертов. Для этого используются их объективные характеристики, тестирование, взаимный отбор кандидатов в эксперты, самооценки самих кандидатов.

Метод *типических единиц* — разновидность целевой выборки по варианту Е, при которой отбираются не респонденты, а территориальные единицы, предприятия, учреждения по определенным критериям.

Метод *«снежного кома»* — разновидность экспертной выборки, при котором респонденты (они же выступают в роли экспертов-информаторов) сообщают имена других потенциальных респондентов, которые обладают необходимыми характеристиками. Ценность этого метода особенно велика, когда необходимо участие «редких единиц» (например, ученых с очень узкой специализацией).

Пример проектирования квотной выборки для конкретного региона представлен в приложении 1. Методика реализации выборки — см. приложение 2.

Вариант F в социологической практике — явление исключительно редкое. Гораздо чаще он встречается в реальной жизни (например, всевозможные «конкурсы красоты»).

Из всех видов неслучайного отбора наибольшее распространение получили квотная и стихийная выборки.

В социологической практике обычно используются комбинированные варианты проектирования и реализации выборки. Преобладает вариант многоступенчатой стратифицированной квотной случайной выборки. При этом каждая последующая страта (гнездо) выбирается, как правило, неслучайным образом. Исходят из соображений содержательного, организационного, ситуативного порядка или каких-либо других. Однако на последней ступени принцип случайности соблюдается весьма тщательно. Полученный таким образом массив подвергается обязательному «ремонту», т.е. реализуется апостериорный вариант квотной выборки. Схематически это показано на рис. 3.1.

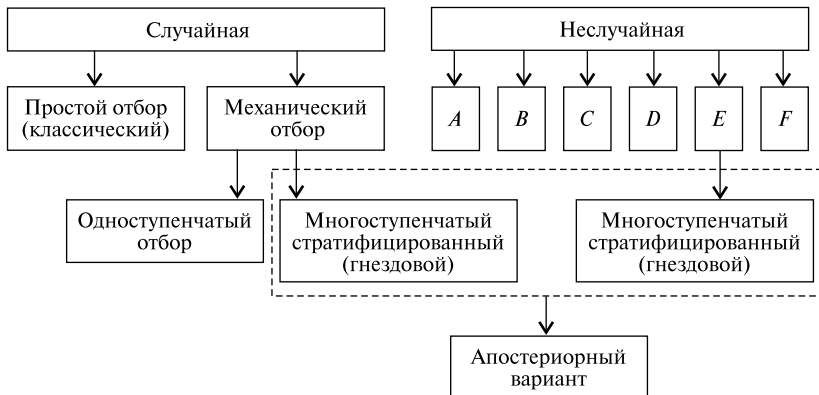


Рис. 3.1 Типология и структура практической реализации выборки

МНОГОФАЗНЫЕ ВЫБОРКИ

Эти виды выборки используются в многофазных исследованиях, когда одна и та же генеральная совокупность с определенными интервалами времени изучается несколько раз. Чаще всего применяются двухфазные выборки. Они отличаются друг от друга по трем критериям:

⇒ доле единиц первой фазы, включенных во вторую и последующие;

⇒ уровню соблюдения принципа равенства шансов каждой единицы выборки первой фазы попасть во вторую;

⇒ величине интервала времени, отделяющего фазы друг от друга.

В зависимости от того, имеется ли общая часть выборок разных фаз, можно графически представить следующие ситуации (рис. 3.2).

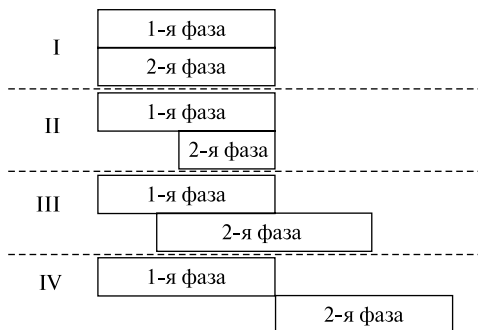


Рис. 3.2. Варианты двухфазных выборок

Вариант I с коэффициентом замены $u = 0$ представляет собой чистое панельное исследование. Его практическая реализация чрезвычайно сложна. Используется в социологии весьма редко. Варианты II и III с коэффициентом замены $0 < u < 1$ — промежуточные.

Вариант II представляет собой наиболее типичный случай реализации панельного исследования, когда производится выборка из выборки. Использовались еще российскими земскими статистиками. По узкой программе обследовались все хозяйства, по более сложной — только определенная часть. Этот же тип выборки применялся при телевизионных опросах жителей Москвы в 1992—1995 гг. службой «Мнение».

По этому же варианту проводятся «когортные» исследования, когда в выборку первой фазы попадают лица, у которых в один и тот же период произошло важное событие (рождение в один и тот же год, заключение брака, окончание школы и т.п.).

Вариант III — особый тип панельного исследования, при котором к объему выборки предъявляются жесткие требования. Поэтому недобор респондентов из числа первой фазы должен быть обязательно восполнен другими, но при этом критериальные характеристики выборки остаются неизменными.

Вариант IV с коэффициентом замены $u = 1$ — повторное исследование. Он получил в социологии широкое распространение, так как обладает рядом преимуществ по сравнению с первым и вторым вариантами панельного исследования:

⇒ не требует сложной организационной работы для обеспечения постоянного состава;

⇒ уменьшается число отказов респондентов участвовать в опросе;

⇒ отсутствует эффект влияния первой фазы на результаты второй.

ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

I. Одна из главных проблем — *недостоверность или отсутствие информации о генеральных совокупностях:*

а) репрезентирующих население России и регионов (в основном, это касается социальной и профессиональной структуры, уровня материального расслоения, реального уровня безработицы, уровня доходов, национально-этнической напряженности и т.п.);

б) обеспечивающих маркетинговые исследования (зоны распространения товаров, их клиентура, структура населения по уровню и направлениям покупательского спроса и способности).

Способы решения:

1. Отказ от квот.
2. Ужесточение элементов случайности в процедурах.
3. Обеспечение актуального состояния большой базы адресов, допускающей возможность 3—4-кратной ротации в течение года.
4. Применение 30%-ного перебора объема выборки.
5. Предварительная рассылка писем.
6. Использование принципа: «Замена — хуже, чем недобор».

II. Увеличение причин погрешностей:

1. Отказы. 2. Ошибки в адресах. 3. Все большая часть людей не живет по месту прописки. 4. Прерванные интервью. 5. Многократная недоступность респондента.

Способы преодоления:

- а) тотальный контроль;
 - б) требование подробного отчета о причинах недоступности;
- Эти способы снижают ошибки примерно в 1,5 раза.

III. Недостаточно оптимальная структура статей расхода по обеспечению выборки. Необходима ее отработка и совершенствование.

НЕКОТОРЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРАВИЛА РЕАЛИЗАЦИИ ВЫБОРКИ

В стратифицированных гнездовых выборках главная — последняя ступень. Под нее необходимо закладывать множество надежных инфраструктур организации и контроля.

Хорошими интервьюерами оказываются женщины с высшим техническим образованием среднего возраста (их сейчас много среди безработных).

Идеальным решением проблемы выборки представляется разработка классической многоаспектной выборки, которую необходимо всякий раз корректировать в подвыборку в зависимости от конкретной ситуации. В итоге должна быть ежегодно обновляемая база конкретных адресов, которые ротируются в течение года. При

этом объем выборки при каждой ротации не должен превышать 30%-ного уровня.

При отборе респондентов в семье целесообразно опрашивать всех, а потом полученную выборку перевзвешивать.

Эмпирические зависимости:

65% респондентов находятся с первого раза.

75% респондентов находятся всегда.

18% респондентов не находятся никогда.

Доля доступных респондентов приблизительно постоянна. Если ориентироваться только на них, то ошибка выборки: 5,5—5,7%.

При телефонных опросах недоступные номера телефонов передаются интервьюерам высшей квалификации. Если и у них ничего не получается, то по соответствующему адресу высылается «группа захвата».

При апостериорной коррекции необходимо учитывать не только квоты, но и долю отказников.

Для повышения точности выборочных исследований необходимо вести тщательный учет доли (веса) влияния каждого вида ошибок в общем результате. В конце концов должен появиться «Банк ошибок выборки», с указанием веса каждой из них.

§ 4. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ

К основным способам получения эмпирической информации в социологии относятся: наблюдение, анализ документов и опрос.

В широком смысле наблюдение — это способ познания окружающего нас мира. Мы оставляем за пределами рассмотрения так называемое обыденное наблюдение, т.е. произвольную деятельность человека, с помощью которой он получает сведения об окружающем мире. Научное наблюдение отличается от обыденного, во-первых, тем, что оно направлено на достижение определенной цели — преднамеренного получения специфической информации о конкретных сторонах исследуемого объекта, а, во-вторых, что оно проводится по определенной системе, планомерно, с включением в состав его процедур элементов контроля.

Общепринятого понимания термина наблюдения еще не сложилось. Так, в статистике под наблюдением понимают любую полевую процедуру (опрос, сбор документальной информации, визуальное наблюдение), противопоставляя его косвенному получению сведений из литературных источников.

В социологии *под наблюдением понимается направленное, систематическое, непосредственное визуальное и слуховое восприятие и регистрация значимых с точки зрения целей исследования явлений (ситуаций, процессов), подвергающиеся контролю и проверке.*

Наиболее важной характеристикой наблюдения является непосредственность. В.А. Ядов, в частности, выдвигает это качество наблюдения как его главную и единственную характеристику: «Наблюдение — прямая регистрация событий очевидцем»¹. Он, таким образом, противопоставляет его получению сведений из вторых рук. Понятно, что при прочих равных условиях исследователь всегда отдаст предпочтение непосредственному (прямому) наблюдению.

Однако в широкой обыденной и научной практике прямое наблюдение не всегда возможно. Большинство наших знаний о мире базируется на сведениях, полученных другими людьми. Мы неизбежно вынуждены пользоваться знаниями «из вторых рук». Поступая таким образом, мы вынуждены также мириться с тем,

¹ Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология, программа, методы. М., 1987. С. 110.

что вместе с интересующей информацией мы получаем и значительную долю субъективных наслоений, случайных, небрежных впечатлений их авторов. Поэтому критическая проверка достоверности результатов наблюдений, полученных другими авторами, является необходимой и обязательной характеристикой научного наблюдения.

Главными преимуществами непосредственного наблюдения является то, что оно:

⇒ позволяет фиксировать особенности поведения людей не по их воспоминаниям и интерпретациям, а в момент их проявления;

⇒ дает возможность получать сведения независимо как от умения респондента описать словами свое поведение, так и от того, желает ли он вообще говорить что-либо о своем поведении.

Достоинствами социологического наблюдения является отсутствие опосредующих звеньев между исследователем и объектом наблюдения, а также возможность воспринимать изучаемые явления и процессы оперативно, в момент их возникновения, в конкретном контексте окружающей обстановки, что помогает более полно и достоверно интерпретировать их смысл. Такая информация недоступна для получения другими методами. Преимуществом метода наблюдения является также то, что он позволяет преодолевать препятствие, возникающее иногда при методе опроса — языковой барьер.

Наряду с несомненными достоинствами социологическое наблюдение имеет и довольно существенные *недостатки*, многие из которых являются продолжением его достоинств.

⇒ Принимая активное или пассивное участие в наблюдаемом процессе, социолог вольно или невольно оказывает влияние на естественный ход этого процесса, вмешивается в него и, таким образом, искажает его характер.

⇒ Наблюдению всегда доступна лишь часть из интересующей совокупности явлений. Поэтому оно всегда локально, носит ограниченный в пространстве и времени характер.

⇒ Имеются большие проблемы, связанные с фиксацией результатов наблюдения. Как правило, результаты наблюдения далеко не всегда могут фиксироваться в процессе самого наблюдения, так это вызывает беспокойство, а иногда раздражение на людей, участвующих в наблюдаемых процессах. Чаще всего результаты наблюдения регистрируются после непосредственного восприятия события. Следствие состоит в том, что забываются и оказываются

не зафиксированными некоторые штрихи и детали, и, наоборот, в записях могут появиться не происходившие события или характеристики, вызванные ассоциативным восприятием наблюдателя. Причем выявить как те, так и другие в подавляющем большинстве случаев оказывается совершенно невозможным.

⇒ Далеко не все социальные явления поддаются непосредственному наблюдению. Например, семейные отношения, поведение людей в критических ситуациях и т.п.

Основные *трудности*, связанные с проведением непосредственного наблюдения можно разделить на три группы:

- неадекватность и ограниченность наших органов чувств;
- смешение результатов наблюдения с выводами;
- влияние взаимодействия между наблюдателем и объектом наблюдения.

По этим причинам наблюдение используется в комплексе с другими методами сбора информации, в первую очередь — с опросом, на разных этапах организации исследовательского процесса.

Наблюдение применяется на подготовительной стадии пилотажного исследования, когда надо составить представление об объекте исследования, уяснить или уточнить проблему, сформулировать предварительную рабочую гипотезу и т.д.

Наблюдение может служить для проверки данных, полученных другими методами (например при опросе).

Наблюдение может использоваться в исследованиях экспериментального плана для фиксации изменений в экспериментальной группе на основе логического анализа выявленных связей.

Самостоятельное использование метода наблюдения как метода сбора первичной информации возможно, когда нет жестких требований к репрезентативности выборочной совокупности.

Наблюдение можно классифицировать по следующим основаниям:

- уровню формализации самой процедуры наблюдения (стандартизированное и нестандартизированное);
- положения наблюдателя относительно наблюдаемого объекта (включенное и невключенное);
- условиям организации наблюдения (полевое и лабораторное);
- регулярности проведения (систематические, эпизодические, случайные).

При *нестандартизированном наблюдении* целью является лишь общее описание исследуемых процессов и явлений и, что самое главное, описание общей атмосферы, в которой находится на-

блюдаемый объект. Успех этого вида наблюдения зависит от квалификации наблюдателя, поскольку он не имеет строгого плана и лишь главный объект определен заранее. Здесь очень сильно может проявиться элемент субъективного отношения наблюдателя к объекту. Как правило, этот вид наблюдения применяется в монографических исследованиях, исследованиях разведывательного плана или на начальных этапах полномасштабного социологического исследования.

Стандартизированное наблюдения имеет целью получение гораздо более точной картины объекта исследования, проверку имеющихся гипотез. Это обеспечивается тем, что исследователь заранее определяет номенклатуру фиксируемых характеристик изучаемой ситуации и именно на них сосредотачивает свое внимание. Для этого применяют и элементы контроля. Контроль, как правило, осуществляется путем увеличения числа наблюдений и сравнения получаемых результатов, а также через интенсификацию наблюдения — проведением серии наблюдений за одним и тем же объектом.

При *невключенном наблюдении* исследователь остается как бы в стороне от наблюдаемой ситуации, не принимает участия в деятельности наблюдаемых людей. Он не вмешивается в ход событий и не задает вопросов. Применяется на разведывательном этапе монографических исследований, для описания общей социальной обстановки. С его помощью фиксируются факты открытого поведения. Присутствие наблюдателя может оказывать возмущающее воздействие на объект наблюдения. В этом его основной недостаток.

Включенным называется такой вид наблюдения, при котором исследователь в той или иной степени включен в изучаемый объект и, находясь в непосредственном контакте с наблюдаемыми, принимает участие в их деятельности. Таким образом, наблюдатель сам становится частью наблюдаемой ситуации. Он одновременно сам влияет на ситуацию и подвергается ее влиянию. Основным смысл включенного наблюдения — сближение смыслов происходящих событий для наблюдателя и наблюдаемых. Ведь посторонний (невключенное наблюдение) далеко не всегда может точно знать, что скрывается за теми или иными происходящими событиями. Включенное наблюдение подразделяется на *скрытое* (инкогнито) и *открытое* (исследуемым известны цели и задачи исследования).

Степень включенности наблюдателя в исследуемую ситуацию может колебаться в широком диапазоне: от наблюдения «пассив-

ного», которое стоит близко к невключенному и сходно с наблюдением через стекло, прозрачное лишь для наблюдателя, до наблюдения «активного», когда наблюдатель до такой степени сливается с исследуемой группой, что наблюдаемые начинают принимать его за «своего» и соответственно к нему относиться.

Включенное наблюдение требует определенного периода адаптации наблюдателя к коллективу. Срок адаптации длится обычно от 4—5 дней до 2—3 недель и зависит от личностных качеств наблюдателя, его пола, возраста, а также от состояния морально-психологической атмосферы в изучаемой социальной группе.

Один из основных недостатков включенного наблюдения — возможная опасность того, что наблюдатель настолько войдет в роль участника событий и членов изучаемой группы, что это скажется на объективности получаемого материала и его интерпретации. (В. Уайт в Америке 1930-х гг. вошел в члены итальянской преступной группы. В. Ольшанский в Ленинграде в 1960-е гг. работал сборщиком аппаратуры на заводе). Включенное наблюдение хорошо контролируется увеличением числа наблюдателей. Это дает возможность сличать получаемые сведения.

Систематическое наблюдение характеризуется строго регламентированным графиком фиксации четко обусловленных явлений и процессов. Оно позволяет выявить динамику изучаемых процессов, значительно повысить достоверность экстраполяции выявленных закономерностей.

Эпизодическое наблюдение отличается от систематического тем, что регламент регистрации изучаемых процессов строго не определяется. Устанавливается либо общее число наблюдений, либо определяются лишь некоторые моменты времени их проведения.

Случайным называется такое наблюдение, при котором номенклатура наблюдаемых характеристик и процессов заранее не определяются, а фиксируются лишь интересные, по мнению исследователя, факты. Как самостоятельная процедура сбора первичной информации этот вид наблюдения обычно не планируется.

Полевое наблюдение проводится в естественной обстановке, реальной жизненной ситуации. Получаемые сведения отличаются чистотой и достоверностью. Недостаток полевого наблюдения — воздействие на всех участников разнообразных внешних факторов, не характерных для изучаемой ситуации (случайное отсутствие каких-либо аксессуаров, проблемы, возникающие вне сферы производства, и т.д.). Используется в разведывательных и аналитических исследованиях.

Лабораторное (клиническое) наблюдение — такой вид наблюдения, при котором условия окружающей среды определяются и контролируются исследователем. Его цель состоит в фиксации изменений, которые происходят в результате действия экспериментальных факторов. Наблюдаемые могут приглашаться в отдельные помещения, где организуется их деятельность, результаты которой фиксируются наблюдателем. Могут применяться различные технические вспомогательные средства. Сам факт проведения лабораторного наблюдения, новая обстановка оказывает возмущающее воздействие на испытуемых, влияет на достоверность получаемых материалов. Применяется в экспериментальных исследованиях и для проверки гипотез.

Для проведения наблюдения разрабатывается *программа*, включающая все основные элементы структуры программы социологического исследования. В процессе ее разработки анализируется проблемная ситуация, вскрываются ее особенности: определяются цели и задачи наблюдения, устанавливаются его объект и предмет, разрабатываются система гипотез, понятийный аппарат, обосновываются содержательные категории и проводится их операционализация. Каждое операциональное понятие становится единицей наблюдения. Определяются способы фиксации материалов наблюдения и характер их последующей обработки.

Программой регламентируются действия главного действующего лица — наблюдателя. Он должен четко уяснить задачу своей работы. Кроме того он должен обладать определенными качествами: уметь находить общий язык с людьми, быть общительным, ненавязчивым, уметь контролировать свои действия, чтобы их влияние на наблюдаемую ситуацию было минимальным. Он также должен уметь отделять наблюдаемые факты от их следствий, не путать их с их интерпретацией. Ему необходимо обладать способностью сосредоточивать свое внимание только на тех явлениях и процессах, которые определены программой наблюдения. В определенной степени он должен владеть актерскими навыками, так как часто ему приходится выступать в русле «легенды», составленной для него в соответствии со спецификой изучаемой ситуации.

Процесс социологического наблюдения состоит из трех этапов: подготовительного, полевого и заключительного.

В ходе *подготовительного* этапа разрабатывается программа наблюдения, составляется сетевой график, оформляются дневники наблюдения. Проводится инструктаж и подготовка наблюдателей.

В течение *полевого* этапа проводится собственно процедура наблюдения, фиксируются его результаты. Проводится (если необходимо) его коррекция.

На *заключительном* этапе полученная эмпирическая информация обрабатывается, анализируется и оформляется в виде содержательных документов.

Ниже представлены реальные варианты бланков наблюдения.

БЛАНК **формализованного описания мероприятия, «события»**

1. Место проведения:

- 1 — специальное помещение
- 2 — площадь в городе, стадион и т.п.
- 3 — предприятие
- 4 — другое

2. Частота:

- 1 — ежедневно
- 2 — 2—3 раза в неделю
- 3 — еженедельно
- 4 — ежемесячно
- 5 — реже

3. Количество собирающихся:

- 1 — меньше 100 человек
- 2 — 101—200 человек
- 3 — 201—500 человек
- 4 — 501—1000 человек
- 5 — больше 1000 человек

4. Форма сообщения о мероприятии:

- 1 — по ТВ
- 2 — по радио
- 3 — местная газета
- 4 — афиша
- 5 — плакаты
- 6 — другой способ

5. Форма организации мероприятий:

- 1 — специальное оформление места
- 4 — присутствие конкурента со свитой, доверенными лицами
- 2 — музыкальное сопровождение, артисты
- 5 — без конкурента — одни доверенные лица
- 3 — присутствие конкурента (один)
- 6 — что-то дарят, продают
- 7 — другое

6. Содержание речи:

- 1 — производство, экономика

2 — социально-экономические проблемы (безработица, миграция)

3 — общественная жизнь, культура

4 — социальная сфера

5 — экология

6 — нравственность

7 — идеология

8 — политика

9 — криминальная жизнь

10 — другое

7. Реакция присутствующих:

1 — позитивная

2 — нейтральная, равнодушная

3 — отрицательная

4 — другое

8. Кто проводит (Ф. И. О. фигурантов):

1 —

6 —

2 —

7 —

3 —

8 —

4 —

9 —

5 —

10 —

ИНФОРМАЦИЯ

о группе поддержки другого кандидата

1. Имя кандидата:

1 —

6 —

2 —

7 —

3 —

8 —

4 —

9 —

5 —

10 —

2. Формы работы:

1 — Распространение биографических данных и программы кандидата

2 — Митинги в поддержку кандидата

3 — Митинги с участием кандидата

4 — Шествие по городу с транспарантами и скандированием лозунгов в поддержку кандидата

5 — Распространение листовок с призывами голосовать за кандидата

6 — Распространение листовок, дискредитирующих оппонентов кандидата

7 — Расклейка плакатов

8 — Работа «Листовки — в почтовый ящик»

9 — Работа через городских пикетчиков, агитаторов

10 — Агитатор — в квартиру

11 — Публикации в прессе

12 — Выступления по радио

13 — Выступления на ТВ

3. Содержание:

1 — экономика

2 — политика

3 — социальные проблемы

4 — экология

5 — безопасность

6 — другое

4. Формы дискредитации фигуранта:

1 — клевета

2 — осмеяние

3 — устрашение

4 — клевета на окружение

5 — осуждение стиля работы

6 — наклеивание ярлыков

7 — другое

5. Численный состав группы:

1 — до 5 чел.

2 — 6—10 чел.

3 — больше 10 чел.

6. Степень опасности для нас:

1 — высокая

2 — средняя

3 — нет опасности

7. Интенсивность работы:

1 — высокая

2 — средняя

3 — нет опасности

8. Степень использования СМИ:

1 — высокая (ежедневно хотя бы где-то)

2 — средняя (2—3 раза в неделю)

3 — низкая (1 раз в неделю и реже)

9. Степень влияния на аудиторию:

1 — высокая

2 — средняя

3 — низкая

§ 5. МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ

Подавляющее большинство событий человеческой жизни, фактов деятельности больших и малых социальных групп и организаций, событий, затрагивающих интересы и влияющих на судьбы людей, находят свое отражение в той или иной материальной форме. Как правило, это документы, в которых сведения зафиксированы на каком-либо материальном носителе. Поэтому ни одно сколько-нибудь серьезное исследование социальной жизни не может обойтись без привлечения документов как источников эмпирической информации.

Без преувеличения можно сказать, что использование документов является обязательным правилом в любом социологическом исследовании. Даже при проведении сугубо прикладных и краткосрочных экспресс-опросов социолог должен использовать статистические материалы для проектирования выборочной совокупности. В силу того, что работа с документами играет чрезвычайно важную роль в социологической науке, способы поиска и отбора документов, формирования документальной базы исследования, методы их анализа выделались в отдельный раздел в системе методов получения эмпирической информации. Методы анализа документов по своей популярности и значимости уступают только методам опроса, а в некоторых направлениях социологии (например, промышленная социология, социально-профессиональная мобильность, маргинализация и др.) являются преобладающими.

Объективные факторы широкого использования документальных сведений в социологии состоят в следующем.

1. Какие бы сферы социальной жизни ни изучал социолог, он никогда не сможет составить о них адекватного, целостного представления, если не привлечет к анализу документальные материалы.

2. Сведения, содержащиеся в документах, иногда могут дублировать эмпирические данные, полученные другими методами. Поэтому они могут служить средством контроля их достоверности.

3. Информация, полученная из документальных источников, как правило, может выявить такие стороны исследуемых процессов, которые оказываются недоступными для других средств.

Сам термин «документ» определяется в специальных нормативных актах как средство фиксации каким-либо способом информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека на специальных (в социологии — на любых) материальных носителях. В качестве документов могут выступать: рукописный, машинописный или печатный текст, стенограмма, магнитофонная запись, фотографии, рисунки, кинофильмы, видеозаписи и т.п.

Документы можно классифицировать по разным основаниям. При этом главным критерием является форма, в которой фиксируется в нем информация, и его достоверность. Именно от формы документа зависит, для каких целей он может быть использован.

В зависимости от *способа фиксации* информации различают:

- *письменные документы* — все виды печатной и рукописной продукции. Например, книги, письма, пресса, статистические и другие фактографические издания и т.п.;
- *фонетические*, т.е. рассчитанные на слуховое восприятие (радио-, грамофонные, магнитофонные, лазерные и компьютерные аудиозаписи);
- *иконографические документы*, т.е. воспринимаемые визуально (видео-, фото-, кинодокументы, картины, гравюры и т.п.).

В зависимости от *статуса источника* документы делятся на:

* *неофициальные*, т.е. такие, которые созданы отдельными лицами и не являются официальными. Иначе они называются еще документами личного происхождения (в отличие от личных документов, которые, как правило, являются официальными и удостоверяют личность их владельца). К ним относятся личные письма, семейные альбомы, дневники, т.е. все то, что фиксируется частными лицами по собственной инициативе;

- *официальные документы* создаются юридическими или официальными (должностными) лицами государственных или общественных организаций и оформляются и удостоверяются надлежащим образом. Например, в учреждении к официальным документам относятся: 1) текущая, входящая и исходящая документация; 2) документы периодической отчетности — месячные, квартальные, годовые справки, отчеты; 3) ведомости; отчеты, обзоры, доклады, не являющиеся периодическими; 4) архивные документы постоянного и временного хранения.

С точки зрения *мотивации создания* документы делятся на:

- *спровоцированные (заданные)*, т.е. такие, которые появились как результат выполнения каких-либо заданий. Например, сочинения школьников на заданную тему, видеоролики, присланные на конкурс «Сам себе режиссер», отклики (письма, телефонные звонки) на какой-либо конкурс и т.п.;
- *неспровоцированные (самопроизвольные) документы*, созданные вне зависимости от каких-либо стимулов. К ним относятся все документы личного происхождения. Письма и обращения в различные инстанции, СМИ, личная переписка, дневники, мемуары, заметки на полях книг и т.п.

По критерию *опосредованности* документы бывают:

- *первичные*, созданные непосредственным участником или очевидцем события (для неофициальных документов), или основополагающие официальные (государственные законы, приказы и т.п.);
- *вторичные документы* создаются на основе обобщения первичных. К ним относятся обзоры, реферативные издания, аналитические справки и т.п.

По критерию *авторства* документы делятся на *индивидуальные*, созданные одним автором, и *коллективные*, созданные несколькими авторами или группой.

Необходимая документальная база социологического исследования (количество, номенклатура, виды привлекаемых к анализу документов) определяется проблемой, объектом, предметом и задачами исследования, а также ресурсными возможностями самого исследователя.

Методы анализа документальных источников делятся на две основные группы: неформализованные (традиционные, качественные) и формализованные (качественно-количественные, из которых главным является контент-анализ).

Неформализованные методы анализа содержания документов представляют собой обычное «понимающее» восприятие текста (изображения, звука) и интерпретацию его смысла на основе общих логических правил с учетом критериев, обусловленными задачами исследования. Такой анализ неотделим от личности исследователя. Поэтому его результаты радикально зависят от уровня знаний, профессионализма, интуиции и способностей исследователя, его психологических особенностей и мировоззренческих позиций, его эмоционального состояния и т.д. Легко понять, что качественный анализ включает в себе потенциальную возмож-

ность субъективных смещений в восприятии и интерпретации документов. Причинами таких смещений могут быть:

⇒ психические особенности исследователя (устойчивость внимания, памяти, утомляемость и т.п.);

⇒ неосознаваемые защитные психические реакции на содержание документов (выделение «приятных» и пропуск «неприятных» фрагментов);

⇒ большие объемы анализируемых документов (эффект «замыливания» внимания с ростом объема документов).

Именно с целью преодоления таких смещений, снижения уровня субъективизма начали разрабатываться приемы формализованного (стандартизированного) анализа документов. Важной предпосылкой их развития стала усиливающаяся информатизация общества, увеличение численности источников и объемов информации, развитие средств коммуникации и связанная с ней массовизация информационных процессов, что вызвало необходимость анализировать большие объемы циркулирующей в обществе информации. Поэтому методы формализованного анализа содержания документальных источников впервые возникли в сфере исследований средств массовой коммуникации, и в первую очередь — газет и журналов. Разработанный в результате метод *контент-анализа* первоначально использовался для исследования средств массовой информации. Однако постепенно он получил распространение и стал использоваться для анализа всех видов документов. Выявились и его *ограничения*. Стало, в частности, ясно, что его применение имеет смысл и дает эффект лишь в том случае, если:

⇒ объект исследования представлен большим объемом однородных документов;

⇒ важные для целей исследования элементы содержания встречаются в документах с достаточной частотой.

Выявились и те принципы, которым по необходимости должен удовлетворять метод контент-анализа. Это объективность, систематичность и обобщенность.

Принцип объективности означает независимость идентификации элементов содержания и последующей их классификации от субъективного мнения аналитика. Объективность обеспечивается скрупулезно точным и максимально однозначным определением категорий и единиц анализа, чтобы разные аналитики, применяя эти единицы к одинаковому содержанию, получали бы одинаковый результат.

Есть мнение, что наилучшие результаты дают компьютерные программы контент-анализа. В их основе — чисто формальные критерии, использующие ключевые слова и их сочетания. Предполагается, что использование машин снижает субъективность проведения этой процедуры. Однако достигнутые якобы на этом пути «успехи» сильно преувеличены. Исследователь социального мира никогда не должен забывать, что его полноценное изучение по определению не может быть не субъективным. Только на пути учета всех параметров содержания (контекстов, надтекстов, ситуационных и других аспектов и т.п.) можно надеяться на получение адекватных результатов процедуры контент-анализа. Поэтому уповать на компьютерные чудеса серьезному аналитику не следует. Выше уже отмечалось, что субъективный элемент неустраним из анализа социального мира, что именно благодаря этой субъективности только и можно надеяться на получение нового знания.

Существуют способы контроля достоверности результатов контент-анализа, например контроль «в две руки». Один и тот же документ анализируется двумя кодировщиками, а полученные результаты сравниваются. Если расхождения не превышают 5%, считается, что методика устойчива и ее можно использовать в дальнейшем. Однако полной формализации поддается существенно меньшая часть содержания документальной информации. Поэтому самый надежный способ получения достоверных результатов контент-анализа — привлечение к этой процедуре квалифицированных сотрудников, способных *творчески*, а не механически выполнять свою работу.

Принцип систематичности состоит в том, что весь привлеченный к анализу массив документов обрабатывается по единой методике. Не допускается привлечение к анализу близких по содержанию текстов различных методических средств, произвольное исключение из анализа каких-либо элементов содержания.

Обобщенность как принцип контент-анализа означает необходимость использования не только прямой информации, содержащейся в тексте, но и тех сведений, которые дают представление о сопутствующей ему внетекстовой реальности. Есть три возможности обеспечения этого принципа. Первая — реконструкция полного содержания на основе самого документа. Вторая — реконструкция стратегии коммуникатора (автора текста), его целей, предлагаемых им ценностей, моделей решения проблем. Третья — реконструкция обобщенного портрета получателя информации, потребностей, интересов, предпочтений аудитории и изучаемого средства инфор-

мации. Все три возможности используются совместно. Таким образом, обеспечивается получение многоаспектной картины реальности. Этот принцип может потребовать привлечение других социологических методов (например опроса аудитории).

Процедура (алгоритм) контент-анализа заключается в: 1) обосновании номенклатуры и объема изучаемых документальных источников; 2) формулировании определенных содержательных единиц и их классификации в соответствии с целями исследования; 3) подсчете частот их реального наличия в выделенном объеме документальных источников.

Критерии *отбора документов* для проведения процедуры контент-анализа определяются целями исследования. Если критериям соответствует небольшое количество документов, то все они включаются в документальную базу исследования. Если их очень много, проводится их выборка по общепринятым в социологии правилам.

В практике сложился ряд устойчивых стандартных единиц контент-анализа. К их числу относятся:

⇒ *отдельное слово*. В качестве таких слов могут использоваться слова-символы: имена политических деятелей и институтов, названия стран и областей, слова, обозначающие политические акты и состояния (война, реформа, кризис), наименования идеологических доктрин (коммунизм, либерализм);

⇒ *суждение, законченная мысль, логическая цепь*, в которых содержится важная с точки зрения целей исследования идея. Например, при исследовании социальных аспектов чрезвычайных ситуаций к подобным смысловым единицам анализа могут быть отнесены: тексты или их фрагменты, содержащие сведения о конкретных ЧС, поведении отдельных людей и социальных групп, оценочные суждения специалистов и т.п.

⇒ *«фигурант»* какого-либо политического или общественно важного процесса. Ими могут быть политические деятели, представители социальных групп (например, «новых русских», «олигархов», интеллектуальных «элит» и т.п.).

Обнаружение *единиц анализа* является основанием для содержательного анализа всего документа или его части (статьи в газете, передачи по радио и т.п.).

Для количественного анализа содержания используются *единицы счета*. Ими, например, могут быть *эфирное время* всей передачи или только той ее части, в которой встречались единицы анализа; количество *строк* аналогичной газетной статьи (всей целиком или

определенной ее части). При обосновании единиц счета имеются много нюансов. Таких, например, будет ли входить заголовок в объем сообщения; какой единый стандарт избрать для измерения материалов, набранных разными шрифтами и т.д.

Важный этап разработки методики контент-анализа — подготовка *кодировочного бланка*. Он представляет собой перечень фиксируемых переменных, т.е. смысловых единиц анализа исследуемого содержания. В него включаются все переменные, представляющие интерес для исследования. Необходимо помнить, что от количества переменных, включенных в кодировочный бланк, напрямую зависит глубина всей процедуры. Чем тщательнее предполагается проанализировать текст, тем большее число переменных включается в кодировочный бланк.

Документ, который объединяет все этапы разработки методики контент-анализа, — *инструкция кодировщику*. В ней самым детальным образом описываются цель и задачи исследования, критерии и методика отбора документов, содержательный смысл каждой переменной, вошедшей в кодировочный бланк, а также ее значений. В инструкции указывается, что делать с заполненными кодировочными бланками (проводить подсчет частот самостоятельно или передавать организатору).

Таким образом, перед началом процедуры контент-анализа кодировщик должен иметь кодировочный бланк и инструкцию.

Примеры вариантов бланков контент-анализа представлены в приложении 3.

§ 6. ОПРОСНЫЕ МЕТОДЫ СБОРА ЭМПИРИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Общеизвестно, что в массовом сознании содержание профессиональной деятельности социолога прочно связывается с проведением процедуры опроса населения. Такое представление имеет объективную основу. Действительно, в настоящее время до 80% всей эмпирической информации социологи получают методом опроса. Кроме социологии опрос успешно используется в других областях: статистике (структура населения, бюджеты потребления, времени и т.д.); журналистике (различные виды интервью); педагогике (как средство контроля); врачебной практике (как средство диагностики); юриспруденции (опросы свидетелей); психологии и т.д.

Широкое использование метода опроса обусловлено его очевидными *достоинствами*:

⇒ организационная четкость и относительная простота (опрос всегда организовать легче любого другого способа получения информации);

⇒ относительная дешевизна;

⇒ конкретность, содержательность и стандартность получаемых с его помощью сведений;

⇒ уникальность (он позволяет получать информацию, которая недоступна другим методам);

⇒ оперативность (при анкетировании);

⇒ эффективное использование формальных и технических средств обработки получаемых материалов.

Имеются у метода опроса и *недостатки*. Связаны они, главным образом, с факторами, негативно влияющими на качество получаемых с его помощью сведений:

⇒ влияние респондента (уровень его образования, культуры, свойства памяти, психики, отношение к организации или человеку, проводящими опрос, и т.п.);

⇒ влияние самого исследователя (качество разработки опросника, профессионализм анкетера или интервьюера);

⇒ влияние внешних факторов (посторонние лица, неудачное время и место опроса, плохая организация самой процедуры и т.п.).

Опрос используется в том случае, когда предпочтительным, а часто единственным источником сведений является человек — непосредственный представитель исследуемого процесса или явления. Получение необходимых сведений при опросе происходит в ситуации общения по схеме «вопрос — ответ», после которой проводится качественная и количественная обработка полученных ответов. Варианты общения могут быть различными: личное или опосредованное (телефон, почта и т.п.); устное или письменное, индивидуальное или групповое. Сведения, получаемые при опросе, всегда фиксируются в виде ответов на вопросы исследователя, которые он формулирует либо заранее (формализованный опрос), либо непосредственно в процессе общения (неформализованный опрос).

Использование вопроса в социологических опросах в качестве исследовательского инструмента базируется на многовековом опыте, в процессе которого постепенно сформировались методические требования к разработке и использованию вопросов.

В обыденном речевом общении познавательная задача вопроса представляется интуитивно ясной и непосредственно включенной в формулировку вопроса. Однако при попытке социолога использовать вопрос в общении с различными социально-демографическими группами возникают трудности. Поэтому при разработке формулировки вопроса оказывается целесообразным разделение и обоснование двух его сторон: *какую* информацию необходимо получить с его помощью и *как* следует спросить, чтобы получить именно эту информацию. В зависимости от того, как решаются эти задачи, различают четыре концепции.

1. *Тестовая (психологическая) концепция* предусматривает разработку множества вопросов, характеризующих только одну изучаемую переменную (установку, информированность, уровень агрессивности и т.д.). Каждый отдельный ответ в получаемых сведениях значения не имеет и не подлежит отдельной интерпретации. Значение изучаемой переменной определяется как результат учета всей совокупности ответов. В социологии эта концепция используется не часто. Она принимается в тех случаях, когда «лобовые» вопросы не срабатывают, и необходимые сведения приходится получать частями (например в форме так называемых «прожективных» ситуаций).

2. *Традиционная концепция* исходит из предположения о полном совпадении познавательной задачи вопроса, его формулировки, восприятия смысла вопроса респондентом, его желания и способности дать достоверный ответ. Понятно, что такая ситуация

встречается довольно редко и возникает лишь тогда, когда вопросы касаются нейтральных фактов (место жительства, режим работы, состав семьи и т.п.).

3. *Индикаторная концепция* формулировки вопроса получила широкое распространение в современной социологической практике и основана на следующих посылах:

- изучаемые переменные далеко не всегда доступны прямой фиксации (убеждения, мотивы, интересы, ценностные ориентации и т.п.). Поэтому вопросы задаются не об изучаемой переменной, а о чем-то другом, что выступает индикатором переменной;
- содержание индикатора (или их совокупности) не тождественно содержанию индиката, оно его только представляет (репрезентирует). Поэтому индикатор или их совокупность обязательно должны обеспечивать требования полноты и достаточности;
- подбор вопросов-индикаторов должен исходить из предположения о высокой корреляции их смысла со значением изучаемой переменной.

4. *Расширенная информационная концепция* вопроса основана на выделении трех элементов в структуре вопроса. Первый — текст самого вопроса. Второй — способ классификации полученного ответа и соотнесения его с тем или иным классом явлений. Третий — связь информации, полученной на основе ответа на данный вопрос, с исследуемой переменной. В рамках данной концепции вопрос как исследовательский инструмент дополняется требованием обеспечения адекватной связи между всеми тремя названными элементами.

Основными видами опроса являются *анкетный опрос* и *социологическое интервью*. В зависимости от критериев классификации они подразделяются на: сплошные и выборочные (по масштабам охвата генеральной совокупности), индивидуальные и групповые (по методике проведения), массовые и экспертные (по составу опрашиваемых), устные и письменные (по процедуре проведения опроса и фиксации ответов), очные и заочные (по характеру общения социолога с респондентом), одно- и многоразовые (по частоте проведения), стандартизированные и нестандартизированные (по уровню стандартизации процедуры опроса).

Анкетный опрос — такая разновидность метода опроса, при котором общение между социологом (исследователем) и респондентом опосредуется анкетой.

Анкета — разновидность вопросника, используемого для сбора эмпирических сведений при письменном опросе. Анкета представляет собой документ, имеющий массовый тираж и содержащий совокупность вопросов, сформулированных и связанных между собой по определенным правилам.

Различают следующие виды анкетирования. По способу доставки: раздаточное (анкета оставляется респонденту для заполнения, а затем собирается в условленное время), почтовое (рассылка по почте), прессовое (публикация анкеты средствами массовой информации). По степени участия анкетера: в его присутствии, когда он инструктирует респондента перед началом опроса и помогает ему в случае надобности непосредственно в процессе опроса, в его отсутствии, когда контакт с респондентом ограничивается вводным инструктажем при вручении ему анкеты и контрольным просмотром при ее возвращении.

Огромная популярность анкетирования обусловлена его несомненными *достоинствами*:

- ⇒ организационной простотой;
- ⇒ экономичностью;
- ⇒ оперативностью.

Действительно, с помощью анкетирования можно в короткий срок, относительно недорого и с небольшим числом анкетеров (или совсем без них при почтовом или прессовом опросе) обследовать большие совокупности людей. Однако достоинства анкетирования могут быть реализованы только тогда, когда в точности выполняются соответствующие правила и учитываются особенности этого метода.

По сравнению с интервью анкетирование имеет принципиальные *особенности*: 1) респондент воспринимает вопрос в виде текста, а не в виде устной речи; 2) возникает повышенная самостоятельность респондента, в результате чего снижается или совсем исчезает возможность контроля восприятия и понимания вопросов респондентом, его искренности, аккуратности и полноты ответов и т.д. Связанное с этими особенностями снижение качества получаемых сведений устраняется или сводится к минимуму тщательным соблюдением всех методических требований к разработке анкеты и организации самой процедуры анкетирования.

Процесс анкетирования состоит из трех этапов:

1) *подготовительный*, включающий разработку программы опроса, сетевого графика работ, инструментария, пилотажа, тиражирование инструментария, подбор и подготовку анкетеров;

2) *оперативный* — собственно процесс анкетирования, имеющий собственные стадии поэтапной реализации;

3) *результующий*, во время которого производится обработка полученной эмпирической фактуры и содержательный анализ ее результатов.

Анкетирование осуществляется силами *команды*, в которую входят собственно исследователи (профессиональные социологи) и привлекаемый актив, состоящий, как правило, из непрофессиональных, но обладающих определенными психологическими, нравственными, демографическими и интеллектуальными качествами. Главное из этих качеств — умение и наличие навыков общения с людьми. Анкетеры могут не знать целей и задач исследования, поэтому с ними перед опросом обязательно проводится инструктаж о порядке и сроках его проведения, а также сдачи анкет.

Основным средством общения между анкетером и респондентом является анкета, поэтому тщательность ее проектирования и разработки методики проведения анкетирования представляют собой необходимое условие успешности этой процедуры. Каждое социологическое исследование — это уникальная исследовательская разработка, в которой используется особая методика. Однако несмотря на разнообразие анкет все они имеют общую структуру. Каждая анкета обязательно состоит из трех частей: вводной, содержательной и заключительной.

На *титльном листе* или в «шапке» анкеты указывается (если это необходимо) название организации, проводящей опрос и название самой анкеты, отражающее тему или проблему опроса («Анкета избирателя», «Наши дети» и т.п.). Далее следует *вводная часть*, цель которой — заинтересовать респондента, сформировать установку на активное сотрудничество с исследователем, ознакомить с техникой заполнения анкеты. Часто во введении подчеркивается важность достоверных и искренних ответов, анонимность опроса.

Содержательная часть начинается с наиболее простых вопросов, стимулирующих интерес респондента к опросу. К середине анкеты сложность вопросов нарастает и снижается к ее концу. Этим учитывается утомляемость респондента в процессе заполнения.

Заключительная часть (паспортчика), как правило, представляет собой социально-демографический блок вопросов, в которых определяются объективные характеристики респондента (пол,

возраст, образование и т.п.). Завершается анкета словами благодарности за участие в опросе.

Главной, конечно же, является содержательная часть. Ее композиция (характер и виды задаваемых вопросов, их последовательность, типы используемых шкал и т.д.) определяется задачей получения максимально достоверной информации. Разработка анкеты требует высокого профессионализма. Это предполагает, прежде всего, владение технологией составления анкеты. Она включает: операционализацию концептуальных понятий исследования, приведение в соответствие с ними эмпирических индикаторов, составление для каждого из индикаторов одного или нескольких вопросов анкеты. **Формулировка вопросов** — самый сложный этап разработки анкеты. Поэтому большое значение имеет типологизация вопросов, без знания которой вообще невозможно грамотно разработать анкету.

По *предметному содержанию* вопросы подразделяются на:

- **вопросы о фактах.** Их цель — получение информации о конкретных явлениях, событиях, фактах;
- **вопросы о знаниях.** С их помощью выясняется уровень информированности и знания респондента. Это, как правило, вопросы экзаменационного или тестового типа;
- **вопросы о мнении.** Ответами на вопросы этого типа выступают личные оценочные суждения. По ним определяется отношение человека к определенным явлениям;
- **вопросы о мотивах.** Они помогают выяснить субъективные представления человека о мотивах своих действий.

По своей *логической природе* вопросы подразделяются на:

- **основные вопросы.** По ответам на них делаются выводы об исследуемом явлении. Они составляют большую часть анкеты;
- **вопросы-фильтры** задаются для отсеечения части опрашиваемых или разделения их по какому-либо признаку;
- **контрольные вопросы** служат для проверки устойчивости, непротиворечивости, искренности и правдивости ответов;
- **наводящие вопросы** задаются для помощи респонденту в правильном понимании и осмыслении основного вопроса. Они помогают дать более точный ответ.

По своей *психологической природе* вопросы делятся на:

- **контактные**, служащие для установления контакта с респондентом. Их цель — привлечь интерес к опросу. Как правило, это первый или один из первых вопросов анкеты. Он должен быть простым и касаться самого респондента;

- **буферные** вопросы. Их цель — переключение внимания респондента от одной темы к другой. Кроме формулировки вопроса в них часто имеется небольшая преамбула, поясняющая необходимость предлагаемой группы вопросов;
- **прямые** вопросы направлены на выявление отношения респондента к исследуемой проблеме, его собственной позиции;
- **косвенные** вопросы позволяют респонденту скрыть свою позицию и ответить от имени группы, коллектива в безличной форме. Они дают возможность усилить критичность высказываемых оценок. Как правило, эти вопросы используют при изучении частных сторон жизни людей, их отношения к властям, непосредственному начальству.

По *характеру ответов* на вопросы они подразделяются на:

- **открытые**, которые предлагают респонденту дать письменный ответ в произвольной форме. Для ответа после формулировки открытого вопроса следует несколько пустых строчек. Их количество показывает респонденту, насколько полным ожидают от него ответ;
- **закрытые** вопросы позволяют респонденту выбор из нескольких сформулированных исследователем вариантов ответа. При этом возможны две ситуации: респондент может выбрать любое количество ответов (*неальтернативный вопрос*) или только один (*альтернативный вопрос*). В рамках вопросов этого типа различают *дихотомические вопросы*, когда предлагается выбор только одного из двух вариантов ответа «да» или «нет»;
- **полузакрытые** вопросы содержат наряду с набором предлагаемых ответов так называемую открытую часть, в которой респондент может дать свой ответ, если ни один из предложенных его не устраивает.

Большое значение для успеха анкетного опроса имеет правильная графика оформления анкеты. К числу таких правил можно отнести следующие:

- ⇒ шрифты текстов вопросов и ответов должны быть разными;
- ⇒ все вопросы должны быть пронумерованы, а каждый вариант ответа должен иметь соответствующий только ему шифр;
- ⇒ тексты вопроса и всех вариантов ответа на него должны располагаться на одной странице. Разрывать их (располагать на разных страницах) категорически запрещается;
- ⇒ для снятия психологического напряжения у респондента в объемных анкетах рекомендуется вставлять забавные рисунки;

⇒ оптимальной считается такая длина анкеты, которая требует на заполнение не более 30—35 мин, что соответствует 30—40 содержательным вопросам. Большая длина вызывает рост ошибок;

⇒ вопросы не должны содержать элементов внушения, а их формулировка должна быть нейтральной;

⇒ для повышения качества анкеты рекомендуется провести ее пилотаж.

Пример социологической анкеты представлен в приложении 4.

Интервью — специализированный вид исследовательского общения одного человека (исследователя, который задает вопросы) с другим (респондентом, который согласился на них отвечать), применяемый как метод сбора эмпирических материалов. В основе интервью лежит беседа, при которой роли собеседников жестко закреплены, а цели ее заданы извне программой и задачами социологического исследования.

Достоинства интервью:

⇒ возможность получения глубинной информации о мнениях, мотивах, ценностных ориентациях респондентов;

⇒ повышается искренность и достоверность сведений вследствие непринужденной обстановки ситуации интервью;

⇒ возможность вести наблюдение за психологическими реакциями респондента и проводить корректировку получаемой информации (возможность сочетания с наблюдением);

⇒ повышается полнота реализации познавательных возможностей вопроса;

⇒ усиливается положительная ориентация респондента на серьезное отношение к опросу;

⇒ снимается проблема непоследовательного восприятия вопросов респондентом.

Недостатки интервью:

⇒ требует больших материальных и временных затрат;

⇒ высоко влияние интервьюера на содержание получаемой информации;

⇒ высокая трудоемкость;

⇒ требует привлечения высокопрофессиональных специалистов.

Процедура интервью предполагает проведение следующих операций: а) выбор объекта (респондента, с которым следует проводить интервью); б) определение места и времени проведения интервью; в) запись ответов и оформление материалов.

Часто в практике возникают ситуации, когда необходимо дать оценку таким сторонам объекта, по которым самооценка может оказаться искаженной или даже невозможной. Источником подобной информации могут служить компетентные лица — эксперты, имеющие глубокие знания об объекте исследования. Опрос и выявление суждений компетентных лиц по определенной исследуемой проблеме называется экспертно-опросом, а сами суждения — экспертной оценкой.

К основным видам **экспертного опроса** следует отнести: анкетирование и интервью, «мозговую атаку», дискуссии, советы, деловые игры. Желаемый эффект достигается путем использования различных его видов. Более подробному рассмотрению методов экспертных оценок посвящен § 8 настоящего учебника.

Особым видом опроса является *социометрическая процедура*.

§ 7. СОЦИОМЕТРИЧЕСКАЯ ПРОЦЕДУРА

Социометрическая процедура — метод получения эмпирической информации, используемый в социологии и социальной психологии с целью изучения структуры межличностных отношений в малых (контактных) социальных группах. Данный метод представляет собой реализацию методики групповой психологии — социометрии, предложенной Я.Л. Морено. С помощью социометрии оказывается возможным количественно измерить эмоциональные отношения в малых социальных группах и отразить их в виде социальных матриц, индексов, графиков. Объектом социометрической теории являются реально существующие малые социальные группы, имеющие достаточно длительный опыт совместной групповой жизни. Предметная область социометрии — эмоциональные отношения людей в группах (симпатии, неприязнь, безразличие). Созданная на основе взглядов К. Маркса, О. Конта, З. Фрейда социометрия противопоставляется как бихевиоризму, наблюдающему лишь внешние проявления поведения и взаимодействия людей, так и фрейдизму, акцентирующему внимание на внутренних, глубинных факторах человеческого поведения. По Морено, эмоциональные отношения людей в группах представляют атомистическую структуру общества, которая недоступна простому наблюдению и может быть выявлена только с помощью социальной микроскопии. Именно социометрия в сочетании со своими специфическими методами положила начало разработке теоретических и практических основ микросоциологии.

Суть общей теории социометрии основывается на утверждении того, что социальные системы являются притягательно-отталкивающе-нейтральными, включающими в себя не только объективные, внешне проявляемые отношения (макроструктура), но и субъективные, эмоциональные отношения, часто внешне никак не проявляющиеся (микроструктура). Социометрическая теория ставит своей целью выявление законов формирования и функционирования взаимодействий внутри малых социальных групп.

Прикладная социометрия в виде специальной техники опроса и обработки эмпирической информации (социометрический тест, социоматрицы, социограммы, социометрические индексы) была разработана в исследованиях по ликвидации различных конфликтов в малых группах. Современные социологические и соци-

ально-психологические исследования малых групп и первичных (контактных) коллективов почти всегда включают социометрию в качестве основного или дополнительного метода.

Основной формой социометрической процедуры является социометрический опрос. Он позволяет:

- анализировать внутриколлективные и внутригрупповые отношения на основе измерения степени *сплоченности-разобщенности* в группе;
- изучать структуру микрогрупп и положение в ней отдельных членов (так называемые социометрические позиции — относительный авторитет членов группы по признакам симпатии — антипатии);
- обнаруживать внутригрупповые подсистемы, сплоченные образования, во главе которых могут быть свои неформальные лидеры.

С помощью социометрического опроса можно также установить величину социодинамического расхождения между официальной (формальной) и неофициальной (неформальной, неявной, социометрической) структурами. Результаты социометрического опроса выступают в качестве предпосылки и основы превращения старого социального устройства в новое и, если это необходимо, преобразования групп таким образом, чтобы его формальная структура как можно больше соответствовала глубинной (неформальной или эмоциональной) структуре. Наиболее плодотворно социометрический опрос используется при формировании команд. Кроме того, с помощью социометрического опроса можно изучать типологию социального поведения людей в условиях групповой деятельности, судить о социально-психологической совместимости членов конкретных групп.

Использование социометрической процедуры позволяет проводить измерение авторитета формального и неформального лидеров для перегруппировки людей в командах так, чтобы снизить напряженность в коллективе, возникающую из-за взаимной неприязни некоторых членов группы. Социометрическая методика использует групповой метод, ее проведение не требует больших временных затрат (до 15 мин). Она весьма полезна в прикладных исследованиях, особенно в работах по совершенствованию отношений в коллективе. Однако ее нельзя все же рассматривать в качестве радикального способа разрешения внутригрупповых проблем, причины которых заложены не в симпатиях и антипатиях членов группы, а в более глубоких горизонтах.

Социометрические опросы могут проводиться в коллективах, имеющих не менее чем полугодовой опыт совместной деятельности. Количество членов группы, подвергаемой социометрическому исследованию, не должно превышать 10—15 человек.

Основными требованиями к проведению социометрического опроса являются:

- рациональная формулировка целей и задач исследования;
- четкое определение исследуемой совокупности, проблемы, критериев, форм и вариантов выборов;
- корректное использование полученной информации.

Общая схема действий при социометрическом исследовании заключается в следующем. После постановки задач исследования и выбора объектов измерений формулируются основные гипотезы и положения, касающиеся возможных критериев опроса членов групп. Здесь не может быть полной анонимности, иначе социометрия окажется малоэффективной. Требование экспериментатора раскрыть свои симпатии и антипатии нередко вызывает внутренние затруднения у опрашиваемых и проявляется у некоторых людей в нежелании участвовать в опросе. Когда вопросы или критерии социометрии выбраны, они заносятся на специальную карточку или предлагаются в устном виде по типу интервью. Как правило, социометрический критерий — это критерий, по которому устанавливается структура отношений между членами группы. Он представляет собой социометрический вопрос, в котором опрашиваемым предлагается выбрать одного или нескольких членов группы для той или иной совместной деятельности. Каждый член группы обязан отвечать на эти вопросы, выбирая членов группы в зависимости от большей или меньшей склонности, предпочтительности их по сравнению с другими, симпатий или, наоборот, антипатий, доверия или недоверия и т.д. Например, исследователь зачитывает два вопроса: а) и б) и дает подопытным такую инструкцию: «Напишите на бумажках под цифрой 1 фамилию члена группы, которого Вы выбрали бы в первую очередь, под цифрой 2 — кого бы Вы выбрали, если бы не было первого, под цифрой 3 — кого бы Вы выбрали, если бы не было первого и второго, и т.д.».

Примеры вопросов для изучения деловых отношений

1а) кого из своих коллег по группе Вы попросили бы в случае необходимости предоставить помощь в подготовке к занятиям (в первую, вторую, третью очередь)?

1б) кого из своих коллег по группе Вы не хотели бы просить в случае необходимости предоставлять Вам помощь в подготовке к занятиям?

2а) с кем Вы поехали бы в продолжительную служебную командировку?

2б) кого из членов своей группы Вы не взяли бы в служебную командировку?

3а) кто из членов группы лучше исполнит функции лидера (старосты, профорга и т.д.)?

3б) кому из членов группы тяжело будет исполнять обязанности лидера?

Примеры вопросов для изучения личных отношений

1а) к кому в своей группе Вы обратились бы за советом в трудной жизненной ситуации?

1б) с кем из группы Вам не хотелось бы ни о чем советоваться?

2а) если бы все члены Вашей группы жили в общежитии, с кем из них Вам хотелось бы поселиться в одной комнате?

2б) если бы всю Вашу группу переформировали, кого из ее членов Вы не хотели бы оставить в своей группе?

3а) кого из группы Вы пригласили бы на день рождения?

3б) кого из группы Вы не хотели бы видеть на своем дне рождения?

Социометрическая процедура может проводиться в двух вариантах. Первый — *непараметрическая процедура*. В данном случае испытуемому предлагается ответить на вопросы социометрической карточки без ограничения числа выборов. Если в группе высчитывается, скажем, 12 человек, то в указанном случае каждый из опрашиваемых может выбрать 11 человек (кроме самого себя). Таким образом, теоретически возможное число сделанных каждым членом группы выборов по отношению к другим членам группы в указанном примере будет составлять $N - 1$, где N — число членов группы. Данная величина ($N - 1$) представляет собой максимальное теоретически возможное число выборов в группе и является основной количественной константой социометрических измерений. При непараметрической процедуре эта теоретическая константа является одинаковой как для индивидуума, делающего выборы, так и для любого индивидуума, ставшего объектом выбора.

Достоинством данного варианта процедуры является то, что он позволяет выявить так называемую эмоциональную экспансивность каждого члена группы, сделать срез многообразия межличностных связей в групповой структуре. Однако при увеличении

размеров группы свыше 12—16 человек этих связей становится так много, что без применения вычислительной техники проанализировать их становится весьма трудно.

Другим недостатком непараметрической процедуры является большая вероятность получения случайного выбора. Некоторые испытуемые, руководствуясь личным мотивом, нередко пишут в опросниках: «выбираю всех». Достаточно очевидно, что такой ответ может иметь только два объяснения: либо у испытуемого действительно сложилась такая обобщенная аморфная и недифференцированная система отношений с окружающими (что маловероятно), либо испытуемый заведомо дает ложный ответ, прикрываясь формальной лояльностью к окружающим и экспериментатору (что более вероятно).

Анализ подобных случаев заставил некоторых исследователей попытаться изменить процедуру применения метода и таким образом снизить вероятность случайного выбора. Так родился второй вариант — *параметрическая процедура* с ограничением числа выборов. Испытуемым предлагают выбирать строго фиксированное число из всех членов группы. Например, каждому предлагают выбрать лишь 4 или 5 человек. Величина ограничения числа социометрических выборов получила название «социометрического ограничения» или «лимита выборов». Многие исследователи считают, что введение «социометрического ограничения» значительно повышает надежность социометрических данных и облегчает статистическую обработку материала. С психологической точки зрения социометрическое ограничение заставляет испытуемых более внимательно относиться к своим ответам, выбирать для ответа только тех членов группы, которые действительно соответствуют предлагаемым ролям партнера, лидера или товарища по совместной деятельности. Лимит выборов значительно снижает вероятность случайных ответов и позволяет стандартизировать условия выборов в группах различной численности в одной выборке, что и делает возможным сопоставление материала по различным группам.

Существенное отличие второго варианта социометрической процедуры состоит в том, что социометрическая константа ($N - 1$) сохраняется только для совокупности получаемых выборов (т.е. от группы — участнику). Для совокупности отданных выборов (т.е. в группу от участника) она измеряется новой величиной — d (социометрическим ограничением). Ее введением можно стандартизировать внешние условия выборов в группах разной численности. Для этого необходимо определять величину d одинаковой для

всех исследуемых групп. Формулу определения такой вероятности предложили в свое время Дж. Морено и Е. Дженнингс:

$$P(A) = d / (N - 1),$$

где P — вероятность случайного события (A) социометрического выбора; N — число членов группы.

Однако, необходимо заметить, что авторская трактовка выбора члена группы как случайного события — это дань сложившейся традиции. Выбор, который делает участник социометрического опроса, конечно же, неслучайное событие: оно вполне осмысленно и, следовательно, детерминировано. Это надо всегда иметь в виду.

Обычно величина $P(A)$ выбирается в пределах 0,20—0,30. Подставляя эти значения в формулу для определения d с известной величиной N , получаем искомое число «социометрического ограничения» в выбранной для измерений группе.

Недостатком параметрической процедуры является невозможность раскрыть многообразие взаимоотношений в группе. Возможно выявить только наиболее субъективно значимые связи. Социометрическая структура группы в результате такого подхода будет отражать лишь наиболее типичные, «избранные» коммуникации. Введение «социометрического ограничения» не позволяет судить об эмоциональной экспансивности членов группы.

Социометрическая карточка или социометрическая анкета составляется на заключительном этапе разработки программы. В ней каждый член группы должен указать свое отношение к другим членам группы по выделенным критериям (например, с точки зрения совместной работы, участия в решении деловой задачи, проведения досуга, в игре и т.д.). Критерии определяются в зависимости от цели данного исследования: изучаются ли отношения в производственной группе, группе досуга, во временной или стабильной группе.

Пример социометрической карточки:

№ пп	Тип	Критерий	Выборы			
			1	2	3	n
1	Работа	а) кого бы вы хотели выбрать своим бригадиром?	1	2	3	n
		б) кого бы вы не хотели выбрать своим бригадиром?	1	2	3	n

№ пп	Тип	Критерий	Выборы			
			1	2	3	<i>n</i>
2	Досуг	а) кого бы вы хотели пригласить на встречу Нового года?	1	2	3	<i>n</i>
		б) кого бы вы не хотели пригласить на встречу Нового года?	1	2	3	<i>n</i>

При опросе без ограничения выборов в социометрической карточке после каждого критерия должна быть выделена графа, размеры которой позволили бы давать достаточно полные ответы. При опросе с ограничением выборов справа от каждого критерия на карточке чертятся столько вертикальных граф, сколько выборов мы предполагаем разрешить в данной группе. Определение числа выборов для разных по численности групп, но с заранее заданной величиной $P(A)$ в пределах 0,14—0,25 можно произвести, пользуясь табл. 7.1.

Таблица 7.1

Величины ограничения социометрических выборов

Число членов групп	Социометрическое ограничение	Вероятность случайного выбора
5—7	1	0,20—0,14
8—11	2	0,25—0,18
12—16	3	0,23—0,19

ОБРАБОТКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Когда социометрические карточки заполнены и собраны, начинается их математическая обработка. Простейшими способами количественной обработки являются табличный, графический и индексологический.

Любой способ обработки начинается с построения простейшей социоматрицы. Пример дан в табл. 7.2 для $d = 3$. Результаты выборов разносятся по матрице с помощью условных обозначений. В первую очередь заполняются таблицы результатов в отдельности по деловым и личным отношениям.

По вертикали записываются с соответствующими номерами фамилии всех членов группы, которая подвергается социометрическому опросу. По горизонтали — только их номер. На соответствующих пересечениях цифрами +1, +2, +3 обозначают тех, кого

выбрал каждый опрашиваемый в первую, вторую, третью очередь, цифрами -1 , -2 , -3 — тех, кого опрашиваемый не избирает в первую, вторую и третью очередь.

Взаимный положительный или отрицательный выбор обводится в таблице (независимо от очередности выбора). После того, как положительные и отрицательные выборы будут занесены в таблицу, надо подсчитать по вертикали алгебраическую сумму всех полученных каждым членом группы выборов (сумма выборов). Потом надо подсчитать сумму баллов для каждого члена группы, учитывая при этом, что выбор в первую очередь равняется $+3$ баллам (-3), во вторую — $+2$ (-2), в третью — $+1$ (-1). Эта общая алгебраическая сумма баллов для каждого опрашиваемого и определяет его статус в группе.

Таблица 7.2

Пример социоматрицы

№	Фамилия	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Антонов		+1			+2			+3		-1
2	Букатов	+1			+3	+2					
3	Варичева	-1	+1		+2	+3					
4	Елесина		+2			+1				+3	
5	Ершов	+2	+1		+3			-3			-2
6	Максимов										
7	Мялеков	+1			+3						
8	Паничева	+1		+3	+2						
9	Сорокин		+2			+1		+3			-1
10	Шелухина		+2	+1		+3				-1	
	Количество выборов	5	6	2	5	6	0	2	1	2	3
	Количество баллов	4	9	4	13	12	0	0	3	2	-4

Анализ социоматрицы по каждому критерию дает достаточно наглядную картину взаимоотношений в группе. Могут быть построены суммарные социоматрицы, дающие картину выборов по нескольким критериям, а также социоматрицы по данным межгрупповых выборов. Основное достоинство социоматрицы — возможность представить выборы в числовом виде, что в свою очередь позволяет проранжировать членов группы по числу по-

лученных и отданных выборов, установить порядок влияний в группе. На основе социоматрицы строится социограмма — карта социометрических выборов (социометрическая карта).

Социограмма — графический способ изображения структуры межличностных отношений в малой социальной группе, это рисунок, на котором члены группы изображаются точками, а их выборы — стрелками. Если при ответе на вопрос член группы А выбрал члена группы Б, то на рисунке проводится стрелка от точки А к точке Б. Таким образом, социограмма представляет собой ориентированный граф, поэтому для ее формального анализа может быть использована теория графов.

Существует множество разновидностей социограмм.

Концентрическая социограмма или «мишень»: члены группы располагаются в пределах круга, в соответствии с их социометрическим статусом. Это означает, что чем выше статус, тем ближе к центру помещается соответствующая точка.

Локаграмма: члены группы размещаются на чертеже, представляющем их реальное расположение в помещении (за партами в школе, на рабочих местах в цеху, офисе и т.п.).

Взвешенная социограмма строится в тех случаях, когда тем или иным способом измерена интенсивность межличностных чувств. Тогда интенсивность социометрического выбора может быть отображена стрелкой различной толщины, цвета и т.п.

Социограмма группировок: чем выше интенсивность межличностных чувств, тем ближе на социограмме расположены члены группы.

Наглядность социограммы существенно повышается, когда удается выделить социометрические подструктуры (подгруппа, лидер и т.д.). Можно также изображать членов группы не точками, а различными геометрическими значками (квадратиками, треугольниками, кружками) в зависимости от их пола, должности и т.п. Можно совмещать социограммы, построенные по разным вопросам (критериям) на одном графе, используя различные цвета для каждого вопроса.

Социограммная техника является существенным дополнением к табличному подходу в анализе социометрического материала, ибо она дает возможность более глубокого качественного описания и наглядного представления групповых явлений.

Анализ социограммы заключается в отыскании центральных, наиболее влиятельных членов, затем взаимных пар и группировок. Группировки составляются из взаимосвязанных лиц, стремящихся

выбирать друг друга. Наиболее часто в социометрических измерениях встречаются положительные группировки из 2, 3, реже из 4 и более членов.

СОЦИОМЕТРИЧЕСКИЕ ИНДЕКСЫ

Различают персональные социометрические индексы (ПСИ) и групповые социометрические индексы (ГСИ). Первые характеризуют индивидуальные социально-психологические свойства личности в роли члена группы. Вторые дают числовые характеристики целостной социометрической конфигурации выборов в группе. Они описывают свойства групповых структур общения. Основными ПСИ являются: *индекс социометрического статуса i -члена; эмоциональной экспансивности j -члена, объема, интенсивности и концентрации взаимодействия ij -члена*. Символы i и j обозначают одно и то же лицо, но в разных ролях: i — выбираемый, j — он же выбирающий, ij — совмещение ролей.

Индекс социометрического статуса i -члена группы определяется по формуле:

$$C_i = \frac{\sum_{i=1}^N (R_i^+ + R_i^-)}{N - 1},$$

где C_i — социометрический статус i -члена; R^+ и R^- — полученные i -м членом выборы; Σ — знак алгебраического суммирования числа полученных выборов i -члена.

Социометрический статус — это свойство личности как элемента социометрической структуры занимать определенную пространственную позицию (локус) в ней, т.е. определенным образом соотноситься с другими элементами. Такое свойство развито у членов групповой структуры неравномерно и для сравнительных целей может быть измерено числом — индексом социометрического статуса.

Элементы социометрической структуры — это личности, члены группы. Каждый из них в той или иной мере взаимодействует с каждым, общается, непосредственно обменивается информацией и т.д. В то же время каждый член группы, являясь частью целого (группы), своим поведением воздействует на свойства целого. Реализация этого воздействия протекает через различные социально-психологические формы взаимовлияния. Субъективную меру этого влияния подчеркивает величина социометрического статуса.

Но личность может влиять на других двояко: либо положительно, либо отрицательно. Поэтому принято говорить о положительном и отрицательном статусе. Статус также измеряет потенциальную способность человека к лидерству. Чтобы определить социометрический статус, необходимо воспользоваться данными социоматрицы.

Возможен также расчет S -положительного и S -отрицательного статуса в группах малой численности (n).

Индекс эмоциональной экспансивности группы высчитывается по формуле:

$$E_j = \frac{\sum_{i=1}^N (R_j^+ + R_j^-)}{N - 1},$$

где E_j — эмоциональная экспансивность j -члена; R_j — сделанные j -м членом выборы (+, -). С психологической точки зрения показатель экспансивности характеризует потребность личности в общении.

Из ГСИ наиболее важными являются индексы рассмотренные ниже.

Индекс эмоциональной экспансивности группы высчитывается по формуле:

$$A_g = \frac{\sum_{j=1}^N (\sum_{j=1}^N R_j^{(+, -)})}{N},$$

где A_g — экспансивность группы; $R_j^{(+, -)}$ — сделанные j -членом выборы. Индекс показывает среднюю активность группы при решении задачи социометрического теста (в расчете на каждого члена группы).

Индекс психологической взаимности («сплоченности группы») в группе высчитывается по формуле:

$$G_g = \frac{\sum_{ij=1}^N (\sum_{ij=1}^N A_{ij}^+)}{0,5N(N - 1)},$$

где G_g — взаимность в группе по результатам положительных выборов; A_{ij}^+ — число положительных взаимных связей в группе.

§ 8. МЕТОДЫ ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК

1. ОБЩИЕ ОСНОВАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРТНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Существо экспертных методов состоит в том, что специалисты высказывают свое мнение о наиболее важных для заказчика проблемах, возможных с точки зрения имеющихся ресурсов направлениях их преодоления и возникающих при этом целях, о наиболее оптимальных способах их достижения. Кроме того, оцениваются факторы, которые могут оказать влияние на процессы достижения целей, а также вероятном времени, которое на это потребуется. Информация, полученная от экспертов, обрабатывается с помощью специальных логических и математических приемов и процедур, преобразовывается в форму, удобную для содержательного анализа и принятия решения.

Экспертные методы основываются на многократно подтвержденной во всех областях науки и практики возможности предвидения будущих состояний исследуемых процессов, т.е. того, чего еще нет, но с большой вероятностью может возникнуть. Эта возможность обеспечивается глубоким знанием закономерностей развития социальных (в широком смысле) процессов, практическим опытом, здравым смыслом, способностью к научному наблюдению и умением делать на этой основе заключения и правдоподобные выводы. Важную роль при этом играет способность предвидения будущего: она помогает при разработке прогнозов и планов деятельности. В формах предвидения различают *прогнозы и предсказания*. Отличие их — в уровне точности описания будущего. Предсказание предполагает абсолютную достоверность сведений о будущем состоянии объекта и является прерогативой так называемых «точных» наук, так как основывается на жестких функциональных зависимостях. Социальные процессы таким законам не подчиняются, поэтому здесь возможны лишь прогнозы, отражающие более или менее реалистичные состояния системы и исходных условий. Прогноз не предусматривает решения проблем будущего. Его задача — содействовать научному обоснованию целей и выработке планов и решений по их реализации.

К основным *методам социального прогнозирования* относятся экстраполяция и экспертные оценки.

Экстраполяция основывается на построении динамических (временных) рядов значений количественных характеристик системы с возможно более ранней даты в прошлом до даты прогнозируемого состояния. Смысл экстраполяции заключается в перенесении объективных закономерностей, характерных для прошлых состояний системы, на будущее. При этом неявно постулируется неизменность условий и выявленных закономерностей развития системы как в прошлом, так и в будущем.

Однако плавные кривые, которые нередко берутся в качестве основы для иллюстрации развития, настолько же показательны, насколько и дезориентирующие. В реальности развитие происходит далеко не всегда плавно. Оно скорее имеет вид скачкообразных, неритмично повторяющихся лестничных ступенек, что весьма характерно для нынешнего состояния российского социума. Это и предопределяет принципиальную методическую ошибку экстраполяции. Более предпочтительно с этой точки зрения выглядят экспертные методы, когда привлекается достаточно большая группа экспертов, с помощью которых и проводится разносторонний анализ возможных проблем и направлений их разрешения. Основные преимущества коллективных экспертных методов по сравнению с индивидуальными в разработке прогнозов заключаются в возможности проведения более широкого (по охвату учитываемых аспектов) и глубокого анализа рассматриваемой проблемы на основе привлечения в группу специалистов самого различного профиля и организации их работы таким образом, чтобы эксперты взаимно обогащали друг друга идеями и информацией. Такие методы обычно применяются в прогнозировании развития сложных процессов при наличии минимума необходимой информации в условиях неоднозначного взаимодействия качественно разнородных факторов. Преимущества коллективных экспертных методов перед индивидуальными состоит в следующем.

1. Сумма информации, имеющейся у членов группы специалистов-экспертов, существенно больше, чем у любого управленца или отдельного члена этой же группы.

2. При коллективной экспертизе количество учитываемых факторов обычно превосходит число факторов, которыми оперирует отдельный член группы.

3. Правильно организованное взаимодействие членов группы позволяет компенсировать полярность их мнений и тем самым

способствует разработке более обоснованного прогнозного решения.

Методы экспертных оценок нашли широкое применение в прогнозировании и перспективном планировании, там, где отсутствуют достаточно достоверные статистические данные об изучаемом вопросе, где имеется несколько вариантов решений и необходим выбор наиболее предпочтительного из них. Также эти методы применяются при разработке новых программ в отраслях промышленности, подверженных сильному влиянию новых открытий в фундаментальных науках.

Метод экспертной оценки — получение информации путем проведения экспертного опроса. Суть метода состоит в проведении экспертами анализа возможного развития проблемной ситуации в будущем с качественной или количественной характеристикой уровня его достоверности и последующей формальной обработкой результатов. Экспертный опрос существенно отличается от массовых опросов в силу того, что к участию в нем приглашаются высококвалифицированные специалисты. Основные этапы экспертного опроса: 1) подбор экспертов; 2) разработка методики проведения опроса и выбор метода обработки данных; 3) организация и непосредственное проведение опроса; 4) обработка и оформление результатов опроса.

Для подготовки экспертизы должна быть сформирована группа специалистов-организаторов. Ее цель — обеспечить условия для эффективной деятельности экспертов, разработать процедуру экспертизы, соответствующую специфике конкретной проблемной ситуации. В задачи группы входит:

- ⇒ постановка проблемы, определение целей и задач экспертизы, ее границ, основных этапов;
- ⇒ разработка процедуры экспертизы;
- ⇒ отбор экспертов, проверка их компетентности и формирование групп экспертов;
- ⇒ проведение опроса и согласование оценок; преобразование полученной информации, ее обработка и содержательный анализ.

Группа состоит из пяти-семи человек — специалистов в данной проблеме, а также специалистов по экспертным методам (социологов, психологов, программистов).

Подготовку экспертизы начинают с постановки проблемы. С этой целью знакомятся с ретроспективой и состоянием проблемы, определяют ее границы, рассматривают аргументы в пользу необхо-

димости ее решения, обсуждают эти аргументы вместе с руководителями (заказчиками). Для этого выделяется центральный вопрос и расщепляется на подвопросы. При этом пытаются ограничить поле только теми вопросами, без которых нельзя получить ответ на центральный вопрос. Основная цель этого этапа — распознать мнимые проблемы, чтобы не пойти по ложному пути. Наиболее эффективный метод — публичное обсуждение, когда приглашенные организаторами квалифицированные специалисты стараются опровергнуть аргументы в пользу проблемы, обнаруживают слабые, неубедительные доводы и т.п. Результатом этого этапа является обоснованная и всесторонне осмысленная *проблема*.

Далее организаторы экспертизы приступают к формулировке ее *целей и задач*. Наличие четко (по возможности, однозначно) сформулированной цели и так же ясно определенных задач является совершенно необходимым условием успеха. Выделяются также центральные (стратегические) и вспомогательные (тактические) задачи. Это помогает оптимально распределить время и силы экспертов, сосредоточить внимание на основных вопросах, четко определить границы экспертизы. При этом необходимо иметь в виду, что с увеличением детализации увеличивается точность экспертизы, но снижается согласованность мнений экспертов.

Следующий пункт в рамках подготовительного этапа — разработка перечня *факторов и событий*, которые сопутствуют решению поставленных задач. Такой перечень нужен для того, чтобы определить численность и профиль необходимых для экспертизы специалистов.

Перечень факторов и событий может иметь различный уровень детализации. Определяющим при этом является специфика исследуемой проблемы, возможность привлечения к экспертизе специалистов требуемого профиля, имеющиеся в наличии ресурсы (финансовые, временные, пространственные и т.п.). Кроме того, для достижения оптимума детализации исходят из следующих, эмпирически подтвержденных соображений. С увеличением степени детализации снижается согласованность экспертных оценок и увеличиваются затраты средств и времени на проведение экспертизы. Чрезмерная детализация часто снижает достоверность оценок.

Следующая проблема, которую необходимо решить на подготовительном этапе — разработка *системы единых понятий*, необходимых для проведения экспертизы. Дело в том, что современные социально-экономические и политические проблемы чрезвычайно сложны. Поэтому для их полноценного исследования необходи-

мо привлечение экспертов, представляющих различные отрасли знаний. Система единых понятий призвана преодолеть очевидные трудности не только междисциплинарного характера, но и достаточно часто встречающуюся проблему различного толкования понятий в рамках одного научного направления. Это имеет огромное значение для последующего экспертного опроса: четкой и однозначной формулировки задаваемых экспертам вопросов.

В зависимости от содержания проблемы, целей, и задач экспертизы, состава участвующих специалистов ее организаторы выбирают тип метода опроса: *индивидуальный или групповой*.

Индивидуальный опрос предъявляет высокие требования к эксперту и позволяет максимально использовать способности и знания каждого специалиста. При групповом опросе специалисты могут обмениваться мнениями, учитывать упущенное каждым из них, скорректировать свои позиции и, таким образом, уточнить или устранить ошибочные суждения. Это бывает полезно при выдвижении и разработке новых идей. Однако у этого метода опроса имеется и существенный недостаток: влияние (иногда довольно сильное) авторитетов на мнения большинства участников экспертизы.

Среди методов *индивидуального* опроса наибольшее распространение получили интервью и так называемые «аналитические» экспертные оценки. Интервью проводится в виде беседы организатора экспертизы с экспертом по специально разработанной программе, причем в достаточно свободной форме (задавая основные вопросы в единой формулировке, можно сопровождать их дополнительными, пояснениями и т.д.). Этот метод требует от эксперта умения быстро давать квалифицированные ответы. Поэтому интервью дает хорошие результаты только в случаях привлечения экспертов очень высокого уровня.

Аналитические экспертные оценки (например, в виде докладной записки) представляют собой глубокий и всесторонний анализ возможных сценариев развития исследуемого процесса. При этом эксперт может привлекать дополнительные документальные материалы, тщательно в течение достаточно длительного времени обдумывать свои ответы.

Из методов группового опроса наибольшее распространение получили различные модификации метода «Дельфи».

2. МЕТОД «ДЕЛЬФИ»

Метод «Дельфи» назван в честь дельфийского оракула в Древней Греции. Он разработан Олафом Хельмером, видным математиком из корпорации «РЭНД» в 1964 г. Метод «Дельфи» представляет собой ряд последовательно осуществляемых процедур, направленных на подготовку и обоснование прогноза. Эти процедуры характеризуются анонимностью (независимостью ответов экспертов) опроса, регулируемой обратной связью между результатами опроса предыдущего этапа и подготовкой их нового варианта, а также групповым характером ответа. Регулируемая обратная связь осуществляется путем проведения нескольких туров опроса экспертов, на каждом из которых характеристики их ответов обрабатываются с применением математико-статистических методов и результаты сообщаются анонимно. Групповой ответ формируется путем обработки и анализа результатов ответов экспертов. Критерием окончания его разработки, как правило, служит «близость» мнений экспертов, то есть до тех пор, пока величина разброса оценок не будет находиться в рамках заранее устанавливаемого желаемого интервала варьирования оценок.

Достоверность прогнозов, полученных по методу «Дельфи», считается высокой при прогнозировании на период как от 1 до 3 лет, так и на более отдаленный период времени. В зависимости от цели прогноза для получения экспертных оценок может привлекаться от 10 до 150 экспертов.

Недостаток метода «Дельфи» заключается в том, что он не позволяет сталкивать в споре различные мнения и стимулировать тем самым возникающее при личном контакте «генерирование» идей. Кроме того, при экспертизе по методу «Дельфи» необходимы значительные затраты времени.

ОТБОР ЭКСПЕРТОВ

Отбор специалистов для участия в экспертизе начинается с составления списка компетентных в соответствующих областях лиц. Этот список служит основой для выбора экспертов с помощью специальных методов оценки их качеств. Известны четыре группы таких методов: самооценки; оценки группой каждого специалиста; оценки специалиста на основе результатов его прошлой экспертной деятельности; методы определения компетентности.

При методе самооценок специалисты оценивают по предлагаемой анкете свои способности (зрительная память, настойчивость,

способность к аналитическому мышлению, сообразительность, внимание, активность, эрудицию и многое другое) по пятибалльной шкале. Организаторы экспертизы рассчитывают средние значения по каждой характеристике и для группы в целом. В зависимости от их значений состав группы может меняться. Практический опыт показывает, что группы с высокой самооценкой ошибаются в своих экспертных суждениях меньше других: средняя групповая ошибка уменьшается с ростом средней самооценки. С помощью самооценок определяют компетентность эксперта, оценивая аргументы, с помощью которых он обосновывал свои ответы, а также степень его знакомства с исследуемой проблемой.

В тех случаях, когда эксперты знают друг друга, наряду с самооценкой используют метод *коллективной оценки* каждого из них остальными членами группы. Коллективные оценки обычно менее точны, чем самооценки. Поэтому, как правило, используются оба метода: организаторы экспертизы предлагают каждому из кандидатов заполнить опросные листы на себя и на других участников опроса.

Более объективными оказываются методы, основанные на использовании результатов *прошлой экспертной деятельности* специалиста. Они применяются, когда имеются данные о результатах участия специалиста в экспертизах в прошлом. Одним из таких методов является определение степени надежности эксперта (R), которое представляет собой частное от деления правильных оценок к общему числу оценок эксперта.

Определить оптимальную *численность экспертной группы* довольно трудно. Наиболее простой способ — установление ее минимальной численности, которое должно соответствовать количеству рассматриваемых проблем. Верхняя оценка численности экспертной группы определяется как потенциально возможное и достаточное число экспертов.

СОДЕРЖАНИЕ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ЭТАПОВ МЕТОДА «ДЕЛЬФИ»

Общая схема проведения экспертизы по методу «Дельфи» состоит в следующем.

Проводится опрос с помощью специальных анкет анонимно, т.е. личные контакты экспертов и коллективные обсуждения исключаются. В первом туре эксперты дают ответы на поставленные вопросы, как правило, без аргументации. Ответы обрабатывают-

ся, определяются их статистические характеристики (средняя, среднеквадратическое отклонение, крайние значения ответов), и обобщенные результаты обработки сообщаются экспертам. После этого проводится второй тур опроса, в ходе которого эксперты должны объяснить, почему они изменили или не изменили своего мнения.

Данные обработки результатов второго тура опроса и аргументация ответов с сохранением анонимности снова сообщаются экспертам перед проведением третьего тура опроса. Последующие туры проводятся по такой же схеме. Подобная организация экспертизы позволяет экспертам учесть в своих ответах новые для них обстоятельства и в то же время избавляет их от какого бы то ни было давления при отстаивании своей позиции.

Как правило, на практике оказывается достаточным проведение четырех туров опросов. После чего мнения всех экспертов либо сближаются, либо образуют две (или больше) группы существенно различающихся мнений. В первом случае достигнутый результат со значительной степенью обоснованности может быть рассмотрен в качестве прогнозного решения, во втором — необходимо продолжить исследование проблем развития объекта с учетом выдвигаемой различными группами аргументации.

Практическое применение метода «Дельфи» можно проиллюстрировать на следующем примере: компания, занимающаяся морским нефтяным промыслом, хочет получить информацию о том, когда можно будет использовать роботов вместо водолазов для проверки платформ под водой. Для начала прогнозирования по этому методу компания должна войти в контакт с рядом экспертов. Эти эксперты должны быть представителями самых разных областей данной отрасли промышленности, включая водолазов, инженерно-технических работников из нефтяных компаний, капитанов кораблей, инженеров по техобслуживанию и конструкторов роботов. Им объясняется стоящая перед компанией задача, и каждого эксперта спрашивают, когда по его мнению можно будет заменить водолазов роботами. Первые ответы дадут, вероятно, очень большой разброс данных, например, от 2010 до 2050 г. Эти ответы обрабатываются и возвращаются экспертами. При этом каждого эксперта просят пересмотреть свою оценку в свете ответов других экспертов. После повторения этой процедуры несколько раз мнения могут сбиться, так что около 80% ответов даст срок от 2015 до 2035 г., что будет достаточным для целей планирования производства и реализации роботов.

При использовании метода «Дельфи» следует учитывать ряд положений:

1. Группы экспертов должны быть стабильными и численность их должна удерживаться в разумных рамках (по критерию «цена-качество»).

2. Время между турами опросов должно быть не более месяца.

3. Вопросы в анкетах должны быть тщательно продуманы и четко сформулированы.

4. Число туров должно быть достаточным, чтобы обеспечить всех участников возможностью ознакомиться с причиной той или иной оценки, а также и для критики этих причин.

5. Необходимо иметь самооценку компетенции экспертов по рассматриваемым проблемам.

6. Необходима тщательно разработанная формула согласования оценок, основанная на самооценках экспертов.

Метод «Дельфи» имеет несомненные преимущества по сравнению с методами, основанными на обычной статистической обработке результатов индивидуальных опросов. Он позволяет уменьшить колебания по всей совокупности индивидуальных ответов, ограничивает колебания внутри групп. При этом, как показывают проводимые эксперименты, наличие малоквалифицированных экспертов оказывает меньшее влияние на групповую оценку, чем простое усреднение результатов ответов, поскольку ситуация помогает им исправить ответы за счет получения новой информации от своей группы.

Существует несколько модификаций метода «Дельфи», в которых основные принципы организации экспертизы имеют много общего. Различия связаны с попытками усовершенствовать метод за счет более обоснованного отбора экспертов, введения схем оценки их компетентности, улучшенных механизмов обратных связей и т.п. Для удобства обработки информации все модификации, как правило, предполагают возможность выражения ответа в виде числа, количественной оценки. Однако необходимо помнить, что, выигрывая на упрощении процедуры обработки, можно гораздо больше проиграть при установлении смысла полученных «точных» чисел.

Некоторые *недостатки* метода «Дельфи» обусловлены нехваткой времени, которое отведено эксперту на обдумывание проблемы. В этом случае эксперт может согласиться с мнением большинства, чтобы уйти от необходимости объяснения, в чем заключается отличие его решения от остальных вариантов. Эти не-

дочеты устраняются совершенствованием организации экспертиз путем создания автоматизированных систем обработки результатов опроса. Техническая реализация такой системы основана на использовании ЭВМ с внешними терминалами (дисплеями). ЭВМ обеспечивает представление вопросов экспертам (общающимся с ней через их персональные дисплеи), сбор и обработку результатов ответов, запрос и выдачу аргументации и другой необходимой информации для подготовки ответов.

Кроме того, некоторые специалисты считают, что «предположение о том, чтобы те, кто резко расходится с мнением большинства, обосновали свою точку зрения, может привести к усилению эффекта приспособления, а не уменьшить его, как это было задумано». Но все же многие ученые утверждают, что метод «Дельфи» превосходит «обычные» методы прогнозирования, по крайней мере, при разработке краткосрочных прогнозов.

Метод «Дельфи» впервые был описан в «Докладе об изучении долгосрочного прогнозирования». Объектами исследования явились: научные прорывы, рост населения, автоматизация, исследование космоса, возникновение и предотвращение войн, будущие системы оружия. За истекший период круг прогнозируемых процессов с помощью метода «Дельфи» значительно расширился, но несомненно, что наибольшее применение этот метод нашел в областях, связанных с научно-техническим прогрессом. Благодаря развитию телекоммуникационных технологий применение метода «Дельфи» существенно упростилось по сравнению с той длительной бюрократической процедурой, которую он представлял собой в начале. В нашей стране в последнее время он довольно успешно применяется в предпринимательской деятельности, при разработке комплексных, затрагивающих различные сферы социума проектов. Метод «Дельфи» используется, как правило, в сочетании или в качестве составляющей части в сложных методиках синтеза управленческих решений.

Необходимо, однако, заметить, что хотя метод «Дельфи» весьма популярен, его влияние на реальную структуру приоритетов в большинстве развитых стран (в особенности — в России) следует все же признать ограниченным. Во многих странах этот и другие методы определения приоритетов часто попадают на «бесплодную почву», то есть либо не обеспечиваются механизмами реализации, либо уступают место другим «методам», выбранным в соответствии с политическими или какими-либо лоббистскими интересами.

3. МЕТОД «МОЗГОВОГО ШТУРМА»

От метода «Дельфи» по организации работы экспертов принципиально отличается метод, получивший название «мозговой штурм», который также называют методом «мозговой атаки», методом коллективной генерации идей. В основе метода лежит предположение, что при генерации идей в непринужденной обстановке стимулируется творческая активность и что среди множества идей хотя бы одна содержит рациональное зерно. Этот метод подразумевает получение решения как продукта коллективного творчества специалистов в ходе заседания-сеанса, проводимого по определенным правилам, и последующего анализа его результатов. Для создания стимулирующей творчество атмосферы могут использоваться различные методы: от начисления баллов до включения в творческий коллектив участников-мужчин привлекательных женщин. Его сущность состоит в том, что при обосновании прогноза дифференцированно решаются две задачи:

- генерирование максимально возможного количества идей в отношении возможных вариантов развития процесса вне зависимости от степени их конструктивности (вплоть до абсурда);
- всесторонний анализ, оценка и дифференциация выдвинутых идей по критерию их продуктивности.

Обычно все специалисты в ходе заседания разделяются на две группы, состоящие из одних и тех же или разных представителей так, что одна группа генерирует идеи, а вторая — их анализирует. При этом в ходе заседания запрещается высказывать любые критические оценки ценности идеи; приветствуется выдвижение как можно большего их количества, поскольку предполагается, что вероятность появления действительно ценной идеи повышается с увеличением их общего числа; поощряется свободный обмен мнениями, т.е. высказанные мысли должны подхватываться и развиваться и т.п. Ходом заседания руководит по возможности беспристрастный ведущий. Его задача состоит в том, чтобы направлять развитие дискуссии в нужное русло, к достижению заданной цели, не сбиваясь на беседу, соревнование в остроумии и т.п. В то же время он не должен навязывать участникам дискуссии свое мнение, ориентировать их на определенный способ мышления.

Роль ведущего в поиске решения с помощью метода «мозгового штурма» чрезвычайно велика. Он должен следить за тем, чтобы эксперты при выработке решения не встали на путь компромиссов

и взаимных уступок. Дело в том, что психологически для группы, как для единого организма, проблема достижения соглашения часто оказывается более важной, чем разработка тщательно продуманного и полезного прогноза. Может случиться так, что в силу чрезмерной активности один или несколько членов группы, обладающие даром убеждения, могут направить всю группу по ложному пути. Группа может оказать давление на своих членов, вынуждая отдельных специалистов соглашаться с большинством, даже если каждый из них понимает, что точка зрения большинства ошибочна. Именно от этих опасностей и должен уберечь группу ведущий. Кроме того, он должен обладать большой творческой активностью, доброжелательностью, глубоким пониманием содержания проблемы и поставленных целей, способностью организовать и поддерживать высокий тонус интеллектуальной атмосферы.

Особое значение в этом методе придается вопросам формирования группы экспертов. При неудачном их подборе группа может разделять общее предубеждение, и прогноз в этом случае оказывается предрешенным без проведения глубокого анализа проблемы. Вследствие этого нежелательна слишком тесная связь между членами группы. Никто из них не должен «давить» на окружающих своим высоким авторитетом, и потому экспертов целесообразно подбирать из людей, занимающих примерно одинаковое служебное и общественное положение. При этом они должны быть специалистами в различных областях знаний, обладать различным практическим опытом. Главный критерий формирования группы — способность потенциальных кандидатов к научному воображению, наличие у них развитой интуиции, отсутствие склонности к устоявшимся догмам, интеллектуальная раскованность, разнообразие знаний и научных интересов. Для этого применяются методы специального тестирования, оцениваются такие позитивные качества кандидата как увлеченность, коммуникабельность, независимость.

При проведении «мозгового штурма» строго соблюдается принцип запрещения всякой критики. Критика идей осуществляется в неявной форме, скорее можно говорить даже не о критике, а о степени поддержки каждой идеи. Более сильная идея должна получать и большую поддержку. Запрещается также обоснование выдвигаемых идей, «присоединяться к мнению», «объяснять» свои или чужие идеи. Разрешается и даже поощряется выдвижение нереальных, фантастических идей.

Соблюдается регламент времени на выдвижение идей. Это способствует выдвижению их на основе внезапного, спонтанного озарения и одновременно снижает возможность «заикливания» в противоречиях, снятию неуверенности, различных психологических комплексов.

После проведения заседания наступает второй этап разработки прогноза, состоящий в анализе его результатов, выборе и обосновании окончательного решения. В ходе его выдвинутые предположения классифицируются по определенным критериям, оцениваются по принятой шкале значимости. При этом ни одна идея не должна исключаться из анализа. Все идеи должны быть классифицированы и обобщены. Высокому качеству анализа и оценки способствуют предельно четкие критерии, которыми должны руководствоваться все члены аналитической группы. Главные критерии: соответствие цели исследования, рациональность, реальность, обеспеченность ресурсами. Особое внимание необходимо обращать на ресурс времени. Иногда высказанные идеи целесообразно конкретизировать, уточнить, дополнить. Если возможности формализации решений достаточно велики, то на этапе анализа целесообразно использовать и математико-статистические методы обработки их количественных характеристик.

Метод «мозгового штурма» рекомендуется использовать в практических ситуациях, характеризующихся отсутствием реальных, достаточно очевидных вариантов развития процессов в перспективе. Наиболее часто он применяется на уровне крупных фирм, концернов для анализа ситуации, складывающейся на рынке, для определения круга мероприятий по преодолению «барьеров». Известны случаи его использования военными организациями при прогнозировании конфликтных ситуаций, в области развития вооружения. Этот метод также используется в более крупных прогнозных системах для осуществления аналитических функций при анализе вариантов решений. Метод «мозговой атаки» весьма эффективен при составлении прогноза размещения производительных сил в регионе (особенно объектов производственного и культурно-бытового назначения), определении сроков замены оборудования.

4. МЕТОД НОРМАТИВНЫХ ПРОГНОЗОВ

Экспертные методы широко используются и при *нормативном прогнозировании*. На их применении базируется реализация ком-

плексных прогнозных разработок, например, проекта «Паттерн», предназначенного для определения перспективных направлений научных исследований и опытно-конструкторских разработок (НИОКР) метода прогнозного графа и др. С помощью этих методов наибольший эффект достигается при решении проблем форсирования исследований и разработок в трудоемких и наукоемких отраслях, выбора оптимальных стратегий в многофакторных ситуациях.

Комплексные прогнозные исследования предполагают использование нескольких методов, взаимно обогащающих своими возможностями друг друга. Каждый из них предназначается для решения специального класса задач, возникающих на различных этапах разработки прогноза.

Исходным моментом в разработках нормативных прогнозов является задание конечной цели развития процесса. Главная проблема исследования заключается в согласовании этой отдаленной цели с действиями, которые необходимо предпринять для ее достижения в настоящем и будущем времени. Одна из задач экспертов в этом случае состоит в построении графа событий сверху вниз от исходной цели (вершины графа) до его основания. Каждое событие представляет собой условие для достижения события верхнего уровня. Таким образом, если через S^0 обозначить конечную цель — событие, то в задачу эксперта i , $i = 1, 2, \dots, n$, входит определение событий, предшествующих S^0 , т.е. событий S_{ij}^r , где $r = 1, 2, \dots, R$ — индекс последовательности наступления события, так что события типа S^1 непосредственно предшествуют событию S^0 , события типа S^2 — событиям S^1 и т.д., j — индекс вида события на r -м этапе, которое признается i -м экспертом как необходимое для наступления событий этапа $r - 1$, $j = 1, 2, \dots, m$.

Кроме того, для каждого события S_{ij}^r — эксперты дают оценку времени его совершения t_{ij}^r и оценку вероятности его совершения p_{ij}^r .

Эксперты могут сформировать граф произвольной формы. Задачей исследователей является построение оптимального графа событий, который характеризуется минимальными (по времени, стоимости и другим параметрам) затратами при достижении цели от уже имеющегося уровня развития процесса, отсутствием тупиковых комбинаций, петель-возвратов к уже свершившимся событиям. Решение этой задачи осуществляется с использованием необходимого экономико-математического аппарата, применяемого для обработки информации, характеризующей количественные

оценки событий (запасы ресурсов, параметры производственных технологий, показатели эффективности и т.п.).

Работа по построению окончательного варианта графа, как правило, проводится в диалоговом режиме, в ходе которого проигрываются различные ситуации, анализируются последствия тех или иных решений на промежуточных этапах развития процесса.

Метод прогнозного графа может рассматриваться как один из вариантов создания сценария группой экспертов. Такие группы формируются для прогнозирования развития процессов особой сложности, в отношении которых еще не сформировано единое представление ни о структуре, ни о закономерностях и направлениях развития. В связи с этим в группу подбираются специалисты различного профиля, в своей совокупности способные учесть достаточно большое число аспектов рассматриваемой проблемы. Кроме того, их коллектив дополняют исследователи, занимающиеся вопросами формализованного описания систем, разработкой методов и алгоритмов решения задач формального типа, связанных и с анализом информации, и с построением математических моделей развития систем. Таким образом, *сценарный метод*, как правило, представляет собой сочетание логико-эвристических и формализованных приемов исследования.

В ходе разработки сценария, под которым, как это было отмечено выше, понимается гипотетическая картина последовательного развития во времени и пространстве событий, составляющих в совокупности эволюцию прогнозируемого процесса, экспертам приходится отвечать на следующие основные группы вопросов.

1. Как элементы и характер связи между ними влияют на структуру изучаемого процесса?
2. Каков характер взаимодействия элементов с внешней средой?
3. Какова цель развития процесса и какие моменты являются определяющими при ее формировании?
4. Какие тенденции развития ожидаются у элементов и какими факторами и условиями они определяются?
5. Какие проблемные ситуации могут встретиться в развитии процесса в направлении предполагаемой (заданной) цели?
6. В какой степени возможно управление развитием, каковы ожидаемые последствия различных вариантов управления?

По результатам ответов на подобные вопросы разрабатывается описательная (дескриптивная) модель процесса, которая обычно формализуется, и на ней просматриваются возможные альтернативные варианты его развития.

Таким образом, сценарий является некоторой условной оценкой возможного пути развития достаточно сложного процесса, поскольку он разрабатывается в рамках предположений о его будущих состояниях, которые однозначно непредсказуемы. Метод сценариев имеет в своей основе все тот же механизм письменного опроса экспертов, перед которыми ставится задача описания возможного развития процесса, системы, каких-то ее особенностей и т.п. В современном понимании *сценарий* — это имеющее низкий уровень формализации структурированное текстовое описание некоторой проблемы и путей ее решения, представленное в виде совокупности разделов, между которыми установлены определенные логические отношения.

Метод сценариев наиболее широко используется для выявления и анализа развития военных и дипломатических кризисов. В последнее время получили известность попытки описать с его помощью развитие культурных, социальных, политических, экономических и научно-технических аспектов возможных вариантов будущего мировой системы.

Как уже отмечалось, эффективность экспертных методов прогнозирования возрастает, если при обосновании прогнозных решений используются формальные методы, позволяющие снизить степень субъективности экспертных оценок, ранжировать решения по вероятности их осуществления. Однако для этого, как правило, необходимо, чтобы информация, получаемая от экспертов, носила количественный характер.

В работе группы экспертов важнейшим элементом является правильное построение алгоритма обсуждения проблемы, выработка единого мнения и принятие решения. Достижение значимых результатов зачастую гарантируется правильной организацией деятельности группы, а на первоначальном этапе правильным подбором профессионалов в эти группы, что обеспечивается использованием отбора специальными методами групп экспертов. Окончательным результатом работы таких групп является рекомендация необходимости тех или иных действий, основанная не только на опыте, но и на качественных оценках явлений, не поддающихся измерению. Дополнительная ценность решений, принятых экспертами, в том, что предлагаемый набор инструментов может быть использован и в дальнейшем при установлении в другой ситуации тех же причинно-следственных связей, что и в первоначальном случае.

Разработка обобщенного прогнозного решения на базе экспертных оценок базируется на определенных начальных допущениях. К ним, прежде всего, относится предположение о том, что каждый из экспертов обладает достаточным уровнем знаний, опыта, информации, позволяющих ему предложить вариант прогноза, близкий к «истинному». Иначе говоря, априори принимается, что экспертные оценки так или иначе должны группироваться вблизи истинного значения.

В то же время экспертные методы обычно применяются для разработки прогнозов в условиях неполной информации. Это может послужить причиной существенных различий в суждениях отдельных экспертов, причем мнение, отличное от большинства, не обязательно будет ошибочным. Как правило, наиболее оригинальные решения единственны, они замечаются не всеми. Большинство же склонно к традиционным взглядам на рассматриваемые проблемы.

В связи с этим целями обработки и количественного анализа экспертной информации являются, во-первых, определение обобщенного экспертного прогнозного решения и, во-вторых, выявление отличных от него, «крайних» решений. Обоснование и выбор окончательного результата базируется уже на изучении, сравнительном анализе этих альтернативных вариантов. Решение первой задачи в основном предполагает выявление некоторой «средней» оценки, являющейся обобщением всей совокупности экспертной информации. В решении второй задачи основное внимание уделяется определению расхождений между оценками, анализу причин их различий. Здесь в большей степени используются методы дисперсионного анализа, корреляционные методы, методы таксономии и др. Заметим, что обе задачи решаются только в случаях, когда экспертные оценки могут быть представлены в количественных значениях.

5. АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Строго говоря, все исследования, целью которых является изучение проблем и процессов в сфере социального управления, обеспечение лиц, принимающих решения, информацией, позволяющей выбрать оптимальную стратегию развития или оценить возможные риски в случае негативного развития сопряженных структур, относятся к классу аналитических.

Аналитическая работа — абсолютно необходимый элемент любой управленческой деятельности. Это обусловлено тем, что эффективное управление возможно лишь на основе тщательного изучения всей информации, имеющей даже отдаленное отношение к управляемой системе.

Анализ в буквальном смысле — разложение, расчленение (мысленное или реальное) объекта на части. Процедура анализа неразрывно связана с синтезом, противоположным анализу процессом, означающим соединение элементов в единое целое. Оба процесса являются обязательными этапами исследовательской работы, поэтому термин «анализ» часто используется как синоним всякого научного исследования вообще. Таким образом, выделение аналитики в качестве этапа процесса управления неявно предполагает закрепление именно за ним функции *научного обеспечения* управленческой деятельности. Из всех научных направлений наибольшей ориентацией на изучение актуальных проблем социальной практики, получение конструктивных результатов, направленных на преодоление и решение социальных проблем, обеспечение ими органов управления, обладает социология.

Наличие соответствующей информации — абсолютно необходимое условие аналитической работы. А в силу того, что любое управленческое решение должно предваряться анализом конкретной ситуации (диагностика), перспективой ее динамики (прогнозирование), разработкой и обоснованием возможных стратегий поведения, навыками анализа соответствующей информации должен обладать каждый управленец. Потребность в повышении качества аналитических навыков и умений среди руководящего состава растет по мере их продвижения вверх по иерархической лестнице. Соответственно по мере расширения масштабов управленческой деятельности растет и уровень сложности принимаемых решений, цена возможных ошибок. Радикально увеличиваются объемы и интенсивность информации, необходимой для принятия решений. В конце концов, наступает момент, когда объективные потребности начинают превышать возможности одного человека, и ЛПР уже не может физически воспринять всю необходимую информацию и, тем более, всесторонне ее осмыслить. Тогда аналитическая деятельность выделяется в отдельный, профессиональный вид работы, который концентрируется в соответствующих специализированных структурах. Включение социологии в качестве *научного обеспечения* в процесс управленческой деятельности происходит, как правило, именно в рамках этих информационно-

аналитических структур (отделов, групп, секторов и т.п.). Важнейшая содержательная *функция* этих структур — информационно-аналитическое обеспечение управленческой деятельности. *Цель* этих структур — предоставление лицам, принимающим решения и определяющим стратегию развития управляемой системы, информации, позволяющей на основе каких-либо (заданных извне или самостоятельно сгенерированных) принципов, обосновывать целевые ориентиры, оптимальную последовательность действий для их достижения, а также промежуточные (текущие) критерии оценки получаемых результатов.

В *общем случае* информационно-аналитические структуры для ЛПР должны обеспечивать возможность:

а) получения регулярной (в режиме мониторинга) аналитической и обзорной информации по важнейшим аспектам *внешней* по отношению к управляемой сфере среды (на основе традиционного и контент-анализа СМИ, соответствующей нормативной и директивной информации, имеющихся и инициированных данных о состоянии различных объектов и структур управления и т.п.). Система должна иметь ресурс для гибкого, оперативного, иногда опережающего изменения номенклатуры переменных в первичных (полевых) документах в зависимости от ситуации, заданий руководства и т.п.;

б) подготовки аналитических и прогнозных материалов по актуальным проблемам состояния и развития собственно управляемого объекта (экспертные опросы, целевые исследования, выборочные данные, полученные по телекоммуникационным линиям связи, и т.п.);

в) разработки ситуационных моделей решения перспективных проблем;

г) оперативного (в кумулятивном режиме) получения оптимального объема информации в случае непредвиденных или чрезвычайных ситуаций (наличие средств подключения к соответствующим БД).

В настоящее время наиболее распространенными *функциями информационно-аналитических структур* являются:

- комплексный анализ развития политических и социально-экономических процессов в регионах Российской Федерации с учетом различных факторов;
- анализ расстановки политических сил и тенденций развития общественных движений в России и ее регионах; подготовка информации и аналитических материалов по стратегии и

тактике ведения предвыборных кампаний, проведению референдумов, обсуждению основных положений, законопроектов и нормативных актов;

- социально-политическая экспертиза проектов нормативных документов, оценка политических, социально-экономических, культурных и международных последствий решений, принимаемых органами исполнительной и представительной власти;
- проведение мониторинговых исследований социальной и политической ситуации в регионах России на основе анализа материалов СМИ;
- проведение целенаправленных исследований, в том числе подготовки аналитических и концептуальных материалов по отдельным вопросам государственного управления и международной жизни.

Условно различают мониторинговые, иницилируемые и кумулятивные **аналитические исследования**.

Мониторинговые исследования предназначены для длительного аналитического слежения за развитием определенной ситуации, чтобы априори иметь возможность синтеза управленческих решений, обеспечивая тем самым их превентивный характер.

Иницилируемые аналитические **исследования** проводятся аналитическими службами по ранее незапланированным поручениям руководства или в результате выявления проблем при проведении мониторинговых исследований. Как правило, это — начальные стадии новых исследований.

Кумулятивные исследования характеризуются высокими требованиями к оперативности их проведения (один день—неделя, не более, включая развертывание и завершение исследования), дефицитом имеющейся исходной информации, применением специализированных методов обработки экспертной информации на основе совещательно-ситуационной автоматизированной обработки информации группами руководителей и/или экспертов-аналитиков. Основными методами, используемыми при осуществлении кумулятивных исследований, являются имитационное моделирование и различные методы экспертных оценок.

§ 9. ОБРАБОТКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Полевой этап исследований, проводимых в рамках так называемой «количественной» социологии, завершается сбором одного или нескольких массивов достаточно больших по численности (от нескольких сотен до нескольких тысяч) первичных документов. В них зафиксированы конкретные значения переменных (ответов на вопросы анкеты, величины единиц счета в бланках контент-анализа и т.д.) каждой единицы наблюдения (респондента, фрагмента канала СМИ при проведении контент-анализа и т.д.), включенной в выборочную совокупность. Для того чтобы извлечь содержательную информацию из этой эмпирической фактуры, все конкретные значения переменных необходимо представить в обобщенной форме, т.е. провести ее своеобразное «сжатие». Эта процедура называется обработкой эмпирической информации.

Она представляет собой комплекс последовательных операций, в результате которых исследователь получает различные количественные меры значений переменных, с помощью которых можно выявить картину состояния предмета исследования, взаимосвязи и взаимозависимости между переменными и/или их группировками. Выполняются они с помощью компьютерной техники и состоят в следующем.

1. Подготовка эмпирической информации к обработке.
2. Содержательный контроль полноты и правильности первичных документов.
3. Сквозная нумерация всех документов, прошедших содержательный контроль и включенных в обработку.
4. Подготовка электронного макета для введения эмпирической фактуры в память компьютера и перевода ее из физической формы в электронную.
5. Перенос (набивка) всей эмпирической фактуры с полевых документов (анкет, бланков и т.п.) в память компьютера (на жесткие и/или мягкие магнитные диски) и образование так называемых файлов данных.
6. Получение линейных распределений частот значений всех переменных, включенных в полевой документ, а также необходимых или заданных таблиц сопряженности между ними.

7. Использование (при возможности) стандартных или специализированных пакетов прикладных компьютерных программ в индивидуальном (диалоговом) режиме для проведения оригинальных математических или статистических преобразований эмпирической информации и представления получаемых результатов в удобной (табличной, графической, диаграммной и т.п.) форме на экране монитора и/или (через принтер) на бумаге.

8. Анализ выходных форм.

ПОДГОТОВКА ЭМПИРИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ К ОБРАБОТКЕ

Эта операция, в сущности, начинается уже на стадии разработки формы полевого документа, т.е. на стадии его *формализации*. С точки зрения последующей компьютерной обработки наиболее важными элементами формализации являются выбор и обоснование *типа кодирования*, а также *графическое оформление* полевого документа (анкеты, бланка и т.п.).

В социологической практике наиболее распространенными типами кодирования являются *натуральный ряд* и так называемая *позиционная система*. Пример кодировки фрагмента анкеты с помощью обеих названных систем представлен в табл. 9.1.

Таблица 9.1

Варианты кодировки натуральным рядом и позиционной системой

Номер вопроса	Текст вопроса и вариантов ответов	Система кодирования	
		Натуральн. ряд	Позиционн. система
1	Что Вы можете сказать о положении дел на предприятии? - улучшается - ничего не меняется - ухудшается - затрудняюсь ответить - (нет ответа)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
...
24	Как Вы оцениваете уровень своего благосостояния? - живу в достатке - живу от зарплаты до зарплаты - нахожусь вечно в долгах - (нет ответа)	312 313 314 315	1 2 3 4

Выбор типа кодирования определяется техническими требованиями имеющихся пакетов прикладных компьютерных программ. Наблюдается тенденция преимущественного использования позиционной системы кодирования. Главное требование, которое необходимо учитывать при проведении процедуры кодирования, — каждому значению шкалы, имеющему самостоятельную содержательную ценность, должно соответствовать собственное — **единственное** — кодовое обозначение. Принцип, которым следует руководствоваться, состоит в том, что правила логики высказываний, реализованные в компьютерных программах, позволяют соединять с помощью операций дизъюнкции и конъюнкции любые содержательные понятия, имеющие собственные кодовые обозначения. Например, если в анкете факты наличия у респондента телевизора и видеокамеры имеют соответствующие коды, то в ходе содержательного анализа можно легко образовать группу имеющих телевизор или видеокамеру (дизъюнкция), или группу имеющих то и другое одновременно (конъюнкция). Но если в документе наличие *ТВ* или *ВК* обозначается одним кодом, то никакие уловки не помогут, если возникнет необходимость изучать, например, исключительно тех, кто имеет только *ТВ*.

Основное требование к графике полевого документа с точки зрения кодирования состоит в минимизации возможности появления ошибок при его заполнении. Кодовые обозначения необходимо располагать таким образом, чтобы не возникало никаких сомнений, какому значению шкалы соответствует код.

В формализуемую часть полевого документа кроме основной (содержательной) информации, как правило, включается еще и служебная, которая имеет, по крайней мере, два реквизита: один (буквенный или цифровой) — для обозначения типа или номера документа, вошедшего в состав исследовательского инструментария (если в исследовании используется несколько документов), другой — для порядкового номера документа в массиве. Довольно часто порядковый номер документа включается в состав переменных. Эта служебная информация называется **идентификатором**.

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ

Цель этой операции — обеспечить содержательную чистоту эмпирической базы исследования, не допустить включения в нее некачественных документов (анкет, бланков и т.п.). Таких, например, в которых отсутствует или не полностью заполнена «паспорт-

тичка», подчеркнуты взаимоисключающие или противоречивые значения, нет ответов на большинство вопросов и т.д.

На этом же этапе выполняется операция «закрытия открытых вопросов» анкет. Ее смысл состоит в том, чтобы для открытых или открытой части полузакрытых вопросов разработать закрытые шкалы, включающие в обобщенном виде все встретившиеся содержательные ответы респондентов. Для этого необходимо выписать все ответы по каждому вопросу и разработать к каждому из них соответствующую номинальную шкалу значений, включающую все встретившиеся в массиве.

СКВОЗНАЯ НУМЕРАЦИЯ

Эта операция нужна для того, чтобы, во-первых, знать общий объем эмпирического массива. Во-вторых, она нужна для проведения дальнейших операций, таких, например, как контроль правильности набивки. Номер документа фактически играет роль идентификатора. Если он вводится вместе с документом в память компьютера, то при обнаружении ошибок набивки правильные значения можно установить, обратившись к оригиналу.

КОМПЬЮТЕРНЫЙ МАКЕТ

Довольно существенную роль в комплексе мер по минимизации величины этих ошибок играет форма компьютерного макета полевого документа, а также удобство (комфортность, простота) правил переноса информации на машинные носители и возможности используемого программного обеспечения. Компьютерный **макет** полевого **документа** (с точки зрения пользователя) представляет собой отображение на экране монитора его формальной структуры. Форма его и правила работы с ним определяются техническими требованиями и возможностями конкретной компьютерной системы. Однако в любом случае компьютерный макет включает перечень всех переменных (вопросов анкеты) полевого документа и кодов всех возможных значений каждой из них или полей для фиксации их конкретных значений. Разрабатывается компьютерный макет с помощью программы ввода либо самим социологом, хорошо владеющим соответствующими программными средствами, либо инженером-программистом. Помимо своего прямого назначения — обеспечения ввода первичных данных — компьютерный макет выполняет еще чрезвычайно важную функцию: осуществляет не-

которые виды контроля правильности ввода и логического контроля содержания первичной информации.

В частности, программно исключаются ошибки по максимальному коду. Например, в какой-то переменной (вопросе) всего 5 возможных значений. Поэтому введение в поле значений данной переменной любого числа, большего 5, вызывает автоматическую остановку ввода и появление соответствующего сообщения на экране. Поскольку курсор компьютера после ввода значения каждой переменной автоматически смещается к следующей, то этим самым обеспечивается высокая вероятность обнаружения довольно часто встречающейся ошибки сдвига (пропуска какого-либо кода или введения лишнего). Единственный, чрезвычайно редкий, но возможный случай, при котором к ошибке сдвига система оказывается «нечувствительной», когда число пропусков равно числу повторных или лишних вводов. Практически названные виды ошибок устраняются непосредственно в процессе ввода.

Существует множество других способов логического контроля первичной информации, которые реализуются либо в процессе ввода, либо специально, отдельной процедурой после ввода программными средствами. В качестве примера можно назвать следующие:

⇒ все коды, перечисленные после символа «+», должны присутствовать в документе;

⇒ все коды, перечисленные после символа «?», должны в документе отсутствовать;

⇒ в документе должен присутствовать хотя бы один из кодов, следующих за «!»;

⇒ в документе должен присутствовать только один из кодов, следующих за «*»;

⇒ наличие в документе первого кода, указанного после «~», требует присутствия остальных перечисленных;

⇒ наличие в документе кода, следующего после «#», исключает остальные;

⇒ первый код за «@» требует присутствия только одного из перечисленных далее;

⇒ первый код за «:» требует присутствия хотя бы одного из последующих.

Самый радикальный и надежный способ обеспечения качества исходной информации (который, надо заметить, одновременно и самый трудоемкий и дорогой) — так называемая «набивка в две руки», когда весь массив исходных документов вводится двумя

операторами независимо друг от друга, а затем программно производится сравнение идентичности двух полученных таким образом массивов информации. Обнаруженные различия сверяются с оригиналами и устраняются.

Цель предварительного контроля — исключить из обработки и последующего содержательного анализа документы, не удовлетворяющие определенным, задаваемым исследователем критериям качества. Результат процедуры контроля двоякий. С одной стороны, повышается содержательная достоверность массива документов. С другой стороны, общий объем массива документов сокращается, вследствие чего нарушаются критериальные квоты, заложенные при проектировании выборки в процедуру отбора респондентов, и снижается репрезентативность информации в целом. Поэтому полная корректность подготовки первичной информации к компьютерному и содержательному анализу требует проведения процедуры апостериорной коррекции. Эта процедура предполагает рассмотрение полученного после завершения входного контроля массива в качестве генеральной совокупности, из которой необходимо сделать выборку по заложенным в исследовательский проект критериям. Компьютерные программы, реализующие эту процедуру, уже имеются в социологической практике.

В итоге, после апостериорной коррекции общий объем документов в массиве становится еще меньше, но взамен приобретает чрезвычайно важное качество — репрезентативность. Ориентировочно массив исходным объемом 1500 документов после проведения контрольных операций и апостериорной коррекции сокращается на 100—300 документов. Получающаяся таким образом эмпирическая информация оформляется в виде файла и хранится в долговременной или внешней памяти компьютера (на жестких или «мягких» дисках).

Файл — определенным образом структурированная и зафиксированная в памяти компьютера порция информации (эмпирические данные, текст, машинная программа и т.п.). Файл представляет собой основную именованную единицу хранения информации в компьютерных системах и допускает возможность его однозначной идентификации. В файлы социологической информации помимо собственно эмпирической фактуры включают и файлы вспомогательной информации.

Вспомогательная информация определяет структуру и содержание полевого документа и играет роль «ключа» в процедурах

преобразования эмпирических данных. Она состоит из макета документа, текста документа и паспорта исследования.

О компьютерном **макете документа** говорилось выше.

Текст документа состоит из двух частей: текста переменных (вопросов в анкете) и текстов значений переменных (вариантов ответов на вопросы в анкете). Обе части, как легко догадаться, служат в качестве справочной информации при содержательном анализе выходных форм результатов компьютерной обработки эмпирических данных.

Паспорт исследования содержит основные объективные сведения о самом социологическом исследовании, а также некоторые характеристики методики его проведения. К ним, в частности, относятся:

- ⇒ название исследования;
- ⇒ заказчик исследования (если нет запрета);
- ⇒ сведения об авторском коллективе;
- ⇒ сроки проведения исследования;
- ⇒ дислокация объектов исследования (территорий или организаций);
- ⇒ сведения о выборочной совокупности;
- ⇒ методы сбора эмпирических данных;
- ⇒ количество и типы применявшихся первичных документов;
- ⇒ дополнительные сведения, которые, по мнению авторов, являются существенными для характеристики исследования.

Паспорт исследования в сочетании с паспортами других исследований образует информационную базу соответствующих информационно-справочных и информационно-поисковых систем (ИСС и ИПС).

Современные информационные технологии требуют, чтобы любая информация рассматривалась и оформлялась как составная часть некоторой **системы знания**. Для социологической науки и управленческой практики это требование реализуется в виде создания компьютерных архивов социологической информации, которые часто (по аналогии с соответствующими системами в инженерно-технической сфере) называются банками социологических данных. Поэтому в полную структуру файла должна входить еще и справочная информация, определяющая место этого файла в архиве и обеспечивающая его эффективный поиск.

Далеко не всегда при подготовке социологической информации выполняются все перечисленные выше требования и операции. В подавляющем большинстве случаев процедура подготовки

исчерпывается лишь фиксацией в памяти (долговременной или внешней) локального персонального компьютера только эмпирических данных и макета документа, т.е. исследовательские материалы обрабатываются, а часто и анализируются, автономно, без соотнесения их со всей системой социологического знания. Однако необходимо помнить, что развитие социологической науки и управленческой практики неизбежно связано с образованием специализированных информационных технологий.

НАБИВКА ЭМПИРИЧЕСКОЙ ФАКТУРЫ

Эта операция представляет собой перенос в память компьютера эмпирической фактуры с полевого документа с помощью его электронного макета. Осуществляется она либо самим социологом (что предпочтительнее, так как он одновременно может контролировать качество заполнения документа и устранять логические неясности и противоречия), либо оператором путем визуального просмотра документов и переноса эмпирической фактуры в электронный макет непосредственно с клавиатуры персонального компьютера. Предполагается, что к моменту выполнения этой операции уже проведены процедуры закрытия открытых вопросов и отбраковки не прошедших контроль документов.

Перенос любой информации с одного носителя на другой, как известно, связан с возникновением ошибок. Частичное их устранение возможно программным путем. Как правило, это логические ошибки, возможность обнаружения которых закладывается еще на этапе разработки полевого документа. Самый радикальный и надежный способ обеспечения качества исходной информации (который, надо заметить, одновременно и самый трудоемкий и дорогой) — так называемая «набивка в две руки», когда весь массив исходных документов вводится двумя операторами независимо друг от друга, а затем программно сравнивается идентичность двух полученных таким образом массивов информации. Обнаруженные различия сверяются с оригиналами и устраняются.

ЛИНЕЙНЫЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ТАБЛИЦЫ СОПРЯЖЕННОСТИ

Основная цель любых преобразований эмпирической информации — представить ее в компактном, «сжатом» виде для детального содержательного анализа. Получение линейных распределений частот значений переменных эмпирического массива

документов — самый простой и обязательный способ решения этой задачи.

Линейное распределение эмпирической информации получается с помощью процедуры счета: подсчитывается количество реально зафиксированных значений всех переменных во всех документах эмпирического массива. Результаты подсчета представляются в абсолютных и относительных величинах.

Например, после проведения всех предварительных операций, рассмотренных выше, на обработку поступили 1000 ед. документа, фрагмент которого показан в табл. 9.1. Линейное распределение частот ответов на вопросы этой анкеты может быть оформлено в табличном виде (табл. 9.2).

Таблица 9.2

Пример линейного распределения частот вариантов ответов на вопросы анкеты

<i>Номер переменной</i>	<i>Текст вопроса и вариантов ответов</i>	<i>Абсолютная частота</i>	<i>%</i>
1	Что Вы можете сказать о положении дел на предприятии? 1 – улучшается 2 – не меняется 3 – ухудшается 4 – затрудняюсь ответить 5 – нет ответа	110 230 470 130 60	11 23 47 13 6
...
24	Как Вы оцениваете уровень своего благосостояния? 1 – живу в достатке 2 – живу от зарплаты до зарплаты 3 – вечно в долгах 4 – нет ответа	70 640 240 50	7 64 24 5

Часто применяется графическая форма представления результатов счета, в особенности — при сравнении двух или более числовых рядов, а также для отображения динамики изучаемых процессов. Поскольку практически все (не менее 95%) переменные в социологии измеряются в номинальных шкалах, наиболее оптимальными формами их графического отображения являются гистограммы и круговые диаграммы. Их вид применительно к табл. 9.2 представлен на рис. 9.1 и 9.2.

В чисто номинальных шкалах отдельные значения переменной относительно автономны, поэтому на гистограмме их можно

переставлять местами в зависимости от целей и удобства анализа. Ширина полос на гистограмме обычно одинакова и произвольна, а высота соответствует величине данного значения в линейном распределении в процентах.



Рис. 9.1. Гистограмма



Рис. 9.2. Круговая диаграмма

Более развернутый пример линейного распределения представлен в приложении 5.

Те немногие переменные в социологии, которые имеют естественные метрические измерительные шкалы (возраст, доход, численность семьи и т.п.), на практике измеряются в интервальных шкалах, в которых все изучаемые значения измеряемых переменных делятся на конечное множество интервалов, внутри каждого

из которых все возможное множество значений заменяются как бы одним. Таким образом, по своему характеру метрическая шкала трансформируется в порядковую, где вместо непрерывного множества реальных значений переменной анализируется лишь несколько дискретных. Благодаря этому изучение всех включенных в полевой документ переменных ведется в рамках единого класса измерительных шкал, чем обеспечивается возможность их сопряжения, а также содержательная ясность получаемых результатов и практическое удобство их анализа.

Главная задача социолога — не только (и даже не столько!) определить состояние изучаемого явления или процесса, но и установить причины, выявить факторы, обусловившие именно это состояние. Практически эта задача решается как подсчет величины связей между переменными, которыми представлено изучаемое явление: определяются изменения в характере распределения интересующей исследователя переменной, которая рассматривается как зависимая (или функция), при изменении конкретных значений другой — независимой — переменной (или аргумента). В качестве аргумента могут выбираться значения не только одной переменной, но и несколько значений *различных* переменных, для чего конструируется соответствующая *типологическая группировка*. Например, можно сравнивать разницу в характере распределений ответов на определенные вопросы анкеты (переменные-функции) тех респондентов, которые имеют различный уровень образования (переменная-аргумент), или замужних женщин, имеющих высшее образование (типологическая группировка). Результаты оформляются в виде так называемых таблиц сопряженности. Пример такого распределения представлен в табл. 9.3. В ней содержатся результаты обработки материалов реального опроса жителей одного из подмосковных округов в зависимости от возраста опрошенных.

Таблица 9.3

Самооценка жизненного уровня в зависимости от возраста опрошенных (N = 1560)

Жизненный уровень	Возраст, лет					Всего
	до 24	25—34	35—44	45—54	≥ 55	
Очень хорошо	2	2	5			9
	22,2	22,2	55,6			0,6
	1,1	1,1	1,4			
Хорошо	27	28	28	16	22	121
	22,3	23,1	23,1	13,2	18,2	7,8
	14,4	10,4	10,4	6,6	4,5	

Жизненный уровень	Возраст, лет					Всего
	до 24	25—34	35—44	45—54	≥ 55	
Средне	124 13 66,3	179 18,7 66,8	233 24,4 63	134 14 55,6	285 29,8 57,7	955 61,2
Плохо	25 6,3 13,4	53 13,4 19,8	84 21,2 22,7	75 18,9 31,1	159 40,2 32,2	396 25,4
Очень плохо	9 11,4 4,8	6 7,6 2,2	20 25,3 5,4	16 20,3 6,6	28 35,4 5,7	79 5,1
Всего:	187 12	268 17,2	370 23,7	241 15,4	494 31,7	1560 100

Примечание. Числа в клетках означают: верхнее — абсолютное значение; среднее — процент по строке; нижнее — процент по столбцу. В нижней строке соответственно: абсолютное значение и процент по строке. В крайнем правом столбце: абсолютное значение и процент по столбцу.

Таблица сопряженности также может быть отображена в графической форме, в частности, в виде стереометрических гистограмм (рис. 9.3 и 9.4).

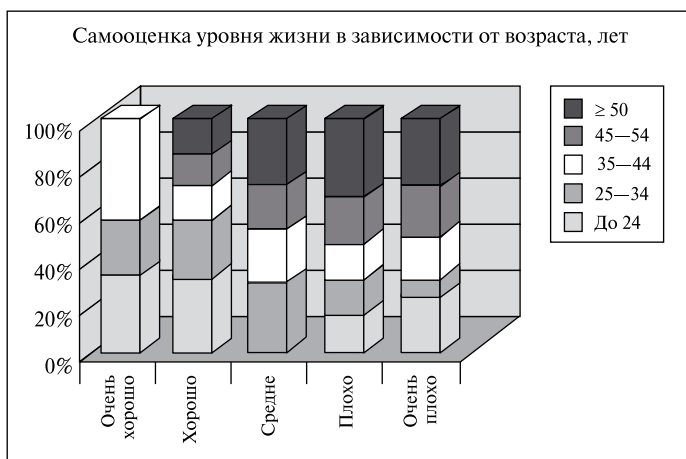


Рис. 9.3. Объемный вариант нормированной гистограммы



Рис. 9.4. Цилиндрическая гистограмма

Вводя дополнительные переменные-аргументы, можно получить с помощью таблиц сопряженности N -мерные распределения. Например, парную таблицу сопряженности, представленную в табл. 9.3, можно анализировать не для всех опрошенных, а только для тех респондентов, которые обладают какими-то определенными характеристиками. Именно такой случай показан в табл. 9.4.

Таблица 9.4

Самооценка жизненного уровня в зависимости от возраста опрошенных ($N = 362$)

Жизненный уровень	Возраст, лет					Всего
	до 24	25-34	35-44	45-54	≥ 55	
Очень хорошо	1	1	2			4
Хорошо	25	25	50	4	3	41
Средне	17	19,1	23,9	15,7	24,3	63,5
Плохо	2	10	14	12	32	70
	2,9	14,3	20,0	17,1	45,7	19,3
	3,6	14,5	16,7	21,1	33	

Жизненный уровень	Возраст, лет					Всего
	до 24	25—34	35—44	45—54	≥ 55	
Очень плохо	3		3	5	6	17
	17,6		17,6	29,4	35,3	4,7
	5,5		3,6	8,8	6,2	
Всего:	55	69	84	57	97	362
	15,2	19,1	23,2	15,7	26,8	100

Примечание. Числа в клетках имеют тот же смысл, что и в табл. 8.3.

Это 3-мерная таблица сопряженности, где связь между двумя переменными («Самооценка жизненного уровня» и «Возраст») анализируется только среди тех респондентов, которые проживают в городе Химки. Графическое отображение ее содержания представлено в виде плоской гистограммы на рис. 9.5.

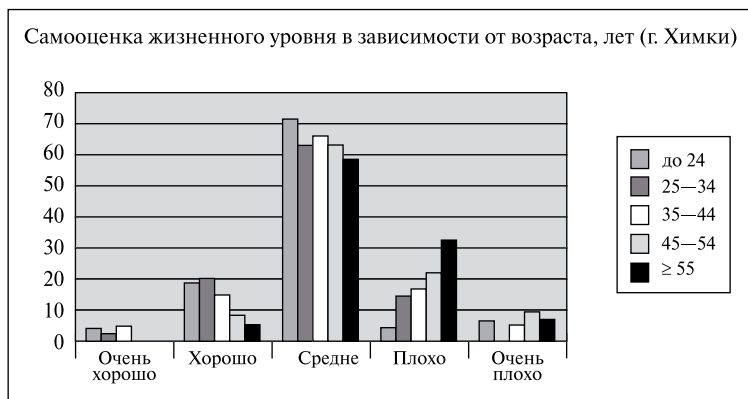


Рис. 9.5. Плоская гистограмма

В зависимости от числа этих дополнительных характеристик могут быть получены 3-, 4- (и т.д.)-мерные таблицы. Однако необходимо помнить, что ужесточение аналитической ситуации каждым новым условием неотвратно сокращает объем удовлетворяющего условиям анализа массива документов и, следовательно, снижает уровень репрезентации содержательных выводов, сделанных на его основе. Минимальный объем массива документов, на основе которого можно делать адекватные содержательные заключения, — 20 ед.

Необходимо отметить, чем выше уровень потребителя информации в иерархической структуре управления, тем более предпоч-

тительной оказывается графическая форма представления результатов обработки. Дело в том, что на высших уровнях управления при принятии решений учитываются не столько отдельные, частные детали, сколько агрегированные, макропоказатели, тенденции изменения или характер отличий в управляемых процессах. Именно по этой причине графическое оформление результатов количественного анализа в последнее время находит все большее распространение.

Более развернутый вариант таблиц сопряженности представлен в приложении 6.

ДРУГИЕ МЕТОДЫ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ЭМПИРИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Выше были рассмотрены наиболее распространенные методы формальных преобразований социологической эмпирической информации, обеспечивающие глубокий и, что чрезвычайно важно, *содержательно ясный и корректный* ее анализ. Они не требуют от социолога какой-либо специальной математической подготовки и в подавляющем большинстве социологических исследований их оказывается достаточно для обоснования принципиальных теоретических положений и конкретных практических рекомендаций.

Существует, однако, довольно устойчивое мнение, что рассмотренные выше методы преобразования социологической эмпирии «слишком простые и слабые», «недостаточно эффективные» и по этой причине не могут выявить всю многомерность заключенного в ней содержания. Эта точка зрения отражает фундаментальную для традиционной, преимущественно позитивистски ориентированной социологии (естественнонаучной в своей основе) установку на максимальное использование математического аппарата для анализа эмпирической информации. Методологическим обоснованием этой точки зрения является кантианский тезис о том, что в любом учении о природе науки, в собственном смысле, ровно столько, сколько в ней имеется математики. Именно беспрекословная вера в этот постулат приводит к таким крайностям, когда уровень и масштаб используемого математического аппарата объявляются критерием научности вообще (а не только наук о природе) и определяются не столько содержанием и характером решаемой задачи, сколько стремлением приобщиться к «настоящей науке», т.е. чисто в иллюстративных целях, в качестве своеобразного реквизита, призванного продемонстрировать лояльность

к традициям. При этом не принято обращать внимание на то, что как сама математика, так и составляющие ее разделы возникли в *конкретных предметных сферах* социальной практики как инструмент решения *определенных типов задач* и не обладают свойством универсальности, что не существует эффективных математических методов самих по себе, «вообще», а только в рамках той предметной области, содержание которой достаточно точно отображается с помощью формальных моделей, и при соблюдении тех условий, для которых они создавались. Таким образом, упускается из виду чрезвычайно важное обстоятельство: корректное использование любого математического метода анализа некоторой совокупности формализованных эмпирических данных возможно лишь тогда, когда на этой совокупности выполняются требования соответствующей этому методу системы аксиом, которая и предопределяет его границы и возможности в решении конкретной задачи. Таким образом, выбор метода — весьма ответственный этап исследовательского процесса: принимая решение о выборе того или иного математического метода в качестве инструмента анализа, исследователь сознательно или бессознательно, вольно или невольно, но неизбежно заимствует и все его концептуальные основания и вынужден предполагать выполнение всей аксиоматики этого метода на изучаемой эмпирии.

Одна из основных содержательных задач социологического анализа эмпирической информации — поиск причин, обуславливающих тот или иной характер обнаруженных социальных процессов. Для решения аналогичной задачи в статистике разработан целый арсенал соответствующих мер связи. Понятно, что этот статистический аппарат предъявляет определенные требования к анализируемой эмпирической фактуре. Самые главные из этих требований, как уже упоминалось, — случайность и независимость результатов испытаний. Социологи, не склонные вдаваться в эти методологические премудрости, легко впадают в соблазн использования в своей предметной сфере готового и, как им представляется, весьма «эффективного» арсенала средств.

К наиболее популярным из названных средств относятся показатели связи двух переменных для номинальных и порядковых шкал. Речь идет о коэффициентах ассоциации и сопряженности (для двух дихотомических переменных), коэффициентах Пирсона, Чупрова и Крамера (для номинальных переменных размерности $C \times K$), коэффициентах Спирмена и Кендалла (для ранговых шкал) и т.д.

Однако, заимствуя готовые средства анализа связи и существенно облегчая себе тем самым жизнь на этапе разработки методического аппарата, социологи сталкиваются с гораздо более трудной проблемой, когда приходится осмысливать результаты применения этих «эффективных» средств. Дело в том, что интерпретация значений названных коэффициентов связи — дело далеко не простое даже в статистической сфере. Гораздо больше трудностей, обусловленных существенной спецификой социального мира, возникает у социологов. Кроме того, названные статистические меры связи имеют еще один общий, чрезвычайно важный недостаток: они ориентированы на поиск и установление связи между переменными «в целом», на уровне «переменная — переменная». Такой уровень анализа для социолога практически никогда не бывает удовлетворительным. Подавляющее большинство задач, возникающих в социологической практике, требуют изучения взаимосвязей на уровне «значение переменной — значение переменной». Но именно этот уровень анализа рассмотренные меры связи не могут обеспечить принципиально, в силу своего статистического «происхождения».

В этом легко убедиться на конкретном примере.

На рис. 9.6 представлены две таблицы сопряженности между переменными X и Y .

	Y			
Y_3	42		58	
Y_2		58	42	
Y_1	58	42		X
	X_1	X_2	X_3	

	Y			
Y_3			60	
Y_2		50	70	
Y_1	50		70	X
	X_1	X_2	X_3	

Рис. 9.6. Различные варианты распределения ответов при объеме выборочной совокупности $N = 300$

Для обеих таблиц коэффициент Пирсона равен 0,59, коэффициент Чупрова равен коэффициенту Крамера и составляет 0,52, однако резкое различие таблиц и характера связи между переменными очевидно.

Такие же принципиальные недостатки имеют и другие методы, имеющие статистическое происхождение, которые применяются в настоящее время в социологии.

Как известно, явления социального мира, которые изучает социология, довольно плохо отображаются с помощью формальных моделей. По этой причине в разработке собственного математического аппарата на традиционной основе в социологии не было достигнуто сколько-нибудь достойных упоминания результатов. По сути дела, вся математизация социологической науки до недавнего времени развивалась по пути заимствования (внедрения) ею математического аппарата из других областей знания. Наиболее активно внедрялись методы математической статистики и теории вероятностей. Среди них в первую очередь следует назвать те, с помощью которых реализуется так называемый многомерный статистический анализ. Это дискриминантный, факторный, канонический, корреляционный, кластерный, логлинейный анализ. Каждый из этих методов может также использоваться автономно для решения соответствующих частных задач.

В многочисленной и разнообразной литературе, посвященной описанию сущности этих методов, каждый из них преподносится как «самый эффективный метод статистического анализа социологической информации». При этом по причинам, которые выходят за рамки предпринятого анализа, мало кому приходит в голову необходимость доказывать обоснованность, правомерность использования *статистических* методов для анализа *социологической* информации. В социологической обыденной практике это сочетание стало настолько привычным, что без внимания остается чрезвычайно важное и необходимое условие корректного их использования: полная тождественность характеристик социологических и статистических эмпирических данных. А характеристики статистической информации, для которых разрабатывались названные методы, следует заметить, весьма жесткие. Так, все они ориентированы для анализа *случайных* величин. Кроме того, *дискриминантный анализ*, в частности, исходит из предположения о возможности *количественного* измерения исследуемых переменных и нормальности законов их *статистических* распределений. То же можно сказать и о *дисперсионном анализе*. *Корреляционный анализ* основывается на определении *статистических* коэффициентов парной корреляции между исследуемыми переменными и определении их *статистической* значимости.

Кластерный анализ, хотя и не предполагает нормальности законов распределения изучаемых переменных и не ориентирован на их метрическую природу, может дать такой разброс результирующих группировок (в зависимости от возможных или избранных типов

метрик между объектами), что их содержательные интерпретации допускают самые разнообразные (в том числе и противоположные) толкования их смыслов.

У *факторного анализа* требования к первичной информации гораздо жестче, а получаемые на его основе результаты (кстати, весьма трудоемкие) существенно неоднозначны и потому исследователь вместо ожидаемого прояснения анализируемой проблемы сталкивается с еще более запутанным ее представлением.

Логлинейный анализ исходит из предположения о линейной зависимости логарифма парной частоты от конкретных значений соответствующих пар переменных.

Достаточно очевидно, что **ни одно** из этих условий на реальном множестве социологических эмпирических данных практически никогда не выполняется! Ведь даже такое привычное и, на первый взгляд, «очевидное» предположение о случайности социологической информации не имеет под собой никакой основы. Еще академик В.С. Немчинов в связи с этим отмечал: «Если в естествознании индивидуальные различия обычно рассматриваются как случайные, то в социологии и статистике отождествление индивидуальных и случайных различий совершенно неправомерно. Индивидуальные различия объектов, входящих в состав массовых общественных процессов, как правило, имеют не только случайный, но и по необходимости специфический (систематический) характер»¹. Даже в «родных» для упомянутых методов — теории вероятностей и математической статистике — применение каждого из них в каждом конкретном случае требует *тщательного* обоснования. Крупнейший специалист в этой области Е.С. Вентцель подчеркивала: «...при практическом применении вероятностных методов исследования всегда необходимо отдавать себе отчет в том, действительно ли исследуемое случайное явление принадлежит к категории массовых явлений, для которых, по крайней мере на некотором участке времени, выполняется свойство устойчивости частот. Только в этом случае имеет смысл говорить о вероятностях событий, имея в виду не математические фикции, а реальные характеристики случайных явлений»². Навязывать же социальным процессам вероятностную природу и называть полученные на основе таких представлений формальные конструкции «моделями» по меньшей мере наивно.

¹ Немчинов В.С. Социология и статистика // Социология в СССР. Т. 1. М., 1966. С. 327—328.

² Вентцель Е.С. Теория вероятностей. М., 1969. С. 31.

Конечно, реальную жизнь общества можно представить в виде игры, но эта игра отнюдь не похожа на комбинацию чистых случайностей, сложившихся под действием слепых сил. Здесь идет игра «мечеными» «костями», где «случайности», за которыми скрываются стремления и действия отдельных людей, социальных групп, политических партий, властных структур и т.п., как бы нарочно задуманы авторами или режиссерами нашей жизненной пьесы. «Все в мире подтасовано», говорил известный итальянский экономист XVIII в. аббат Ф. Галиани, имея в виду именно существенное отличие законов движения общества от законов природы. И этот «подтасованный мир» никак не уместится, не «схватывается» жесткими конструкциями статистических формул. Даже привычные коэффициенты парной корреляции только тогда дают достоверную характеристику связи, когда исследуемое эмпирическое множество однородно в отношении этой связи. При неоднородности (с чем чаще всего и имеет дело социолог) вычисление коэффициента корреляции теряет смысл в той же мере, в какой лишено смысла исчисление средней величины дома на улице, состоящей из ряда лачуг и дворцов.

Навязывая в угоду избранным статистическим и вероятностным методам первичным эмпирическим материалам те свойства, которыми они, как правило, не обладают, социолог получает возможность их «эффективно» обрабатывать, но впоследствии сталкивается с проблемой смысла, содержательной интерпретации получаемых результатов. Постепенно возникает осознание того, что математика, конечно, может избавить исследователя от мучительной необходимости размышлять в процессе преобразования эмпирических данных, но расплатой за эту привилегию оказываются еще более жестокие муки раздумий как до того, как математика вступит в действие, так и (особенно!) после.

Упорное стремление социологов как можно полнее заимствовать и использовать в своей работе имеющиеся статистические и вероятностные методы анализа помимо упоминавшегося выше традиционного представления об «истинной науке» имеет еще одну причину. Дело в том, что с самого своего появления в качестве самостоятельного научного направления социология развивается в ожидании постепенной замены (по мере совершенствования техники измерений) слишком «слабых» (с точки зрения масштабов допустимого математического аппарата их анализа), неудобных (и, по мнению некоторых, — неприличных для солидной науки) качественных данных, измеренных в номинальных шкалах, коли-

чественными, имеющими метрические измерители. Социологи, внедряя «более точные» статистические методы, как бы делают «прорыв» вперед, к «более развитому» этапу состояния социологической науки. Однако весь огромный уже опыт развития социологии приводит к выводу о том, что номинальность подавляющего большинства переменных, которые используются в социологических исследованиях (по различным оценкам 90—97%), обусловлена не примитивностью измерительных процедур, а фундаментальными свойствами социального мира. И с этим непреложным фактом необходимо считаться при принципиальном решении проблем математизации социологической науки.

Слабость внедренческой математизации как направления заключена в ней самой: в ее исходной концептуальной посылке за основу берется математический метод, а информация о реальном социальном мире рассматривается как сырье для демонстрации возможностей этого метода. При этом аксиоматика используемого метода, которая, по сути дела, навязывается исследуемому эмпирическому материалу, отнюдь не всегда отчетливо и честно формулируется. Слабая совместимость требований вероятностных и статистических методов с содержанием и формой социологической информации была показана выше.

Это не следует, однако, воспринимать как призыв к отказу от этих методов в социологии. Смысл проделанного анализа состоит в том, чтобы обосновать три положения:

1. Традиционные статистико-вероятностные методы должны использоваться при анализе материалов социологических исследований с величайшей осторожностью и предваряться глубоким содержательным анализом их возможностей и корректности их применения в каждой конкретной исследовательской задаче.

2. Внедрение названных методов в социологию нельзя рассматривать как перспективное направление в силу их существенной «нечувствительности» к специфике социального мира.

3. Подлинный успех математизации социологии следует ожидать на пути разработки специализированного математического аппарата.

Из вышеизложенного с достаточной очевидностью следует, что социологии необходимо решительно расстаться с представлениями о возможности прямого заимствования имеющегося статистического аппарата для нужд формального анализа социологической эмпирической фактуры. Суть методологического подхода альтернативного направления математизации социологии

формулируется следующим образом: «Не привносить математику в объект исследования, а разрабатывать математический аппарат, адекватный характеру объекта, строить математику из социальной проблемы, а не трансформировать смысл социальной реальности в угоду требованиям математического метода». Этим определяются и частные требования:

1. Методы математического анализа материалов социологических исследований не должны налагать никаких ограничений на содержание и форму представления исходной информации.

2. Эти методы не должны предполагать проведения предварительных преобразований формы исходной социологической информации, которые могли бы вызвать даже незначительное изменение их смысла.

3. Определяющим ориентиром развития методического арсенала альтернативной математики, группировки его по типам и классам задач являются прежде всего характер и структура проблем социальной практики, образующих предметную область социологических исследований.

Названным требованиям в определенной мере соответствует метод **детерминационного анализа**, разработанный С.В. Чесноковым¹. Главное его отличие от всех остальных математических методов, используемых в настоящее время в социологии, в том, что он изначально разрабатывался как специализированный метод на основе последовательного соблюдения ряда принципов, в содержании которых нашли отражение особенности социальных процессов как объектов познания.

1. В *принципе номинальности* находит отражение установка детерминационного анализа на использование в качестве исходной информации дискретных конечных множеств произвольной природы. Легко видеть, что метод ориентирован прежде всего и главным образом на анализ свойств, измеренных в номинальных шкалах.

2. *Принцип конкретности* утверждает, что основой определения взаимозависимостей между свойствами исследуемых социальных явлений должно быть установление связей между конкретными значениями этих свойств, а не между свойствами в целом. Например, надо определять связи не между возрастом и трудовой активностью (наличие такой связи очевидно без всякого исследования, и именно такую и только такую связь определяют статистические коэффициенты), а между конкретными уровнями трудовой

¹ См.: Чесноков С.В. Детерминационный анализ социально-экономических данных. М., 1982.

активности и конкретными значениями возрастных диапазонов трудящихся.

3. *Принцип ограниченной статистичности* указывает на особенность детерминационного анализа в трактовке характера анализируемых связей. Последние рассматриваются не в общепринятом смысле как мера нарушения статистической независимости, а как более или менее ограниченное нарушение детерминизма.

На первый взгляд, задача, которую решает детерминационный анализ, не оригинальна: с его помощью производится систематическое исследование условных частот или, как они часто называются, «процентных распределений», которые обычно содержатся в таблицах сопряженности значений анализируемых свойств. И действительно, в случае парных таблиц сопряженности этот метод не дает никаких преимуществ. Однако в отличие от других методов детерминационный анализ позволяет организовать вычислительный процесс и интерпретацию таблиц сопряженности любых размерностей так же просто, как и парных. Но не в этом главное достоинство детерминационного анализа. Оно состоит в том, этот метод дает результаты «только в виде соответствий между действительно реализуемыми на эмпирических объектах эмпирическими свойствами, не внося тем самым в результаты анализа излишнюю информацию, происхождение которой, как правило, в случае обычных статистических методов редко оправдано реальными свойствами объектов»¹. Это позволяет исследователю легко устанавливать адекватный содержательный смысл анализируемого числового материала, благодаря чему снимается главная проблема всех традиционных методов статистического анализа — «проблема интерпретации». Кроме того, существенно повышается глубина и детализация изучения эмпирического материала. Все это в целом обеспечивает высокую достоверность и надежность получаемых выводов.

НЕКОТОРЫЕ СВЕДЕНИЯ О КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРОГРАММАХ ОБРАБОТКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Обработка социологической информации в последние годы осуществляется полностью на персональных компьютерах. Имеется великое множество компьютерных программ, в которых реализуются рассмотренные выше методы преобразования социо-

¹ Чесноков С.В. Указ. соч. С. 67.

логической информации. Подавляющее большинство из них — уникальные авторские разработки, реализующие главным образом линейные распределения, таблицы сопряженности, группировки, подсчет некоторых статистических коэффициентов связи. Они, как правило, эксплуатируются либо самим автором, либо его ближайшим окружением, а распространяются стихийно.

Среди пакетов программ, которые поставляются на компьютерный рынок в качестве специализированного программного обеспечения, имеющего фирменное технологическое сопровождение, широко используются лишь несколько систем. Рассмотрим лишь две из них.

1. Статистический пакет для работы в области общественных наук (*SPSS*). Разработка его первой версии была осуществлена в США еще в начале 1960-х гг. и с тех пор он непрерывно модифицировался и расширялся по мере смены поколений и конструкций ЭВМ, совершенствования их технологической и технической базы, интерфейса и т.д. Пакет имеет модульную структуру. Каждый модуль предназначен для реализации какой-либо функции или определенного метода преобразования данных. В базовый пакет входят модули, реализующие получение линейных распределений и таблиц сопряженности, статистические коэффициенты связи и другие статистические характеристики рядов и таблиц распределений. Кроме того он включает все методы многомерной статистики (логлинейный, корреляционный, факторный, кластерный анализ). Последние версии этого пакета разработаны для среды *Windows* и включают новые алгоритмы реализации факторного и кластерного анализа, анализ временных рядов, расширенный ассортимент графического оформления результатов, более простой язык общения и некоторые другие, главным образом, сервисные возможности. Полноценное использование этого пакета предполагает у пользователя довольно высокий уровень владения компьютером. Вместе с другим аналогичным пакетом *SAS* он входит в обязательное стандартное компьютерное обеспечение западных социологов¹.

2. «ДА-система» реализует детерминационный анализ. Она разрабатывается и непрерывно модифицируется АО «КОНТЕКСТ» (Москва). Версия 4.0 существенно отличается от предшествующих и предназначена для работы в среде *Windows-95*, *-98* и *Windows-NT*. Она проста в обращении и используется как в странах СНГ, так и на Западе.

¹ См. подробнее: Сафонова Т.Е. *SPSS*. Методическое пособие. М., 1991.

Необходимо отметить, что для анализа социологической информации можно пользоваться и универсальными (неспециализированными) системами, такими, например, как *Excel 5.0, 7,0*. Как и всякий универсальный инструмент, он проигрывает по своим возможностям специализированным системам, но вполне пригоден для работы за неимением других. Рекомендуем его в сопряжении с рассмотренными выше для графического оформления результатов обработки.

АНАЛИЗ ВЫХОДНЫХ ФОРМ

Понятно, что числовая фактура, представленная в выходных формах, и являющаяся результатом формальных преобразований первичной эмпирии, сама по себе еще не обладает качествами информации для принятия управленческих решений. Чтобы быть включенными в управленческий цикл, выходные формы нуждаются в глубоком содержательном анализе.

Универсальной методики анализа выходных форм не существует. Это в высокой степени творческий, нестандартный процесс, на который влияет множество взаимосвязанных факторов (цель, объект и предмет исследования, конкретная проблемная ситуация, направленность сопряженных с исследуемым процессом и т.д.). Выполняется он, как правило, опытными профессиональными аналитиками. Можно, однако, отметить некоторые общепринятые нормы, определяющие логику, последовательность изложения и содержание аналитических материалов.

Основной принцип, которому подчиняется вся аналитическая работа: «от общего — к частному». Поэтому любая аналитика начинается с анализа линейных распределений. Полученные на ее основе содержательные выводы в значительной мере определяют логику, направленность и характер последующего анализа, его глубину и объем. Результаты анализа линейных распределений позволяют представить общую картину ситуации, сформулировать стратегические ориентиры при принятии решений.

Анализ таблиц сопряженности и n -мерных распределений детализирует картину, дает материал для конкретизации, повышения адресности практических действий.

Ниже приведен фрагмент реального аналитического отчета по материалам исследования, проведенного в рамках предвыборной кампании.

«Общая характеристика электората»

Пол практически не дифференцирует избирателей по степени их электоральной активности.

Самый высокий уровень электоральной активности в зависимости от *образования* наблюдается среди лиц с высшим образованием (56,5%) и неполным средним (55,9%). В группе с общим средним — самый низкий (43,5%).

Возраст и электоральная активность связаны между собой строго линейной прямой зависимостью:

<i>Придут голосовать обязательно</i>	<i>Возраст</i>					
	<i>18—25</i>	<i>26—29</i>	<i>30—39</i>	<i>40—49</i>	<i>50—59</i>	<i>60 и старше</i>
<i>%</i>	30,1	35,8	44,3	54,5	62,1	65,4

Социальное положение — существенный фактор, влияющий на активность избирателей. Лидирующие позиции занимают учителя (68,8%) и пенсионеры (64,9%). Самые пассивные — студенты (25,4%), предприниматели (37,2%) и работники культуры (38,5%). В остальных социальных группах этот показатель колеблется между 52% и 57%.

Материалы исследования свидетельствуют о наличии тенденции, разрушающей прежние представления о неизменно высокой активности сельского населения. По-видимому, в этом — специфика настоящих выборов. Впервые уровень электоральной активности на селе ниже, чем в городе: 43,5% и 50,7% соответственно. Самый высокий уровень — у жителей поселков городского типа (в большинстве своем — это центры районов) — 56,7%.

Дислокация населенных пунктов также заметно дифференцирует избирателей по степени активности. Самый низкий ее уровень зафиксирован в *N* — 20%. Самый высокий — в *L* — 71,7%. Высок этот уровень и в *Y* — 60,8%. И так далее.

Более развернутый пример анализа выходных форм приведен в приложении 7.

§ 10. «КАЧЕСТВЕННЫЕ» МЕТОДЫ В СОЦИОЛОГИИ

Изложенное выше относится к так называемой «жесткой» социологии, основанной на представлении об обществе как упорядоченном, системном образовании и неявном постулате о возможности науки дать рациональное представление и непротиворечивое объяснение объективной социальной реальности. Методология этого направления социологической науки исходит из естественнонаучного постулата о возможности исчерпывающего отображения предметной области в количественных формальных конструкциях, последующий анализ которых позволяет получить новое знание об объекте исследования. Апогей развития этого направления социологии на Западе можно отнести к середине 1960-х гг.

С конца 1960-х гг. это направление начало подвергаться критике. Она основывалась на том, что знания о социальных процессах и явлениях, получаемые на основе *макросоциологических* теорий, слишком грубы, не способны выразить глубину и объяснить достаточно полно причины происходящих событий. Начался период так называемой «гуманизации» социологии, отхода от установки только на рациональное понимание социального мира и ориентации на изучение локальных, менее масштабных социальных структур, на *микроуровень* их проявления.

«Жесткая» (или «количественная») социология нацелена на выявление *закономерностей* социальных процессов, которые характерны для *крупных социальных страт* и имеющие наиндивидуальную природу. Отдельная единица наблюдения (человек, действие, фрагмент и т.д.) рассматривается не сама по себе, а только как представитель определенной социальной страты. Главная цель «количественной» социологии — определить характер, направленность и другие характеристики взаимодействия между достаточно крупными социальными структурами.

«Качественная» социология ставит своей целью выявить те смыслы, которые являются для каждого человека побудительной причиной его суждений и действий. Она стремится установить глубинный смысл внешне наблюдаемых человеческих поступков и соотнести его с имеющимися социологическими теориями. По этой причине ее часто называют гуманистической социологией,

интерпретационной или понимающей, в зависимости от теоретических концепций, лежащих в основе этих теорий. Для «качественной» социологии важно установление субъективных, личностных причин и чувств конкретных индивидов, включенных в систему социальных взаимодействий макроуровня. Стратегия «качественного» социологического исследования нацелена на выявление частного, особенного в целостной картине социальных явлений. «Качественная» стратегия востребована и плодотворна в условиях нестабильного общества, когда многие процессы в обществе еще находятся на стадии становления и не приняли отчетливых массовых форм, а направленность их развития имеет равновозможный разновекторный характер.

В «количественной» социологии социальные структуры рассматриваются как внешние факторы, в значительной мере определяющие поведение индивида. То есть индивиды в каком-то смысле представляются как пассивные элементы этих структур. В «качественной» социологии индивиды представляются как *агенты* социального действия (Г. Зиммель, М. Вебер). Они не продукты и не «жертвы» социального мира, а его активные субъекты, которые принимают творческое участие в его формировании и функционировании. Именно в результате этого творчества и формируются общие «смыслы и значения», которые разделяются достаточно большими сообществами участников социального взаимодействия.

«Качественная» социология ориентирует исследователя выявлять субъективные смыслы личностных действий, на основе которых конструируются типические модели поведения. Таким образом, изучение социального мира в «качественной социологии» начинается с микроуровня. Только на этой основе она допускает разработку типологий социальных действий.

Различают несколько направлений качественной социологии.

Символический интеракционизм (от англ. *interaction* — взаимодействие) — теоретико-методологическое направление в современной западной социологии и социальной психологии, сосредоточивающееся на анализе социальных взаимодействий преимущественно в их символическом содержании. В рамках символического интеракционизма постулируется, что главным средством символического взаимодействия является естественный язык. Этим и объясняется усиленное внимание к исследованию языка как главного средства интерпретации смыслов социальных коммуникаций. Функционирование социума представители сим-

волического интеракционизма трактуют как непрерывный процесс выработки и изменения социальных значений языковых средств, жестов и символов, как постоянное определение и переопределение ситуаций взаимодействия его участниками. По мнению символических интеракционистов, в ходе этого переопределения меняется и объективная (для взаимодействующих субъектов) среда социальной деятельности. Именно поэтому взаимодействие между соответствующими субъектами не может быть понято только на основе фиксированных смыслов его внешних проявлений. Для этого необходимо знание внутренних контекстов используемых символов, понятных участникам взаимодействия. Представители символического иетеракционизма утверждают, что мир, в котором живут и взаимодействуют люди, имеет полностью социальное происхождение, так как значения возникают именно и только в процессе социального взаимодействия. Различные группы вырабатывают различные миры, и эти миры меняются, когда субъекты, их формирующие, меняют свои значения.

Символические интеракционисты представляют деятельность людей как совокупности социальных ролей, которая олицетворяется для них в виде языковых и других символов, что послужило основанием для наименования этого направления как «ролевая теория».

Чтобы понять социальную жизнь, надо понять смысл социальных взаимодействий в их символическом значении, что и является основной задачей символического интеракционизма. По мнению символических интеракционистов, люди не реагируют на воздействия извне автоматически. Они сначала определяют значение символов: жестов, поступков и т.д., прежде чем ответить на них. Взаимодействие между людьми возможно только благодаря сходному пониманию символов. Разгадывать намерения других люди могут потому, что в детстве их учат придавать значение предметам, действиям, событиям, то есть символам. Собственный прошлый опыт, знание жестов и способность поставить себя на место другого, принять роль другого помогают людям понять намерения других. «Принятие роли другого», а в случае сложного взаимодействия «обобщенного другого» — основа взаимодействия.

Несмотря на то, что сторонники символического интеракционизма внесли определенный вклад в понимание структуры и динамики развития человеческой личности, в изучение микропроцессов социальных взаимодействий, им не удалось выработать сколько-нибудь адекватной теории социального процесса.

Это обусловлено отказом теоретиков символического интеракционизма от анализа материальных факторов жизни общества, а также от исследования крупномасштабных социальных структур, детерминирующих социальные значения и смыслы. В некоторых своих вариантах символический интеракционизм сближается с концепциями *феноменологической социологии*, в частности *этно-методологии*.

Наибольший вклад в разработку символического интеракционизма внес американский социолог Дж.Г. Мид. Последователи — Г. Блумер, Т. Шибутани, М. Кун, Т. Партленд, представляющие (попарно) две различные школы — чикагскую и айовскую.

Феноменологический интеракционализм исходит из представления о том, что понять мотивы поведения человека можно лишь на основе знания его биографической ситуации, его «жизненного мира» (А. Шюц). Базовым положением феноменологического интеракционализма является установка на размежевание с методологическими моделями естественных наук как не способных охватить всю сущность правил (норм) и значений, составляющих основу социальной жизни.

В центре внимания сторонников феноменологического подхода оказывается не мир в целом, как у позитивистов, а собственно человек в его специфическом измерении. Социальная реальность, по их мнению, не есть некоторая объективная данность, которая находится изначально вне субъекта и только потом посредством социализации, воспитания и образования становится его составляющей. У феноменологов социальная реальность «конструируется» посредством образов и понятий, выражаемых в коммуникации. Социальные события, согласно их представлениям, лишь кажутся объективными, тогда как в действительности они предстают как мнения индивидов об этих событиях. Поскольку же именно мнения образуют социальный мир, постольку понятие «значение» оказывается в центре внимания этой школы.

Понять жизненный мир человека можно только с помощью интерсубъективности, т.е. внутренней, присущей сознанию социальности. Это означает, что объективный мир другими переживается так же, как и самим субъектом. Он общий для всех, другие в него входят как элементы субъектной биографической ситуации. Порядок и согласие в обществе можно поддерживать благодаря интерсубъективности (внутренней ситуации). Каждый субъект социального взаимодействия конструирует собственную социальную реальность, привнося в каждую свои особенности и модели

поведения (П. Бергер, Т. Лукман). При частом повторении эти ситуации типизируются, становятся достоянием других, зона их проявления расширяется. В конечном счете они институционализируются.

Этнометодология ориентирует на превращение методов этнографии и социальной антропологии в общую методологию всех социальных наук. Исследуя микросоциальные процессы взаимодействия, этнометодология фокусирует внимание на их динамике и рассматривает процессы становления и функционирования нормативных моделей и структур в ходе социального взаимодействия. Американский социолог Гарольд Гарфинкел, сформулировавший теоретические основы этнометодологии, пытался приспособить антропологические методы исследования примитивных культур и общин в процедуры исследования социальных и культурных явлений. Он рассматривал человека, прежде всего, как социализованную индивидуальность. В фокус своей теории Гарфинкел поместил проблему активности самого индивида, в силу чего он стремился изучить способы реализации человеком своих социальных ролей и функций. При этом акцент своего исследовательского интереса он сосредоточил на индивидуальной активности по воссозданию социальных институтов и социальных практик, благодаря которым, по его представлениям, и происходит создание социальной реальности.

Центральным звеном этнометодологии является концепция индексикальности и рефлексивности действия. Исходным положением стал взгляд на социальную реальность как на нечто преходящее и подверженное изменениям. Развивая идею феноменологического социального конструктивизма о множественности социальных реальностей и феноменов, создаваемых людьми, этнометодология концентрирует внимание на осмыслении способов и методов реализации социальной активности по воссозданию социального мира в целом, и социальных реальностей во всем их многообразии, в частности. Этнометодология отрицает идею о том, что люди согласуют свое поведение с предшествующей социальному взаимодействию нормативной моделью. С точки зрения этнометодологии, люди активны и сами конструируют социальную реальность. Социальную интеграцию этнометодологи рассматривают не как результат консенсуса, достигнутого на основе общего признания тех или иных ценностей или социальных интересов, а на основе различных способов интерпретации социальной реальности, применяемых участниками взаимодействия с целью представить свое

поведение согласующимся с нормативной моделью социального порядка, лежащей в основе взаимодействия. Общее признание социального смысла (значения) взаимодействия основывается на признании социальных правил (норм) поведения и нормативной модели социального устройства. Нормативная модель предстает тождественной тем способам, которые применяются участниками взаимодействия для интерпретации социальной реальности. Тем самым, взаимодействие есть одновременно и процесс созидания этой модели. Этнометодология рассматривает социальных агентов взаимодействия как индивидов, способных к созданию и воссозданию представления об общем социальном и объективном мире, состоящем из определенных ценностей, норм, правил и т.п.

Этнометодология пытается также вскрыть первоосновы способов организации повседневной жизнедеятельности людей и разработать универсальные методы современной социальной жизни. Формы социальной коммуникации в этнометодологии сводятся к речевой коммуникации, повседневной речи. По этой причине она сосредоточена на исследовании смыслов личностного поведения путем эмпирического наблюдения за каждодневной речевой практикой людей. При этом люди рассматриваются в качестве экспертов для каждой конкретной ситуации. Это послужило основанием называть это направление фольклорной социологией.

Общим для символического и феноменологического интеракционизма и этнометодологии является сосредоточенность на микропроцессах социального взаимодействия. Главная задача этих направлений социологической науки — объяснить, каким образом субъективные значения становятся объективной реальностью. Субъективные значения для этих социологических теорий являются центральными для понимания того, как строится общество: мир, переживаемый людьми в качестве реального, создается в их мыслях и действиях. Все они исходят из предположения, что социальные институты конструируются в процессе взаимодействия. В этом смысле они составили альтернативное жестко количественному, функциональному подходу видение социальной реальности и индивидуального поведения.

В целом «качественная» социология является микросоциологией. В отличие от «количественной» начало исследования социального мира в ней смещено на *личностный* уровень. Объектами ее исследования становятся агенты социального действия, их личный повседневный опыт взаимодействия с другими, выраженный в словах, высказываниях, рассказах о собственной жизни. Анализируя

символы (слова, знаки) интерактивной коммуникации, социолог интерпретирует конкретные смыслы *локального* социального существования людей, пытается обобщить свои наблюдения, перевести их на уровень более *общих* теорий социального смысла.

В арсенале «качественной» социологии насчитывается более 40 методов и стратегий. К ним, в частности, относятся следующие.

Исследования отдельных общностей — **кейс-стади** (*case study*). Представляет собой изучение уникальных социальных объектов в совокупности его взаимодействий с традиционными методами. Этими объектами могут быть замкнутая общность, труднодоступная для изучения другими методами — преступные группировки, бомжи, нищие и т.д., социальные элиты, религиозные секты, небольшие группы, связанные общей трудовой деятельностью. Объектом исследования является, как правило, отдельный случай. Иногда он сравнивается с другими, но число других обычно не превышает трех-четырех. Источниками информации обычно служат включенное наблюдение, фотографии, фокус-интервью или экспертные интервью, производственные характеристики, аудио- и видеоматериалы. Особенность кейс-стади — глубинное изучение уникальности объекта. Содержательные выводы носят сугубо локальный, прикладной характер и направлены, как правило, на разрешение конфликтов или на более успешную организацию функционирования объекта.

Этнографические исследования представляют собой многоаспектный анализ повседневной практики определенной общности с точки зрения ее культуры, отличающейся от культуры основной массы населения, и имеют описательный характер. Источниками информации в этом случае могут быть письма, личные документы, фотографии, образцы фольклора, групповые интервью.

Исторические исследования имеют своим предметом субъективный опыт переживания определенных исторических событий. Объектом может быть локальное или общезначимое событие — история движения, организации, населенного пункта. Они оказываются особенно ценными, когда отсутствует достаточная достоверная информация об общезначимом событии. Главное в данных исследованиях — определить уровень правдивости информанта, достоверности его воспоминаний, возможностей его памяти. Источники информации — мемуары, дневники, письма, интервью, официальные документы.

История семьи изучает историю взаимодействия семьи и общества на протяжении поколений. Семья рассматривается как отно-

сительно устойчивая малая группа в исторической перспективе. Изучаются процессы социальной и территориальной мобильности членов семьи, преемственности или изменения социального статуса семьи от поколения к поколению, передачи «культурного материала» или его трансформации. Источники информации — семейные архивы, глубинные интервью, генеалогические графы.

История жизни человека — одно из самых распространенных направлений «качественной социологии». Метод получения информации — биографическое интервью, которое представляет собой повествование о жизни как о своего рода «сценическом представлении». Внимание исследователя направлено на сам *способ* построения рассказа о жизни, последовательность «конструирования» биографии для выявления социальной идентификации респондента. Эти исследования часто используются при изучении гендерных проблем: они позволяют глубоко изучить особенности мужских и женских моделей поведения в определенных социальных общностях. Некоторая совокупность биографических повествований может дать возможность для реконструкции *коллективного* опыта «проживания» определенных социальных ситуаций, для построения типологии жизненных стратегий в сходных ситуациях. Источник информации — совокупность биографических интервью, а также официальные и личные документы, социальная статистика, архивы, материалы исследований общественного мнения, относящиеся к контексту данной исторической ситуации.

«*Фокус-группы*» как способ выявить различие в понимании некоторой проблемы, события, явления определенными группами людей используется в маркетинговых исследованиях, изучении покупательского спроса, реакции на рекламу, определении отношения к политическому деятелю, партии и т.п. Этот метод совмещает качественный и количественный подходы, так как исследуемые группы должны репрезентировать определенную социальную общность. Состав группы определяется целью и задачами исследования. Это могут быть представители полярных общностей, гомогенная группа (студенты, пенсионеры, военные), «целевая» (слушатели, читатели какого-либо канала СМИ), «случайная» группа (например пережившие какое-либо общее бедствие). Численность таких групп до 15 человек. Более подробно методика проведения и основные сведения о фокус-группе представлена ниже.

Как видно, подходы к исследованию социальных явлений у «качественной» социологии в каком-то смысле противоположны тем, на которых базируется «количественная» социология. Однако

это обманчивое впечатление. Между ними нет непроницаемой стены. При грамотном использовании, в *совокупности* они дают целостную, многомерную картину социального мира.

МЕТОД ФОКУС-ГРУПП

Этот метод относится к сфере так называемой «качественной» социологии. Он основывается на инициации и использовании активности респондентов, акцентирует внимание на выявлении и анализе неосознаваемых факторов человека, его установок и принципиальных позиций при восприятии и реакции на предъявляемую информацию, формировании собственного мнения. Метод фокус-групп представляет собой фокусированное интервью, реализуемое в форме групповой дискуссии и направленное на получение от ее участников субъективной информации, возникающей у них в связи с восприятием самых различных, но вполне определенных явлений: конкретных товаров, услуг, другой информации и т.п. Полученные сведения позволяют получить представление о субъективных значениях респондентов, возможной мотивации их поведения.

Групповое интервью как метод получения информации начал использоваться в США в 1920-х гг. В 1940-е гг. получило развитие «фокусированное» интервью (индивидуальное и групповое). Его принципы и методические правила были разработаны Р. Мертоном и Г. Герцогом в процессе их совместного исследования восприятия материалов пропаганды союзников на свои армии в годы войны. Фундаментальное обобщение этого метода было сделано Р. Мертоном и зафиксировано в его книге «Фокусированное интервью» (1956 г.), до сих пор входящей в классический арсенал социологической литературы.

В дальнейшем этот метод наиболее широко применялся в исследованиях рекламы и маркетинге, где и получил наименование «фокус-группа». В настоящее время сфера его применения существенно расширилась. Он используется везде, где необходимо изучить возможные реакции, формы и мотивы поведения конкретных социальных групп. Как самостоятельный, самодостаточный метод «фокус-групп» используется редко. Как правило, он сочетается с одним или несколькими количественными, «жесткими» методами.

1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕТОДА «ФОКУС-ГРУПП»

Как отмечалось, этот метод входит в арсенал «качественной» социологии. Как и для всех качественных методов, для него характерно отсутствие ориентации на жесткую формализацию процедур получения эмпирической фактуры и обеспечения ее репрезентативности. Эти недостатки метода компенсируются возможностью более глубокого и многомерного понимания сущности исследуемых феноменов. Кроме того, этот метод позволяет выйти за рамки жестких объяснительных априорных структур, закладываемых в инструментарий формализованных методов, и получить объяснительные конструкции, гораздо более близкие к реальности. Главное его достоинство — возможность вскрыть мотивационные аспекты поведения людей, их ожидания, ценности, представления о смысле происходящих процессов.

В основе «фокус-группы» лежит принцип фокусированного интервью. Этот тип интервью имеет полустандартизированный характер и занимает промежуточное положение между направленным и ненаправленным интервью. Оно сочетает фокусированность на конкретную проблему первого и свободу формы высказывания для респондентов второго. Фокусированность означает, что данный тип интервью ограничен очень малым числом обсуждаемых проблем.

Фокус-группа представляет собой лабораторную группу, находящуюся в условиях, максимально приближенных к естественным. Данной группе ставится задача обсудить предлагаемые проблемы в процессе межличностного общения с членами группы для формирования достаточно четкого суждения о каждой из них. Задачей ведущего (модератора) является обеспечение условий для повышения степени самораскрытия участников.

В основе работы фокус-групп лежит учет феноменов и закономерностей групповой динамики: внутриличностных, межличностных и экологических переменных, влияющих на «зоны комфорта» участников, лидерства и руководства в группе, групповой совместности и групповой сплоченности. Обеспечение названных условий позволяет участникам фокус-группы проявить свое отношение к предъявляемым сообщениям, а исследователю зафиксировать эти отношения и определить, как они влияют на поведенческую мотивацию.

Можно выделить *три вида* базисных психотехнических действий, которые лежат в основе успешной работы фокус-групп.

1. Организация совместной *деятельности* участников по воссозданию своего отношения к исследуемому объекту. При этом задача модератора — обеспечить возможность раскрытия творческого потенциала каждого участника.

2. Организация *общения*, наполненного доброжелательностью, доверительностью и заинтересованностью мнением друг друга. Такие условия общения рассматриваются как основное средство объединения ее участников. Благодаря этому воспроизведение личностного отношения каждого участника фокус-группы на основе активизации межличностной обратной связи опосредуется мнениями других участников.

3. Обеспечение возможности проявления как эмоциональных, так и рациональных когнитивных процессов в их единстве. Именно эмоциональные переживания позволяют участникам группы по-новому увидеть проблему и определить свое отношение к ней.

Сочетание всех трех видов психотехнических действий обеспечивает творческий совместный характер деятельности участников фокус-группы и определяет главную ценность этого метода.

В основе метода фокус-группы лежит *групповая дискуссия*, которая позволяет каждому участнику прояснить собственную позицию и одновременно выявить многообразие подходов, точек зрения по каждому из предъявляемых вопросов. Поэтому чрезвычайно важно создать в группе обстановку доверия, открытости, включенности в групповой процесс. Формирующаяся в результате установка на доверительный контакт стимулирует готовность и умение открыто предъявлять свою позицию, собственное мнение и одновременно отнестись к своему мнению не как к единственно возможному.

Фокус-группа предполагает установление в ней непосредственной обратной связи, характерной для любого успешного процесса межличностного общения. В основе этой установки — предположение о том, что люди могут нуждаться в том, чтобы услышать мнение других, прежде чем они сформулируют свою собственную точку зрения. Как известно, некоторые мнения могут формироваться быстро и иметь абсолютную определенность. Другие мнения динамичны и могут менять свое содержание в зависимости от влияния извне. Задача исследователя — определить эти изменения, выявить и определить природу влияющих на эти изменения факторов.

Каждая дискуссия проходит определенные *этапы развития*. Обычно выделяют три таких этапа:

- ⇒ ориентация в проблеме и друг в друге;
- ⇒ оценка, сопоставление и даже конфронтация идей;
- ⇒ консолидация мнений.

В организационном плане развитие групповой дискуссии проходит следующие *фазы*:

- ⇒ определение целей и темы дискуссии;
- ⇒ сбор информации (знаний, суждений, мнений, новых идей, предложений всех участников дискуссии) по обсуждаемой проблеме;
- ⇒ упорядочение, интерпретация и оценка полученной в ходе дискуссии информации;
- ⇒ подведение итогов дискуссии.

Процедура фокус-группы в целом проходит те же этапы развития, за исключением этапа интерпретации и оценки информации ее участниками. Объясняется это тем, что целью фокус-группы является не достижение консенсуса, а получение информации. Успех работы фокус-группы заключается в том, чтобы поставить закономерности ее развития на службу целям и задачам исследования.

Главное условие успеха фокус-группы — создание ощущения комфорта у ее участников при проявлении ими своих мыслей и эмоций. Существует множество факторов, которые влияют на «зоны комфорта» участников. Традиционно эти факторы делят на три группы: внутриличностные, межличностные и экологические.

В рамках *внутриличностных* факторов различают демографические (возраст, пол, профессия, социальное положение, образование, вероисповедание, национальность), физические (рост, вес, здоровье, внешность) и личностные. Последние наиболее важны в групповом процессе. Модератор фокус-группы должен оценить все индивидуальные характеристики на первых минутах интервью и учитывать их в работе. Рекомендуется проводить предварительное изучение личности по телефону. Это позволяет сформировать структурно гомогенную или гетерогенную группу в зависимости от целей исследования.

Межличностные факторы оказывают большое влияние на межличностные процессы в группе. Среди них выделяют социальные стереотипы, составляющей частью которых являются межличностные ожидания. Именно они определяют сплоченность группы,

совместимость ее участников, восприятие ими социальной власти и др.

Сплоченность группы характеризуется притяжением к группе, нежеланием ее покинуть, уровнем мотивации и координацией усилий ее участников. Хотя фокус-группа имеет временный характер, для успешности ее работы необходим определенный уровень сплоченности. Установлена прямая положительная корреляция между сплоченностью фокус-группы и ее эффективностью. Чем больше сплочена группа, тем большее влияние ее участники оказывают друг на друга.

Экологические факторы объединяют влияние окружающей среды на успех фокус-группы. К ним, как правило, относят территориальность, личное пространство и организацию пространства. Под территориальностью понимают занятие группой определенного физического пространства и контроль над ним и находящимися в нем объектами. Установлено, например, что групповое взаимодействие более интенсивно в маленьких комнатах, что картины и другие настенные украшения отвлекают членов группы и т.д., личное пространство — это область непосредственного окружения личности, активно ею охраняемая, вторжение в которую вызывает состояние дискомфорта. Оно может быть обусловлено знакомством, симпатиями, полом, возрастом, социальным статусом, культурными особенностями и т.п. Организация пространства — выбор членами группы определенного местоположения. Считается, что для успешности дискуссии наиболее оптимально размещать ее участников за небольшим круглым столом. При этом модератор выступает в роли номинального лидера.

Успешное *лидерство* коррелирует со следующими личностными особенностями и умениями: способностью адаптироваться к ситуации, честолюбием, ориентацией на достижение, высоким интеллектом, самоуверенностью, кооперативностью, решительностью, энергичностью, доминантностью, настойчивостью, толерантностью к стрессу, творческими, организаторскими и другими способностями. Поскольку модератор не обладает формальной властью над членами фокус-группы, он вынужден использовать убеждение и такт для активизации ее участников и поддержания их интереса к теме. Наиболее приемлемым стилем руководства является поддерживающий, при котором модератор обозначает свой интерес к личностям членов группы, дружелюбен, внимателен, тактичен, заботлив и доступен к каждому из них, обращается с ними как с равными.

2. ПРОЦЕДУРА И МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ФОКУС-ГРУППЫ

2.1. ПЛАНИРОВАНИЕ ФОКУС-ГРУППЫ. ПОДБОР ЕЕ УЧАСТНИКОВ

Как и любое исследование, фокус-группу необходимо начинать с четкого осознания поставленных целей. Надо ясно сформулировать, на получение какой информации направлено исследование, и, самое главное, кому нужна эта информация. Необходимо отчетливо представлять характер и содержательную номенклатуру информационных потребностей реальных или потенциальных потребителей этой информации. Дальнейшая последовательность действий выглядит следующим образом:

- ⇒ подбор участников фокус-группы;
- ⇒ составление списка обсуждаемых вопросов (топик-гайда или интервью-гайда);
- ⇒ подбор дополнительных методик;
- ⇒ разработка примерного плана и характера (сценария) работы модератора;
- ⇒ подбор и организация места и времени проведения фокус-группы;
- ⇒ определение метода и характера обработки и анализа полученной информации;
- ⇒ определение выходных форм представления результатов исследования.

К самым важным относятся разработка перечня вопросов и формирование состава группы.

Подбор *состава группы* (рекрутирование) проводится в зависимости от целей исследования, а сам состав может быть однородным, гетерогенным или иметь более сложную структуру. Чаще всего он бывает однородным. Гомогенность фокус-группы обеспечивается по признаку профессии, социального положения, образования, возраста, семейного положения и т.п. Типичными критериями подбора участников фокус-группы также являются читатели какой-либо газеты или зрители телепрограммы, владельцы определенной марки автомобиля, покупатели определенного товара и т.п. При этом часто используются соответствующие списки, из которых случайным образом отбираются члены группы. Иногда используются телефонные или уличные экспресс-интервью, из результатов которых и определяется, обладают ли респонденты

необходимыми качествами. Часто при рекрутировании группы используется принцип «снежного кома». Он заключается в том, что члены группы с необходимыми характеристиками рекрутируются в соответствии с рекомендациями участников уже работающей фокус-группы.

Иногда нецелесообразно включать в одну группу мужчин и женщин, особенно в случае обсуждения по-разному воспринимаемых проблем. Это создает ситуацию, при которой возникает желание «покрасоваться» друг перед другом, что снижает искренность ответов. Рекрутировать супружеские пары также нецелесообразно, так как активным бывает обычно один из супругов. Кроме того, участники фокус-группы не должны быть знакомы с модератором и принимать участие в работе фокус-групп на сходные темы. Необходимо также, чтобы со времени последней фокус-группы, в которой принимал участие потенциальный член группы, прошло не менее года, а общее число групп в жизни каждого участника не должно превышать трех. Нежелательно также участие в группе друзей, так как они нарушают анонимность, ведут личные беседы, поддерживают мнения друг друга и таким образом нарушают естественную обстановку.

Для рекрутирования профессиональных групп часто используются те места, где собираются соответствующие специалисты: на торговых выставках, конференциях, совещаниях и т.п.

Величина фокус-группы колеблется от 6 до 12 человек. Бóльшая величина делает группу трудноуправляемой. Конкретный размер группы зависит от цели: если надо получить углубленную информацию, то предпочтительнее небольшие группы, если важно выяснить возможную палитру мнений, то формируют большую группу.

Обычно рекрутируют на 2—3 человека больше необходимого объема на случай непредвиденных трудностей. Предпочитают попросить лишних уйти, чем отменять работу всей группы.

Количество групп обычно колеблется от 2 до 4. Критерием служит так называемый «порог повторяемости информации». Как правило, основная и разнообразная информация получается в результате работы 2 групп. Начиная с 3-й группы, информация начинает повторяться.

Одна из трудностей организации работы фокус-группы — необходимость собрать много людей в одном месте в одно время. Поэтому на стадии рекрутирования заранее выясняют у каждого потенциального участника предпочтительные для него варианты

и разрабатывают приемлемый компромисс. Фокус-группу легче проводить в знакомых для всех участников районах, куда легко добираться. Определяются формы и размеры поощрения. В перерыве предусматривается легкая закуска.

2.2. СОСТАВЛЕНИЕ ПЛАНА ИНТЕРВЬЮ

Обязательный элемент фокус-группы — предварительный план (интервью-гайд). Он представляет собой приблизительный список обсуждаемых вопросов, задаваемых модератором в определенном порядке. При его разработке руководствуются двумя общими принципами:

1. Последовательность вопросов строится от «общего» — к «частному»;
2. В рамках каждого обсуждаемого блока проблем последовательность вопросов располагается по мере снижения важности их содержания.

Возможны некоторые отклонения от этих принципов, но в целом их надо соблюдать.

Сценарий работы фокус-группы уникален и определяется ее задачами, однако имеются и общие правила, которые по возможности необходимо соблюдать.

Первый вопрос модератора должен быть направлен на то, чтобы последовательно включить всех участников в дискуссию и спровоцировать каждого из них высказаться. В последующих вопросах модератор старается сузить проблематику обсуждения и сосредоточить внимание на главном предмете исследования.

Список обсуждаемых вопросов, как правило, не превышает десяти, а оптимальная их численность 5—6. Больше количество вопросов можно обсудить в гомогенной группе, меньшее — в гетерогенной. Чем сложнее проблема, тем меньше ее аспектов удастся рассмотреть.

Начинается обсуждение, как правило, с открытых неструктурированных вопросов. Такой тип вопросов хорошо «раскачивает» инициативу, помогает раскрыть особенности участников, выявить широту и разнообразие возможных мнений. К концу работы модератор чаще оперирует закрытыми, структурированными вопросами, фокусируя внимание участников на конкретных проблемах.

Неструктурированный вопрос — это аналог открытого вопроса в анкете. К нему не предлагается никаких вариантов ответов. Например, «Какой из каналов центрального телевидения в наибольшей

степени способствует формированию единого информационного пространства?». Вопросы такого типа в наибольшей степени способствуют развитию раскрепощенного взгляда на обсуждаемую проблему, позволяют выбрать наиболее актуальный ракурс ее рассмотрения.

Полуструктурированный вопрос — это аналог полузакрытого вопроса в анкете. Он частично ограничивает возможные варианты ответов. Например: «Какой из каналов центрального телевидения, кроме государственных, в наибольшей степени способствует формированию единого информационного пространства?»

Структурированный вопрос — аналог закрытого вопроса в анкете. Он задается вместе с полным набором предлагаемых для обсуждения ответов. Например: «Какой из первых шести каналов центрального телевидения в наибольшей степени способствует формированию единого информационного пространства?» Задавая вопрос этого типа, модератор практически полностью контролирует содержание обсуждаемых тем. Вопросы этого типа, как правило, задаются в тех случаях, когда у респондентов еще не сформировалась определенной точки зрения на проблему и в них еще силен элемент неуверенности. Сужая пространство поиска с помощью закрытого вопроса, модератор в дальнейшем должен пользоваться слабо или совсем неструктурированными вопросами, так как основная задача фокус-группы не выявление реакции участников на мнения модератора, а определение их видения проблемы в целом.

Необходимо помнить, что вопросы в коллективной дискуссии часто не только предназначены для получения информации, но и для установления доброжелательной атмосферы взаимодействия и взаимного доверия. Эту функцию прекрасно реализуют открытые неструктурированные вопросы. Они в наибольшей степени помогают участникам почувствовать себя раскованно и свободно.

Модератор также должен по возможности избегать использование вопроса «почему?», так как он, как правило, предполагает рациональный ответ и переводит режим свободной импульсивной дискуссии в рациональную плоскость, снижает широту высказываемых мнений. Кроме того, этот вопрос обладает остротой, напоминающей допрос.

Все вопросы должны формулироваться коротко, понятно и просто, в них по возможности не должны содержаться специальные термины и наводящие на определенный ответ внушающие элементы.

Поначалу план интервью содержит максимальное число вопросов. Впоследствии, по мере доработки их численность сокращается. На этапе доработки могут использоваться эксперты, специалисты по данной проблеме и специалисты по методике фокус-групп. Главное при совершенствовании плана интервью — ясные логика и порядок задаваемых вопросов. В качестве пилотажа инструментария может использоваться первая фокус-группа. При анализе полученных с ее помощью материалов можно скорректировать численность и формулировки вопросов и ответов, порядок их следования, состав участников и т.п. Если после пилотажа корректив оказывается очень много, то материалы первой фокус-группы аннулируются. Если корректив немного и они не носят принципиального характера, то они включаются в общий со всеми последующими фокус-группами эмпирический материал.

2.3. ВЕДУЩИЙ (МОДЕРАТОР) ФОКУС-ГРУППЫ

Модератор — центральная фигура фокус-группы, оказывающая решающее влияние на ценность получаемой информации. Он должен:

⇒ знать, что делать с синдромом «рационального человека», когда респонденты дают только «правильные» ответы на уровне стереотипов;

⇒ держать «в руках» нить дискуссии, быть гибким, вызывая на откровенность респондентов с противоположными взглядами;

⇒ хорошо знать процессы групповой динамики: руководить неощутимо мягко, но не допускать отклонений от темы;

⇒ иметь хорошую память, обладать умением слушать, создавать доброжелательную обстановку, вызывать доверие, быть контактным, проявлять искренний интерес к другим;

⇒ обладать чувством времени, равномерно распределяя обсуждение вопросов;

⇒ уметь ясно и доходчиво выражать свои мысли как письменно, так и устно.

Работу модератора можно рассматривать как особый вид творческой деятельности, выполнение которой под силу лишь людям с определенными природными данными.

Проведение фокус-группы требует от модератора высокой концентрации внимания и самодисциплины. Он, в частности, должен абсолютно точно помнить содержание и порядок обсуждаемых вопросов. Никаких текстов для зачитывания вопросов не допускает-

ся, так как это радикально снижает естественность обстановки и качество получаемой информации.

Модератор должен каждый этап прохождения фокус-группы соотносить с общей ее композицией и оценивать его с точки зрения как решения конкретной задачи, так и достижения конечной цели исследования. Модератор должен сочетать в ходе дискуссии видимую нейтральность, беспристрастность и одновременно живую заинтересованность в мнениях окружающих и стремление глубоко разобраться в обсуждаемых проблемах.

Основой хорошей профессиональной подготовки модератора является практика. Главным образом благодаря ей у него вырабатывается знание типичных ситуаций и возможных проблем, формируется набор эффективных методов их преодоления, накапливаются навыки и умения их применять и творчески модифицировать для каждого конкретного случая.

Важным качеством модератора является способность преодолевать или по крайней мере сдерживать свои собственные субъективные предубеждения. К числу последних относятся:

личные предубеждения, проявляющиеся в естественном желании позитивно относиться и усиливать выражение согласующихся с собственной точкой зрения;

склонность «угодить клиенту» — благосклонно воспринимать те мнения и позиции, которые соответствуют точке зрения заказчика;

склонность к логичности — позитивно относиться и поощрять те мнения и точки зрения, которые обладают строгой логикой и аргументацией.

Работа фокус-группы проходит в три этапа: 1) предстартовая пауза, предназначенная для полного сбора всех участников, налаживания контактов, создание атмосферы непринужденности, ознакомления участников с порядком работы, ее целью, задачами и т.д.; 2) собственно работа фокус-группы; 3) заключительная стадия, предназначенная для выражения благодарности и вознаграждения участников, получения их оценок проведенной работы.

2.4. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ФОКУС-ГРУППЫ

Время место и проведения

Обычно для проведения фокус-групп выбирают вечер рабочего дня или выходной день. Длительность фокус-группы зависит от целей и колеблется от 1,5 до 3,5 ч. Продолжительность работы

обязательно объявляется участникам заранее. Объясняется это тем, что эффективность работы резко снижается, если работа продолжается сверх запланированного времени.

Помещение для работы фокус-группы должно быть просторным, но не огромным, чтобы человек не чувствовал себя в нем потерянным. Оно должно обладать определенным уровнем уюта, чтобы участники чувствовали себя комфортно физически и психологически. Общий интерьер должен быть гармоничным, но не перегруженным деталями: они отвлекают внимание от работы. Располагаться участники должны таким образом, чтобы иметь максимальную возможность для контактов глаз как между собой, так и с модератором. При этом участники чувствуют себя достаточно удобно и комфортно. Желательно для каждого участника иметь карточку с именем (без фамилии). Они активизируют участников и создают чувство групповой сплоченности и позволяют модератору адресовать вопросы конкретным участникам с одновременным контактом глаз.

Техническое оснащение

Работа фокус-группы, как правило, записывается на аудио- или видеопленку. Звукозаписывающая аппаратура должна быть установлена таким образом, чтобы все, даже обладатели очень тихого голоса, были записаны достаточно внятно. Кроме того, работа группы происходит при участии наблюдателей.

Поскольку и звукозаписывающая аппаратура, и наблюдатели оказывают влияние на определенные категории людей и, следовательно, на качество их ответов, модератор обязан в начале работы группы предупредить всех, что присутствуют наблюдатели или ведется запись. Если наблюдатели находятся в соседней комнате и наблюдают за ходом обсуждения через одностороннее зеркало или на мониторе, на который выведено изображение, достаточно просто сказать группе, что они присутствуют.

Когда наблюдатели находятся в одной комнате с группой, они должны сидеть отдельно от группы. В такой ситуации подходящим будет представить наблюдателей — только по имени — вместе с объяснением, что они наблюдатели. Обычно не называют организации и должности наблюдателей и причины, почему они наблюдают, так как такая информация может повлиять на ответы респондентов. О том, почему и для кого проводится исследование можно рассказать участникам в конце заседания.

Когда используются записывающие устройства, обычно их присутствие объявляется с заверением членов группы в том, что запись останется конфиденциальной и ее использование будет ограниченным. Модератор может сказать, что аудиозапись устраняет необходимость делать записи участникам группы. Часто возникает необходимость продемонстрировать группе рекламный ролик или отрывок из теле- или радиопередачи. В таком случае помещение должно быть оснащено соответствующей техникой. Важно, чтобы вся техника была в безупречном рабочем состоянии.

Кроме этого, для работы фокус-группы нужна демонстрационная доска, бумага, ручки, фломастеры, цветные карандаши, маркеры, клей, ножницы и т.д.

Способы проведения фокус-группы

Как уже отмечалось, модератор может использовать разные стили интервьюирования, которые зависят от личностных особенностей модератора, социальных и психологических особенностей респондентов и от исследуемой темы. Одним из важных параметров стиля интервьюирования является его директивность.

Директивный подход обычно позволяет охватить больше тем или более детально охватить специфические темы. Недирективный подход создает больше возможностей для группового взаимодействия и раскрытия. Большинство групп проводится в промежуточном стиле между директивным и недирективным.

Модератор может варьировать уровень интимности. В некоторых случаях он занимает по отношению к группе объективную позицию «на расстоянии». В других случаях может оживить обсуждение, рассказывая личные примеры. Такой стиль хорош при обсуждении чувствительных тем. Опасность этого подхода состоит в том, что чем больше модератор становится участвующим членом группы, тем больше вероятность того, что группа будет давать такие ответы, которые, по их мнению, модератор хочет услышать.

Стиль интервьюирования может также изменяться в зависимости от использования вспомогательных средств обсуждения. Некоторые группы ограничиваются простым задаванием вопросов. Обсуждение в других группах дополняется демонстрацией каких-либо образцов. Кроме того, модератор может использовать вспомогательные методики. В фокус-группах часто используются следующие методики: свободные и направленные ассоциации; завершение предложений; завершение рисунка; аналогия; персона-

лизация; психологический рисунок; ролевая игра; рассказывание истории; лепка; коллаж и другие.

Проведение фокус-группы — это искусство, которое требует значительного опыта и подготовки. Качество полученных данных — прямой результат того, насколько хорошо модератор ее ведет. Работа группы начинается с создания высокого уровня комфорта для участников и уточнения основных правил обсуждения. Модератор движется от вопроса к вопросу, извлекая смысл из высказываний респондентов. В то же время он должен поддерживать контроль над группой и обеспечивать возможность каждому внести свой вклад в обсуждение.

2.5. АНАЛИЗ ДАННЫХ ФОКУС-ГРУППЫ

Анализ и интерпретация данных фокус-группы требуют высокой квалификации исследователя. Скептицизм в отношении ценности фокус-групп возникает из-за восприятия данных фокус-группы субъективными и трудными для интерпретации. Тем не менее, анализ и интерпретация данных фокус-группы могут быть такими же точными, как анализ данных, полученных другими методами. Как и для других типов данных, характер анализа данных фокус-группы должен быть определен исследовательскими задачами. Объем анализа и степень его детальности и точности варьируются в зависимости от целей исследования. Анализ результатов фокус-группы начинается с обращения к целям исследования. Основные принципы анализа — всегда помнить решаемые задачи. Иногда задача исследования достаточно узка и нет необходимости заниматься тщательным анализом. Например, фокус-группа проводится для того, чтобы выработать соответствующий язык для составления анкеты почтового опроса. С другой стороны, могут быть гораздо более сложные ситуации, где задача заключается в том, чтобы понять причины принятия определенного решения респондентами.

Существует несколько уровней анализа материалов:

- ⇒ уровень сознательных, рациональных факторов;
- ⇒ уровень личных чувств, эмоций и языка;
- ⇒ уровень интуитивных ассоциаций;
- ⇒ уровень бессознательных реакций, желаний и отождествлений.

Сложность анализа данных фокус-группы заключается, прежде всего, в том, что в ней всячески поощряется взаимодействие между

респондентами. Это дает возможность людям менять свои взгляды под влиянием других участников дискуссии. Исследователю приходится сравнивать разные ответы на один и тот же вопрос и приводить их к какому-то общему знаменателю. Для этого необходимо учитывать контекст ответа и взаимодействия участников. Исследователь должен также обращать внимание на интенсивность и эмоциональную окрашенность ответов респондентов. Важно учитывать и внутреннюю последовательность ответов. Важно также проследить, меняется ли позиция участников под воздействием дискуссии. Таким образом, исследователь должен принимать во внимание очень много аспектов анализа при сравнении достаточно простых ответов. Исследователю необходимо выделить как наиболее типичные, повторяющиеся результаты, так и разнообразие опыта и восприятия респондентов.

Поскольку анализ данных фокус-группы требует определенного искусства, отличного от искусства руководства группой, иногда работу модератора и работу аналитика выполняют разные люди. Но лучше, чтобы анализ осуществлялся модератором и его ассистентом, хорошо знающими обстановку возникновения данных.

Наиболее сложная часть анализа — интерпретационная, в которой излагается содержание полученных данных. В интерпретации необходимо принимать во внимание то, что не выражено непосредственно в словах: невербальные проявления, интенсивность и последовательность высказываний участников.

Необходимо, чтобы подведение итогов каждой фокус-группы осуществлялось модератором и его ассистентом как можно быстрее после окончания работы группы и обязательно до следующей фокус-группы. Прежде всего, они проверяют, все ли записано на пленку, и, если есть пропуски, восстанавливают дискуссию по памяти или по своим записям. После этого важно обсудить, каковы были ответы участников группы на основные вопросы, и обменяться мнениями по поводу работы фокус-группы, характеристик участников, отдельных слов и фраз, используемых участниками, энтузиазма участников, соответствия комментариев участников их поведению. Следует обратить внимание на невербальное поведение респондентов, свидетельствующее об их согласии, усталости, фрустрации, беспокойстве и т.д. Такое предварительное обсуждение целесообразно записать на магнитофон или изложить на бумаге.

Следующим шагом анализа является расшифровка записей и составление стенограммы. Исследователь редактирует ее, убирая

незаконченные предложения, полужаконченные мысли, лишние фразы и характеристики, делая текст более читабельным. При этом важно делать соответствующие пометки, чтобы сохранить характер обсуждения. Кроме того, стенограмма дополняется пометками невербальных проявлений, каких-то специфических событий и другими данными наблюдений.

Главное при редактировании — сохранить точное значение, которое имел в виду говорящий.

Когда стенограмма готова, исследователь приступает к ее анализу. Простейший способ обработки данных фокус-группы заключается в выделении отдельных тем в протоколе группы. Они могут быть помечены разными маркерами. Далее стенограмма разрезается и все кусочки, относящиеся к одной теме, собираются вместе. Каждая тема анализируется отдельно.

Слабость этого способа заключается в том, что отнесение высказывания к той или иной теме может быть субъективным. Поэтому предпочтительнее, когда несколько исследователей анализируют одну стенограмму. Часто требуется более сложная процедура анализа, в частности, — методика контент-анализа.

2.6. ПРОБЛЕМА ВАЛИДНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ФОКУС-ГРУППЫ

В основе фокус-группы и ее валидности лежит тесное взаимодействие между исследователем и респондентами. В силу того, что модератор стимулирует и поощряет наиболее правдивые ответы, сторонники качественных методов считают, что результаты этих методов могут создать условия для более глубокого анализа, чем результаты, полученные при помощи формальных количественных методов.

Однако вопрос о валидности результатов фокус-группы не так прост. Валидность его результатов зависит не только от процедуры, но и контекста, а также от той проблемы, которая является объектом исследования.

Сторонники количественных методов заявляют, что никакие результаты фокус-групп не являются валидными. Например, если проводится группа, для того чтобы получить восприятие потенциальной программы, то встает вопрос — является ли фокус-группа такой процедурой, которая действительно дает представление о взглядах участников в отношении этой программы, или эти результаты получены искусственно, путем взаимодействия участников

группы? Любые измерения человеческого поведения могут быть искажены преднамеренно или непреднамеренно. Люди не всегда правдивы, а иногда они дают ответы, которые, на их взгляд, лучше всего подходят ситуации или являются социально желательными. Специалисты в области работы с малыми группами подтверждают, что невозможно предсказать конкретный характер той или иной группы, что лидеры группы или модератор могут очень искусно, а иногда невольно привести группу к определенным решениям.

Однако подготовка и проведение фокус-группы предусматривает целый ряд тестирующих процедур, проверяющих и подтверждающих, что исследуется именно то, что нужно. Проводятся экспертные оценки, пилотажные исследования, специальные анкетные опросы.

Для того чтобы добиться высокой валидности результатов фокус-группы, исследователю необходимо сознавать важные ограничения этого метода и не стремиться распространять полученные данные на большие группы людей. Тем не менее, нельзя забывать, что те или иные ограничения не являются особенностью фокус-групп, а присущи всем методам социальных наук.

Обычно рассматривают два вида валидности результатов фокус-группы.

Очевидная валидность свидетельствует о том, что результаты группы действительно валидны, т.е. не вызывают сомнений. Обычно фокус-группы обладают высокой степенью валидности благодаря тому, что большинство замечаний участников группы правдивы и искренни. Именно в фокус-группе люди открываются, ведут себя естественно и делятся теми взглядами, которые невозможно получить в индивидуальном интервью, анкетах или другими методами социально-психологического исследования.

Предсказательная валидность определяется мерой подтверждения будущим поведением участников или последующими событиями.

2.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ФОКУС-ГРУПП

Фокус-группы могут использоваться как самостоятельный метод качественного анализа или в сочетании с количественными методами в общей исследовательской программе.

Фокус-группы могут быть полезны на любом этапе исследовательской программы, но особенно часто их используют при проведении пилотажных исследований, когда очень мало известно об

интересующем явлении. В этом случае результаты фокус-групп могут помочь исследователям понять язык и образ мышления исследуемой аудитории. Кроме того, фокус-группы могут указать на те или иные проблемы, по отношению к которым необходимо провести количественные исследования. Результаты фокус-групп дают возможность логичнее строить анкету, используемую в последующем количественном исследовании.

Фокус-группы могут быть использованы одновременно с проведением количественных исследований. Это обычно делается тогда, когда исследователь использует различные методики для исследования одной и той же проблемы, с тем чтобы подтвердить свои результаты и получить широкую и глубокую информацию.

Фокус-группы могут быть полезны и после широкомасштабных количественных исследований. В этом случае они облегчают понимание и интерпретацию большого объема информации, полученной с помощью анкетного опроса. Фокус-группы помогают также выяснить причины тех или иных обнаруженных явлений.

Фокус-группы могут использоваться самостоятельно, независимо от других процедур в тех случаях, когда необходимо проникновение в суть событий, когда необходим анализ восприятия, мотивации и когда объяснения причин более важны, чем цифровые показатели. Фокус-группы используются также и как подтверждающий метод для проверки гипотез.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Американская социология: Перспективы, проблемы, методы. — М., 1972.
2. *Афанасьев В.Г.* Социальная информация. — М., 1994.
3. *Белановский С.А.* Метод фокус-групп. — М., 2001.
4. *Берка К.* Измерения. Понятия, теории, проблемы. — М., 1987.
5. *Бутенко И.Н.* Анкетный опрос как общение социолога с респондентом. — М., 1989.
6. *Бутенко И.А.* Организация прикладного социологического исследования. — М., 1998.
7. *Гилберт Дж., Малкей М.* Открывая ящик Пандоры: Социологический анализ высказываний ученых. — М., 1987.
8. *Гофман И.* Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. — М., 2004.
9. *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования. — М., 2002.
10. *Кун Т.* Структура научных революций. — М., 1975.
11. *Маслов П.П.* Статистика и социология. — М., 1971.
12. Методы сбора и анализа информации в социологических исследованиях: Кн. 1 и 2. — М., 1990.
13. Новые направления в социологической теории. — М., 1978.
14. *Нозль Э.* Массовые опросы. Введение в методологию демоскопии. — М., 1978.
15. *Полани М.* Личностное знание. — М., 1985.
16. *Прангишвили И.В.* Системный подход и общесистемные закономерности. — М., 2001.
17. *Садмен С., Брэдбери Н.* Как правильно задавать вопросы. — М., 2002.
18. Социологическая энциклопедия: В 2 т. — М., 2003.
19. *Спицнадель В.Н.* Основы системного анализа. — СПб., 2001.
20. *Татарова Г.Г.* Методология анализа данных в социологии: введение. — М., 1998.
21. *Тернер Дж.* Структура социологической теории. — М., 1985.
22. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ. — М., 1989.
23. *Чесноков С.В.* Детерминационный анализ социально-экономических данных. — М., 1982.
24. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. — М., 2000.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Последовательность этапов расчёта выборочной совокупности

(на примере Приморского края)

Исходные параметры для расчёта выборочной совокупности электората Приморского края

(по статистическим данным на 1 января 1999 г.)

<i>Возраст</i>	<i>Мужчины</i>	<i>%</i>	<i>Женщины</i>	<i>%</i>
18—19	34 860	4,3	33 383	3,9
20—24	87 959	10,8	81 319	9,5
25—29	97 949	12,0	76 545	9,0
30—39	193 863	23,9	170 094	20,0
40—49	183 607	22,7	182 749	21,4
50—59	111 085	13,7	127 748	15,0
60 лет и старше	103 655	12,6	181 128	21,2
Всего	812 648	100,0	852 966	100,0
	48,8%		51,2%	

Территориальная стратификация электората Приморского края (без «закрытых» городов)

<i>Наименование страты</i>	<i>Численность населения, тыс. чел.</i>	<i>%</i>	<i>Выборочные квоты (чел.)</i>
Лесозаводск	158,4	8	120
Спасск	226,1	11,5	172
Арсеньев	136,7	6,9	104
Кавалерово	123,1	6,2	93
Усурийск	310,1	15,7	235
Находка, Б. Камень	266,7	13,5	203
Владивосток, Артём	753,2	38,2	573
Всего:	1974,3	100,0	1500

Состав территориальных страт

<i>Название страты</i>	<i>Состав страты</i>
Лесозаводск	Районы: Лесозаводский, Пожарский, Дальнереченский Красноармейский, Кировский
Спасск	Районы: Спасский, Ханкайский, Пограничный, Хорольский, Черниговский
Арсеньев	г. Арсеньев. Районы: Яковлевский, Чугуевский, Анучинский
Кавалерово	Районы: Кавалеровский, Дальнегорский, Тернейский, Ольгинский
Усурийск	Районы: Усурийский, Октябрьский, Надеждинский, Хасанский
Находка, Б. Камень	г. Находка, Фокино. Районы: Шкотовский, Партизанский, Лазовский.
Владивосток, Артём	г. Владивосток, Артём

Территориальная стратегификация электората города Владивостока

<i>Всего избирателей</i>	<i>Ленинский р-н</i>	<i>Первомайский р-н</i>	<i>Первореченский р-н</i>	<i>Советский р-н</i>	<i>Фрунзенский р-н</i>
448 825	112 494	106 479	103 230	76 475	50 147
100%	25%	23,7%	23%	17%	11,3%

ПАРАМЕТРЫ ВЫБОРОЧНОЙ СОВОКУПНОСТИ

для опроса жителей Приморского края (ноябрь 1999 г.)

N = 1500 респондентов

Место опроса	Всего	В том числе		Возраст							
		Город	Село	18-19	20-24	25-29	30-39	40-49	50-59	60 и стар.	
Лесозаводск	120	77	Муж.	38	2	4	5	9	8	5	5
			Жен.	39	1	4	4	8	8	6	8
		43	Муж.	21	1	2	3	5	5	3	2
			Жен.	22	1	1	3	5	5	3	4
Спасск	172	111	Муж.	54	2	6	7	13	12	7	7
			Жен.	57	2	5	5	12	12	9	12
		61	Муж.	30	1	3	4	7	7	4	4
			Жен.	31	1	3	3	6	7	4	7
Арсеньев	104	67	Муж.	33	1	4	4	8	8	4	4
			Жен.	34	1	3	3	7	8	5	7
		37	Муж.	18	1	2	2	5	4	2	2
			Жен.	19	1	1	2	4	4	3	4
Кавалерово	93	60	Муж.	30	1	3	4	7	7	4	4
			Жен.	30	1	3	3	6	6	5	6
		33	Муж.	16	1	2	2	4	3	2	2
			Жен.	17	0	2	2	3	3	3	4

Уссурийск	235	Город	151	Муж.	74	3	8	9	18	17	10	9
				Жен.	77	3	7	7	15	17	12	16
Находка, Б. Камень	203	Село	84	Муж.	41	2	4	5	10	9	6	5
				Жен.	43	2	4	4	9	9	6	9
		Город	131	Муж.	64	3	7	8	15	14	9	8
				Жен.	67	3	6	6	13	14	10	15
		Село	72	Муж.	35	2	4	4	8	8	5	4
				Жен.	37	1	4	3	7	8	6	8
Владивосток, Артём	573	Ле-нин-ский	125	Муж.	61	3	6	7	15	14	8	8
				Жен.	64	3	6	6	13	14	9	13
		Пер-во-май-ский	119	Муж.	58	3	6	7	14	13	8	7
				Жен.	61	2	6	6	12	13	9	13
		Пер-воре-чен-ский	115	Муж.	56	2	6	7	13	13	8	7
				Жен.	59	2	6	5	12	13	9	12
		Совет-ский	85	Муж.	42	2	5	5	10	9	6	5
				Жен.	43	1	4	4	9	9	7	6
		Фрун-зенс-кий	56	Муж.	27	1	3	3	7	6	4	3
				Жен.	29	1	3	3	6	6	4	6
Артём	73	Муж.	36	2	4	5	8	8	5	4		
		Жен.	37	1	4	3	7	8	6	8		

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по проведению и отбору респондентов для опроса

1. Разделить всю совокупность анкет для данного города или села на 3—4 части (в городе) или на 2—3 части (в селе).

2. Провести предварительную стратификацию населенного пункта (города, села): выделить 3—4 наиболее типичных района.

3. В каждом районе отобрать два-три дома (в городе) или одну-две улицы (в селе).

4. Определить общую численность квартир в выбранных домах или частных домов на выбранных улицах в селе.

5. Рассчитать «шаг отбора» квартир или домов. Для этого необходимо поделить общую численность квартир или домов на число соответствующей (которая приходится на данную территориальную страту) части анкет. Например, общая численность квартир (домов) равна 100, и в них надо собрать 20 анкет. Тогда шаг отбора равен: $100 : 20 = 5$.

6. Определить номер первой квартиры путем деления «шага отбора» на 2. Например, (как в предыдущем примере) $5 : 2 = 2,5 = 3$ (округляем результат до целого по стандартным правилам). Составить основной список квартир (домов) для опроса (например, 3, 8, 13, 18, 23, 28, 33 и т.д.). Составить *дополнительный список* квартир (домов), уменьшая и увеличивая каждый номер квартиры (дома) из основного списка на 1 (например, 2 и 4, 7 и 9, 12 и 14 и т.д.). Таким образом, численность квартир в дополнительном списке будет в 2 раза больше, чем в основном.

7. Опрашивать в квартире (доме) *всех* присутствующих старше 18 лет. В массив попадает из каждой квартиры *только одна* анкета в соответствии с тем, чтобы выдерживались заданные квоты по полу и возрасту.

8. Ни в коем случае не оставлять анкету для заполнения в отсутствие анкетера. Следить за *индивидуальным* заполнением, чтобы не было коллективного.

9. При многократной недоступности квартиры она заменяется на соответствующую другую из дополнительного списка, номер которой на 1 меньше. Если же и она недоступна, то берется квартира на один номер больше. Например, недоступна квартира 8-я. Она заменяется на 7-ю, а затем на 9-ю.

10. При получении анкеты от респондента проследить за тем, чтобы полностью была заполнена «паспортичка» (пол, возраст, образование и т.д.). Анкеты без или плохо заполненной «паспортички» отбраковываются и в обработку не поступают.

11. Не обязательно проводить опрос *во всех* квартирах (домах) основного списка. Если необходимое количество респондентов набраны в меньшем количестве квартир, опрос можно закончить. Если же, напротив, основной список квартир исчерпан, а анкеты остались, надо продолжить анкетирование, пользуясь дополнительным списком.

12. В каждой анкете на свободном месте за пределами квартиры (дома), где был опрос, записать ее координаты (улица, № дома, № квартиры). Все сведения занести в «маршрутный лист опроса».

13. Заполненные анкеты сдать руководителю работ.

14. Составить электоральный паспорт, в котором отразить политические ориентации людей.

Примечания:

1. Не допускается групповой опрос. Каждая анкета заполняется *индивидуально*.

2. Все анкеты, полученные анкетером, должны быть полностью *возвращены* ответственному за опрос, вне зависимости от того, заполнены они или нет.

3. Сдавать анкеты ответственному ежедневно по мере заполнения, не дожидаясь заполнения всех анкет.

БЛАНК КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПРЕССЫ

1. Тип газеты

- 1 — областная
- 2 — городская
- 3 — районная
- 4 — многотиражная

2. Жанр материала

- 1 — передовая
- 2 — очерк
- 3 — интервью, выступление
- 4 — репортаж
- 5 — фельетон
- 6 — обзорение
- 7 — карикатура
- 8 — письмо
- 9 — тематическая статья, мнение специалиста
- 10 — корреспонденция, заметка, информация
- 11 — официальные документы, сообщения
- 12 — программа кандидата в депутаты
- 13 — комментарий программы кандидата в депутаты
- 14 — другое

3. Размер материала

- 1 — до 50 строк
- 2 — 50—99 строк
- 3 — 100—149 строк
- 4 — 150—199 строк
- 5 — свыше 200 строк

Примечание: длина 1-й строки 5 см. Количество строк лучше считать с помощью линейки, зная количество строк в 1 см.

<i>Автор материала</i>	<i>Политическая позиция (обычная)</i>			
	правая	центр	левая	неопределена
4. Журналист-профессионал	1	2	3	4
5. Депутат	1	2	3	4
6. Кандидат в депутаты	1	2	3	4
7. Официальное сообщение	1	2	3	4
8. Читатель	1	2	3	4
9. Редакция без подписи	1	2	3	4
10. Официальное лицо	1	2	3	4
11. Трудно определить	1	2	3	4

<i>Содержание материала</i>	<i>Направленность темы</i>				
	<i>позитивная</i>	<i>нейтральная</i>	<i>негативная</i>	<i>смешанная</i>	<i>трудно определить</i>
12. Производство, экономика	1	2	3	4	5
13. Социально-экономические проблемы (безработица, миграция др.)	1	2	3	4	5
14. Общественная жизнь, культура	1	2	3	4	5
15. Социальная сфера	1	2	3	4	5
16. Экология	1	2	3	4	5
17. Социальная защита	1	2	3	4	5
18. Нравственность	1	2	3	4	5
19. Образование	1	2	3	4	5
20. Идеология, образ жизни	1	2	3	4	5
21. Криминальная хроника	1	2	3	4	5
22. Политическая жизнь	1	2	3	4	5

<i>Чья деятельность характеризуется</i>	<i>Оценка деятельности</i>			
	<i>позитивная</i>	<i>нейтральная</i>	<i>негативная критика</i>	<i>трудно определить</i>
23. Губернатор области	1	2	3	4
24. Законодательное собрание	1	2	3	4
25. Администрация области	1	2	3	4
25. Градоначальник (мэр города)	1	2	3	4
26. Городская дума	1	2	3	4
27. Администрация города	1	2	3	4
28. Правоохранит. органы	1	2	3	4
29. Партии	1	2	3	4
30. Кандидат 1	1	2	3	4
31. Кандидат 2	1	2	3	4
32. Другие	1	2	3	4

33. Характер материала в целом

- 1 — позитив
2 — нейтральн.
3 — негатив. (крит.)
4 — материал смешанного типа
5 — трудно определ.

34. На какой странице (полосе)

- 1 — 1 2 — 2 3 — 3 4 — 4
5 — 5 6 — 6 7 — 7 8 — 8

35. За сколько дней до выборов

- 1 — 1 неделя 2 — 2 недели 3 — 3 недели
4 — 4 недели 5 — 2 месяца 6 — 3 месяца
7 — 4 месяца 8 — 5 месяцев 7 — 6 месяцев

36. День недели

- 1 — вторник 2 — среда 3 — четверг
4 — пятница 5 — суббота 6 — воскресенье

<i>Рядом с материалом какой тематики помещена статья</i>	<i>Кри-ми-наль-ная</i>	<i>Юмор</i>	<i>Пессимизм</i>	<i>Оптимизм</i>	<i>Ругат.</i>	<i>Другие</i>
37. Губернатор области	1	2	3	4	5	6
38. Законодательное собрание	1	2	3	4	5	6
39. Администрация области	1	2	3	4	5	6
40. Градоначальник	1	2	3	4	5	6
41. Городская дума	1	2	3	4	5	6
42. Администрация города	1	2	3	4	5	6
43. Правоохранительные органы	1	2	3	4	5	6
44. Партии	1	2	3	4	5	6
45. Кандидат 1	1	2	3	4	5	6
46. Кандидат 2	1	2	3	4	5	6
47. Другие	1	2	3	4	5	6

48. Место на газетной странице

- | | |
|-------------------|------------------|
| 1 — 1 стр. — 0,5 | 2 — центр |
| 3 — верхн. левая | 4 — нижн. левая |
| 5 — верхн. правая | 6 — нижн. правая |

49. Степень выделения материала

- | | |
|---------------------------------|--------------------|
| 1 — жирный шрифт заголовка | 2 — подзаголовок |
| 3 — рамка | 4 — двойная строка |
| 5 — жирный шрифт текста | 6 — фото |
| 7 — только фото с комментариями | 8 — другое |

50. Тираж газеты

- | | |
|------------------|----------------|
| 1 — менее 2 тыс. | 2 — 2—3 |
| 3 — 4—5 | 4 — 6—10 |
| 5 — 11—15 | 6 — 16—20 |
| 7 — 21—40 | 8 — 40 и более |

51. Число постоянных подписчиков

- | | |
|------------------|---------------|
| 1 — менее 1 тыс. | 2 — 1—2 |
| 2 — 3—4 | 3 — 5 и более |

52. Кто учредитель

- 1 — администрация
- 2 — законодательное собрание
- 3 — коммерческие банки
- 4 — общественно-политические организации
- 5 — акционерное общество
- 6 — силовые структуры
- 7 — другие

БЛАНК КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПЕРЕДАЧ МЕСТНОГО РАДИО

1. Тип канала

1 — городская трансляция 2 — эфирная передача

2. Жанр материала

1 — информация 3 — круглый стол
2 — беседа 4 — прямой эфир

3. Размер

1 — до 1 мин 3 — 4—5 мин 5 — 11—20 мин
2 — 1—3мин 4 — 6—10 мин 6 — более 20 мин

4. Автор материала

1 — информагентство 2 — журналист-профессионал
3 — депутат 4 — кандидат в депутаты
5 — официальное лицо 6 — трудно определить
7 — другое

<i>Содержание материала</i>	<i>Позитивное</i>	<i>Нейтральное</i>	<i>Негативное</i>	<i>Смешанное</i>	<i>Трудно определить</i>
5. Экономика	1	2	3	4	5
6. Политика	1	2	3	4	5
7. Социальные проблемы	1	2	3	4	5
8. Преступность, коррупция	1	2	3	4	5
9. Экология	1	2	3	4	5
10. Другое	1	2	3	4	5

<i>Чья деятельность характеризуется</i>	<i>Оценка деятельности</i>			
	<i>позитив</i>	<i>нейтр.</i>	<i>негат. критика</i>	<i>трудно определить</i>
11. Губернатор области	1	2	3	4
12. Законодательное собрание	1	2	3	4
13. Администрация области	1	2	3	4
14. Администрация города, р-на	1	2	3	4
15. Правоохранит. органы	1	2	3	4
16. Фигуранты	1	2	3	4
17. Другие	1	2	3	4

18. Характер материала в целом

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1 — позитивный | 2 — нейтральный |
| 3 — негативный | 4 — смешанный |
| 5 — трудно определить | |

19. Время передачи

- | | |
|------------------|------------------|
| 1 — до 8 ч | 2 — 8—10 ч |
| 3 — 11—12 ч | 4 — с 12 до 14 ч |
| 5 — с 14 до 18 ч | 6 — с 18 до 20 ч |
| 7 — 20—22 ч | |
| 8 — 22 — 24 ч | |

20. За сколько недель до выборов

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1 — за 8 недель | 2 — за 6 недель |
| 3 — за 4 недели | 4 — за 3 недели |
| 5 — за 2 недели | 6 — за 1 неделю |
| 7 — за 3—5 дней | 8 — 1 неделя после выборов |
| 9 — 2 недели после выборов | |

21. День недели

- | | |
|-----------------|-------------|
| 1 — понедельник | 2 — вторник |
| 3 — среда | 4 — четверг |
| 5 — пятница | 6 — суббота |
| 7 — воскресенье | |

22. Характер предыдущей и последующей передачи

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1 — криминальный | 2 — юмористический |
| 3 — пессимистический | 4 — оптимистический |
| 5 — ругательный | 6 — другое |

23. Степень выделения материала

- 1 — с предварительным оповещением
- 2 — вступительное слово
- 3 — без выделения

БЛАНК КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПЕРЕДАЧИ МЕСТНОГО ТВ

1. Канал

1 — антенный

2 — кабельный

2. Жанр материала

1 — информация

2 — беседа

3 — круглый стол

4 — трансляция

5 — клип

6 — другой

3. Размер

1 — до 1 мин

2 — 1—3 мин

3 — 4—5 мин

4 — 6—10 мин

5 — 11—20 мин

6 — более 20 мин

4. Автор материала

1 — информагентство

2 — журналист-профессионал

3 — депутат

4 — кандидат в депутаты

5 — официальное лицо

6 — трудно определить

7 — другое

<i>Содержание материала</i>	<i>Позитивное</i>	<i>Нейтральное</i>	<i>Негативное</i>	<i>Смешанное</i>	<i>Трудно определить</i>
5. Экономика	1	2	3	4	5
6. Политика	1	2	3	4	5
7. Социальные проблемы	1	2	3	4	5
8. Преступность, коррупция	1	2	3	4	5
9. Экология	1	2	3	4	5
10. Другое	1	2	3	4	5

<i>Чья деятельность характеризуется</i>	<i>Оценка деятельности</i>			
	<i>позитив</i>	<i>нейтр.</i>	<i>негат. критика</i>	<i>трудно определить</i>
11. Губернатор области	1	2	3	4
12. Законодательное собрание	1	2	3	4
13. Администрация области	1	2	3	4
14. Администрация города, р-на	1	2	3	4
15. Правоохранит. органы	1	2	3	4
16. Фигуранты	1	2	3	4
17. Другие	1	2	3	4

18. Характер материала в целом

- | | |
|-----------------------|----------------|
| 1 — позитивный | 3 — негативный |
| 2 — нейтральный | 4 — смешанный |
| 5 — трудно определить | |

19. Время передачи

- | | |
|------------------|------------------|
| 1 — до 8 ч | 5 — с 14 до 18 ч |
| 2 — 8—10 ч | 6 — с 18 до 20 ч |
| 3 — 11—12 ч | 7 — 20—22 ч |
| 4 — с 12 до 14 ч | 8 — 22—24 ч |

20. За сколько недель до выборов

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1 — за 8 недель | 5 — за 2 недели |
| 2 — за 6 недель | 6 — за 1 неделю |
| 3 — за 4 недели | 7 — за 3—5 дней |
| 4 — за 3 недели | 8 — 1 неделя после выборов |
| 9 — 2 недели после выборов | |

21. День недели

- | | |
|-----------------|-------------|
| 1 — понедельник | 4 — четверг |
| 2 — вторник | 5 — пятница |
| 3 — среда | 6 — суббота |
| 7 — воскресенье | |

22. Характер предыдущей и последующей передачи

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1 — криминальный | 2 — юмористический |
| 3 — пессимистический | 4 — оптимистический |
| 5 — ругательный | 6 — другое |

23. Степень выделения материала

- 1 — с предварительным оповещением
- 2 — вступительное слово
- 3 — без выделения

КАРТА КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПРЕССЫ

1. Название газеты

1. Вести	
2. Камчатский комсомолец	
3. Официальные ведомости	
4. Рыбак Камчатки	
5.	
6.	
7.	

Автор (указать)

	<i>Политическая позиция (обычная)</i>			
	<i>правая</i>	<i>центрист.</i>	<i>левая</i>	<i>неопред.</i>
2. Корреспондент				
3. Читатель				
4. Официальное лицо				
5. Официальное сообщение				
6. Редакция (без подписи)				
7. Другое				

8. Размер (условных строк — 5 см)

1. До 50	
2. 50—99	
3. 100—149	
4. 150—199	
5. 200 и более	

Содержание

	<i>Направленность темы</i>			
	<i>позитивная</i>	<i>нейтральная</i>	<i>негативная</i>	<i>трудно определить</i>
9. Производство, экономика				
10. Общественная жизнь, культура				
11. Социальная				
12. Экология				
13. Благотворительность				

14. Нравственность				
15. Образование				
16. Криминальная хроника				
17. Политическая жизнь				
18. Личность				

19. Характер материала в целом

1. Позитивный	
2. Нейтральный (информационный)	
3. Негативный	
4. Другое	

20. На какой странице

1	2	3	4	5	6	7	8

21. За сколько недель до выборов

1	2	3	4	8	12	16	20	24
1	2	3	4	5	6	7	8	9

22. День недели

Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
1	2	3	4	5	6

Рядом с материалом какой тематики помещена статья

	<i>Крими- нальной</i>	<i>Юморис- тической</i>	<i>Песси- мисти- ческой</i>	<i>Опти- мисти- ческой</i>	<i>Руга- тельной</i>
23. Губернатор					
24. Законодатель- ное собрание					
25. Администра- ция					
26. Фигурант(ы)					

27. Место на газетной странице

2	1
3	4

28. Тираж газеты

1	2	3	4	5	6	7	8

29. Число постоянных подписчиков

1	2	3	4	5	6	7	8

30. Кто учредитель (контрольный пакет)

1. Администрация
2. Законодательное собрание
3. Коммерческие банки
4. Коммерческие структуры
5. Общественно-политические организации
6. Акционерное общество (смешанная собственность)
7. Силловые структуры
8. Другое _____

БЛАНК
для характеристики слуха

1. Содержание:

- 1 — политика 2 — экономика 3 — быт
4 — культура 5 — другое

текст: _____

2. Источник и место возникновения слуха:

- 1 — разговор с товарищем по работе
2 — разговор с приятелем, другом
3 — в очереди
4 — на улице
5 — в транспорте
6 — по телефону
7 — в семье
8 — от соседа
9 — на рынке
10 — в больнице, санатории и т.п.
11 — разговор с незнакомым человеком
12 — другое

3. Пол автора:

- 1 — мужчина 2 — женщина
3 — смешанная группа 4 — ситуация не ясна

4. Возраст автора:

- 1 — до 20 лет 2 — 21—30 3 — 31—40
4 — 41—50 5 — 51—60 6 — 61 и старше

5. Временная ориентация:

- 1 — на прошлое 2 — настоящее
3 — на будущее 4 — другое

6. Отношение к реальности:

- 1 — рациональное 2 — фантастическое 3 — другое

7. Эмоциональная ориентация:

- 1 — мечта, надежда 2 — тревожность

3 — разделитель (негативная информация о других социальных группах)

4 — анекдотичная, издевательская

5 — агрессивная

6 — другое

8. Объект:

1 — Федеральная власть

2 — Областная администрация

3 — Областная Дума

4 — Городская (районная) администрация

5 — Губернатор области

6 — Градоначальник

7 — Правоохранительные органы

8 — Кандидат

9 — Другое

9. Время возникновения слуха:

1 — за 8 недель до выборов

5 — за 2 недели до выборов

2 — за 6 недель до выборов

6 — за 1 неделю до выборов

3 — за 4 недели до выборов

7 — за 3—5 дней до выборов

4 — за 3 недели до выборов

8 — неделя после выборов

БЛАНК
формализованного описания мероприятия (события)

1. Место проведения:

- 1 — специальное помещение
- 2 — площадь в городе, стадион и т.п.
- 3 — предприятие
- 4 — другое

2. Частота:

- 1 — ежедневно
- 2 — 2—3 раза в неделю
- 3 — еженедельно
- 4 — ежемесячно
- 5 — реже

3. Количество собирающихся:

- 1 — меньше 100 человек
- 2 — 101—200 человек
- 3 — 201—500 человек
- 4 — 501—1000 человек
- 5 — больше 1000 человек

4. Форма сообщения о мероприятии:

- 1 — по ТВ
- 2 — по радио
- 3 — местная газета
- 4 — афиша
- 5 — плакаты
- 6 — другой способ

5. Форма организации мероприятий:

- 1 — специальное оформление места
- 2 — музыкальное сопровождение, артисты
- 3 — присутствие конкурента (один)
- 4 — присутствие конкурента со свитой, доверенными лицами
- 5 — без конкурента — одни доверенные лица
- 6 — что-то дарят, продают
- 7 — другое

6. Содержание речи:

- 1 — производство, экономика
- 2 — социально-экономические проблемы (безработица, миграция)
- 3 — общественная жизнь, культура
- 4 — социальная сфера
- 5 — экология
- 6 — нравственность
- 7 — идеология

- 8 — политика
- 9 — криминальная жизнь
- 10 — другое

7. Реакция присутствующих:

- 1 — позитивная
- 2 — нейтральная, равнодушная
- 3 — отрицательная
- 4 — другое

8. Кто проводит (Ф. И. О. фигурантов):

- 1 —
- 2 —
- 3 —
- 4 —
- 5 —
- 6 —
- 7 —
- 8 —
- 9 —
- 10 —

ИНФОРМАЦИЯ о группе поддержки другого кандидата

1. Имя кандидата:

- | | | |
|------|------|-----|
| 1 — | 2 — | 3 — |
| 4 — | 5 — | 6 — |
| 7 — | 8 — | 9 — |
| 10 — | 11 — | |

2. Формы работы:

- 1 — Распространение биографических данных и программы кандидата
- 2 — Митинги в поддержку кандидата
- 3 — Митинги с участием кандидата
- 4 — Шествие по городу с транспарантами и скандированием лозунгов в поддержку кандидата
- 5 — Распространение листовок с призывами голосовать за кандидата
- 6 — Распространение листовок, дискредитирующих оппонентов кандидата
- 7 — Расклейка плакатов
- 8 — Работа «Листовки — в почтовый ящик»
- 9 — Работа через городских пикетчиков, агитаторов
- 10 — Агитатор — в квартиру
- 11 — Публикации в прессе
- 12 — Выступления по радио
- 13 — Выступления на ТВ

3. Содержание:

- | | |
|-------------------------|--------------|
| 1 — экономика | 2 — политика |
| 3 — социальные проблемы | 4 — экология |
| 5 — безопасность | 6 — другое |

4. Формы дискредитации фигуранта:

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| 1 — клевета | 2 — осмеяние |
| 3 — устрашение | 4 — клевета на окружение |
| 5 — осуждение стиля работы | 6 — наклеивание ярлыков |
| 7 — другое | |

5. Численный состав группы:

- 1 — до 5 человек 2 — 6—10 человек 3 — больше 10 человек

6. Степень опасности для нас:

1 — высокая 2 — средняя 3 — нет опасности

7. Интенсивность работы:

1 — высокая 2 — средняя 3 — нет опасности

8 — Степень использования СМИ:

1 — высокая (ежедневно хотя бы где-то)

2 — средняя (2—3 раза в неделю)

3 — низкая (1 раз в неделю и реже)

9. Степень влияния на электорат:

1 — высокая 2 — средняя 3 — низкая

МОНИТОРИНГ МЕСТНОЙ ПРЕССЫ

1. Населенный пункт _____

2. Название _____

3. Дата _____

4. День недели: ПН ВТ СР ЧТ ПТ СБ ВС

5. На какой странице _____

6. Размер материала (в строках) _____

Примечание: длина 1-й строки 5 см. Количество строк лучше считать с помощью линейки, зная, сколько строк в 1 см.

7. Место на газетной странице:

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1 — целая страница | 2 — центр |
| 3 — верхний левый квадрат | 4 — нижний левый квадрат |
| 5 — верхний правый квадрат | 6 — нижний правый квадрат |

8. Способ выделения материала:

- | | |
|---------------------------------|--------------------|
| 1 — жирный шрифт заголовка | 2 — подзаголовок |
| 3 — рамка | 4 — двойная строка |
| 5 — жирный шрифт текста | 6 — фото |
| 7 — только фото с комментариями | 8 — другое |

9. Жанр:

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1 — интервью, беседа | 2 — редакционная статья |
| 3 — статья штатного корреспондента | |
| 4 — письма, ответы на вопросы | |
| 5 — аналитический материал, комментарий | |
| 6 — очерк, рассказ | 7 — информационный материал |
| 8 — фельетон, сатира | 9 — круглый стол |
| 10 — реклама | 11 — другое _____ |

10. Первичный материал или перепечатка:

- | | |
|---------------|-----------------|
| 1 — первичный | 2 — перепечатка |
|---------------|-----------------|

11. Объект освещения:

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| 1 — Губернатор | 2 — Краевая Дума |
| 3 — Администрация края | 4 — Администрация города, района |
| 5 — Правоохранительные органы | |
| 6 — С. Дудник | 7 — А. Кириличев |
| 8 — С. Орлова | |

12. Тон материала:

- | | |
|----------------|--------------------|
| 1 — позитивный | 2 — нейтральный |
| 3 — негативный | 4 — неопределенный |

13. Предмет освещения:

- 1 — уровень цен
- 2 — размер зарплаты, пенсии, пособий и т.п.
- 3 — экономика
- 4 — политика
- 5 — социальные проблемы
- 6 — преступность
- 7 — коррупция
- 8 — экология
- 9 — наркотики
- 10 — другое

14. Эмоциональность материала

(5-балльная шкала) _____

15. Аргументированность материала

(5-балльная шкала) _____

16. Общая оценка эффективности воздействия материала

(5-балльная шкала) _____

17. Степень выделения материала:

- | | |
|-----------------------------------|--------------------|
| 1 — с предварительным оповещением | 2 — без оповещения |
|-----------------------------------|--------------------|

18. Наличие комментария к материалу:

- 1 — в начале положительный
- 2 — в начале отрицательный
- 3 — в процессе положительный
- 4 — в процессе отрицательный
- 5 — в конце положительный
- 6 — в конце отрицательный
- 7 — без комментариев

19. Влияние смежных материалов:

- 1 — усиливают эффект материала
- 2 — действуют в противоположном направлении
- 3 — не изменяют

АНКЕТА
жителя Приморского края

Уважаемый избиратель!

Центр социологических исследований общественно-политического движения «Приморье XXI век» просит Вас заполнить эту анкету! Заранее Вас благодарим!

1. Намерены ли Вы принять участие в выборах губернатора Приморья и депутатов Государственной Думы РФ?

1 – да, при любых обстоятельствах; 2 – скорее всего да;	3 – скорее всего нет; 4 – не приму при любых обстоятельствах	5 – я никогда не участвую в выборах; 6 – еще не знаю
--	---	---

2. Что помогает Вам выбрать того или иного кандидата?

- 1 – сообщения в средствах массовой информации
- 2 – советы родственников, знакомых
- 3 – слухи, разговоры с посторонними людьми
- 4 – собственное мнение
- 5 – другое

3. Если бы сегодня состоялись выборы губернатора, за кого бы Вы проголосовали?

1	Беспечанский В.	6	Милашевич А.	11	Скрипилев М.
2	Ведерников В.	7	Наздратенко Е.	12	Черепков В.
3	Гильгенберг В.	8	Омшарук В.	13	Другой кандидат
4	Кириличев А.	9	Орлова С.	14	Против всех
5	Лукьянов И.	10	Пустовалов А.	15	Трудно сказать

4. Какой из кандидатов на должность губернатора уже сейчас нарушает закон о выборах? _____

5. Если бы сегодня состоялись выборы депутатов Государственной Думы РФ, за кого бы Вы проголосовали?

1	Баканов В.	6	Кучеренко Г.	11	Черепков В.
2	Борученко В.	7	Милашевич А.	12	Шахов В.
3	Васянович А.	8	Никифоров В.	13	Ширшиков В.
4	Дегтярёв Е.	9	Соловьёв С.	14	Другой кандидат
5	Дубовик Г.	10	Терентьев А.	15	Против всех

16 – затрудняюсь ответить

6. Что, по Вашему мнению, может улучшить ситуацию в Приморье?

- 1 — смена власти;
- 2 — поступление регулярных трансфертов из Москвы;
- 3 — развитие собственной экономики;
- 4 — совершенствование налоговой системы;
- 5 — чудо;
- 6 — отделение от России;
- 7 — другое _____

7. Ваш пол 1 — мужской 2 — женский

8. Ваше образование

- 1 — неполное среднее; 2 — среднее общее;
- 3 — среднее специальное; 4 — высшее

9. Ваш возраст

- 1 — 18—25 лет; 3 — 30—39 лет; 5 — 50—59 лет
- 2 — 26—29 лет; 4 — 40—49 лет; 6 — 60 лет и старше

10. Ваш род занятий

- 1 — Руководитель фирмы 2 — Врач
- 3 — Гос. служащий 4 — Военнослужащий, МВД
- 5 — Юрист 6 — Инженер
- 7 — Работник культуры 8 — Учитель
- 9 — Рабочий 10 — Предприниматель
- 11 — Студент 12 — Пенсионер
- 13 — Другое

11. Место жительства: 1 — город 2 — ПГТ 3 — село

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----

ЛИНЕЙНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ
ответов респондентов в исследовании социально-политической
ситуации в Ангарском избирательном округе
(4—9 марта 1999 г. Опрошено 696 респондентов)

«Как давно проживаете в городе»		
Я и мои предки родились здесь	84	12,1%
Приехали предки, а я родился здесь	215	30,9%
Приехал более 10 лет назад	323	46,4%
Приехал менее 10 лет назад	39	5,6%
Приехал менее 5 лет назад	24	3,4%
Всего	696	100,0%
«Ваше материальное положение»		
Хорошо, ни в чем себе не отказываю	12	1,7%
Хватает, но для покупки вещи надо копить	117	16,8%
Хватает только на еду и одежду	301	43,2%
Не хватает даже на еду	224	32,2%
Затрудняюсь ответить	31	4,5%
Всего	696	100,0%
«Регулярно ли выплачивается зарплата»		
Регулярно	100	14,4%
С небольшой задержкой	104	14,9%
С задержкой в 1—2 мес.	102	14,7%
С задержкой более 2 мес.	122	17,5%
Затрудняюсь ответить	38	5,5%
Всего	696	100,0%
«Регулярно ли выплачиваются пенсии, пособия?»		
Регулярно	20	2,9%
С незначительной задержкой	47	6,8%
С задержкой 1—2 мес.	132	19,0%
С задержкой более 2 мес.	66	9,5%
Затрудняюсь ответить	23	3,3%
Всего	696	100,0%
«Как сложится Ваша жизнь?»		
Улучшится	81	11,6%
Не изменится	131	18,8%
Ухудшится	229	32,9%
Затрудняюсь ответить	233	33,5%
Всего	696	100,0%

«Какие проблемы волнуют»		
Жилье	118	17,0%
Безработица	244	35,1%
Размер оплаты, пенсий	374	53,7%
Задержка зарплаты, пенсий	253	36,4%
Уровень цен на товары первой необходимости	402	57,8%
Преступность	326	46,8%
Транспорт	14	2,0%
Обеспечение продовольствием	23	3,3%
Мед. обслуживание	208	29,9%
Условия обучения детей в школе, д/с	81	11,6%
Досуг детей	42	6,0%
Развитие предпринимательства	23	3,3%
Обеспечение топливом, теплоснабжение	18	2,6%
Будущее детей	334	48,0%
Мораль	104	14,9%
Наркомания	260	37,4%
Экология	115	16,5%
Коррупция	208	29,9%
Другое	14	2,0%
Всего	696	100,0%
«Кто может решить проблемы?»		
Президент РФ	77	11,1%
Правительство РФ	195	28,0%
Государственная Дума	34	4,9%
Губернатор	67	9,6%
Законодательное Собрание	21	3,0%
Мэр города	69	9,9%
Городская Дума	23	3,3%
Руководители предприятий	42	6,0%
Сами люди	181	26,0%
Другое	93	13,4%
Всего	696	100,0%
«К каким службам претензии?»		
Ж-К службы	233	33,5%
Связь	71	10,2%
Милиция	316	45,4%
Магазины	77	11,1%
Здравоохранение	317	45,5%

Школы, детские дошкольные учреждения	78	11,2%
Оптовые рынки	77	11,1%
Транспорт	69	9,9%
Учреждения культуры, спорта	51	7,3%
Другое	39	5,6%
Всего	696	100,0%
«Какое настроение у окружающих людей?»		
Свобода, раскованность	57	8,2%
Уверенность, оптимизм	70	10,1%
Замкнутость, тревога	163	23,4%
Подавленность, пессимизм	185	26,6%
Затрудняюсь ответить	213	30,6%
Всего	696	100,0%
«Приходилось ли обращаться в администрацию, с просьбами...»		
Да	95	13,6%
Нет	592	85,1%
Всего	696	100,0%
«Удовлетворены решением?»		
Да, полностью	15	2,2%
Не совсем	36	5,2%
Совсем не удовлетворен	55	7,9%
Не обращался	568	81,6%
Всего	696	100,0%
«За какую партию будете голосовать?»		
КПРФ	91	13,1%
НДР	10	1,4%
ЛДПР	47	6,8%
Яблоко	97	13,9%
Отечество	58	8,3%
Правое дело	10	1,4%
Честь и Родина	67	9,6%
Илюхин, Макашов	2	0,3%
ДВР	5	0,7%
РНЕ	3	0,4%
Аграрная	8	1,1%
Затрудняюсь	296	42,5%
Всего	696	100,0%
«За кого бы проголосовали?»		
Жириновский	44	6,3%

Зюганов	82	11,8%
Лебедь	82	11,8%
Лужков	72	10,3%
Лукашенко	15	2,2%
Макашов	1	0,1%
Михалков	15	2,2%
Примаков	73	10,5%
Селезнев	3	0,4%
Явлинский	90	12,9%
Ни за кого	126	18,1%
Не буду голосовать	87	12,5%
Всего	696	100,0%
«Удовлетворены ли деятельностью Машинского»		
Да, полностью	40	5,7%
Не совсем	108	15,5%
Скорее нет	143	20,5%
Совсем не удовлетворен	167	24,0%
Затрудняюсь	234	33,6%
Всего	696	100,0%
«Проголосовали бы сейчас?»		
Да	80	11,5%
Нет	292	42,0%
Трудно сказать	317	45,5%
Всего	696	100,0%
«Принимали участие в выборах мэра 1998?»		
Да	480	69,0%
Нет	172	24,7%
Не помню	34	4,9%
Всего	696	100,0%
«За кого проголосовали?»		
За нынешнего	275	39,5%
Его предшественника	52	7,5%
За другого	134	19,3%
Не помню	64	9,2%
Не участвовал	157	22,6%
Всего	696	100,0%
«Кто подходящая кандидатура?»		
Действующий мэр	63	9,1%
Другой	53	7,6%

Всего	696	100,0%
«Каким должен быть мэр?»		
Честным	448	64,4%
Опытным	251	36,1%
Умным	197	28,3%
Привлекательным	3	0,4%
Добрым	13	1,9%
Справедливым	224	32,2%
Жестким	84	12,1%
Высокообразованным	135	19,4%
Волевым	104	14,9%
Ответственным	299	43,0%
Смелым	32	4,6%
Близким к народу	251	36,1%
Всего	696	100,0%
«Каким не должен быть мэр?»		
Жуликом	73	10,5%
Болтуном	41	5,9%
Скупым	14	2,0%
Коррупцированным, продажным	88	12,6%
Невнимательным	15	2,2%
Несправедливым	9	1,3%
Невоспитанным	7	1,0%
Жестоким	50	7,2%
Безответственным	37	5,3%
Другое	230	33,0%
Всего	696	100,0%
«Какие чувства вызывает слово “безопасность”?»		
Положительные	544	78,2%
Безразличие	45	6,5%
Отрицательные	79	11,4%
Всего	696	100,0%
«Семья»		
Положит.	666	95,7%
Безразличие	12	1,7%
Отрицательные	3	0,4%
Всего	696	100,0%

«Труд»		
Положит.	619	88,9%
Безразличие	44	6,3%
Отрицательные	14	2,0%
Всего	696	100,0%
«Мэр»		
Положит.	236	33,9%
Безразличие	319	45,8%
Отрицательные	110	15,8%
Всего	696	100,0%
«Сибирь»		
Положит.	589	84,6%
Безразличие	69	9,9%
Отрицательные	16	2,3%
Всего	696	100,0%
«Россия»		
Положит.	579	83,2%
Безразличие	65	9,3%
Отрицательные	27	3,9%
Всего	696	100,0%
«Патриот»		
Положит.	420	60,3%
Безразличие	205	29,5%
Отрицательные	43	6,2%
Всего	696	100,0%
«Ангарск»		
Положит.	439	63,1%
Безразличие	182	26,1%
Отрицательные	46	6,6%
Всего	696	100,0%
«Сила»		
Положит.	404	58,0%
Безразличие	167	24,0%
Отрицательные	81	11,6%
Всего	696	100,0%
«Возрождение»		
Положит,	482	69,3%
Безразличие	161	23,1%
Отрицательные	20	2,9%

Всего	696	100,0%
«Самоуправление»		
Положит.	296	42,5%
Безразличие	244	35,1%
Отрицательные	107	15,4%
Всего	696	100,0%
«Армия»		
Положит.	328	47,1%
Безразличие	90	12,9%
Отрицательные	255	36,6%
Всего	696	100,0%
«Власть»		
Положит.	242	34,8%
Безразличие	184	26,4%
Отрицательные	236	33,9%
Всего	696	100,0%
«Единство»		
Положит.	453	65,1%
Безразличие	161	23,1%
Отрицательные	51	7,3%
Всего	696	100,0%
«Коммунисты»		
Положит.	158	22,7%
Безразличие	273	39,2%
Отрицательные	237	34,1%
Всего	696	100,0%
«Демократы»		
Положит.	90	12,9%
Безразличие	327	47,0%
Отрицательные	247	35,5%
Всего	696	100,0%
«Коррупция»		
Положит.	13	1,9%
Безразличие	75	10,8%
Отрицательные	590	84,8%
Всего	696	100,0%
«Капитализм»		
Положит.	101	14,5%
Безразличие	228	32,8%

Отрицательные	342	49,1%
Всего	696	100,0%
«Господа»		
Положит.	84	12,1%
Безразличие	246	35,3%
Отрицательные	340	48,9%
Всего	696	100,0%
«Приватизация»		
Положит.	114	16,4%
Безразличие	192	27,6%
Отрицательные	371	53,3%
Всего	696	100,0%
«Реформы»		
Положит.	207	29,7%
Безразличие	185	26,6%
Отрицательные	273	39,2%
Всего	696	100,0%
«Предприниматель»		
Положит.	273	39,2%
Безразличие	247	35,5%
Отрицательные	147	21,1%
Всего	696	100,0%
«Москва»		
Положит.	259	37,2%
Безразличие	242	34,8%
Отрицательные	169	24,3%
Всего	696	100,0%
«Товарищ»		
Положит.	396	56,9%
Безразличие	215	30,9%
Отрицательные	62	8,9%
Всего	696	100,0%
«Социализм»		
Положит.	172	24,7%
Безразличие	304	43,7%
Отрицательные	198	28,4%
Всего	696	100,0%
«Наркотики»		
Положит.	6	0,9%

Безразличие	22	3,2%
Отрицательные	654	94,0%
Всего	696	100,0%
«Из каких источников узнаю новости об Иркутской области?»		
Телевидения	628	90,2%
Радио	372	53,4%
Из прессы	509	73,1%
Из общения с друзьями	204	29,3%
Из слухов	20	2,9%
Другим путем	7	1,0%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю ОРТ»		
Регулярно	563	80,9%
Редко	114	16,4%
Никогда	15	2,2%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю РТР»		
Регулярно	485	69,7%
Редко	179	25,7%
Никогда	24	3,4%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю НТВ»		
Регулярно	203	29,2%
Редко	154	22,1%
Никогда	322	46,3%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю АИСТ»		
Регулярно	73	10,5%
Редко	138	19,8%
Никогда	466	67,0%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю ТВ-7»		
Регулярно	85	12,2%
Редко	140	20,1%
Никогда	453	65,1%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю ТВ-9»		
Регулярно	72	10,3%
Редко	154	22,1%

Никогда	452	64,9%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю ТВ-6»		
Регулярно	108	15,5%
Редко	134	19,3%
Никогда	435	62,5%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю ТРК Иркутск»		
Регулярно	184	26,4%
Редко	188	27,0%
Никогда	305	43,8%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю Актис»		
Регулярно	92	13,2%
Редко	119	17,1%
Никогда	465	66,8%
Всего	696	100,0%

«Насколько регулярно смотрю ИТА»		
Регулярно	154	22,1%
Редко	116	16,7%
Никогда	404	58,0%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю Свет ТВ»		
Регулярно	40	5,7%
Редко	53	7,6%
Никогда	583	83,8%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю Усольское ТВ (11)»		
Регулярно	105	15,1%
Редко	61	8,8%
Никогда	506	72,7%
Всего	696	100,0%
«Насколько регулярно смотрю ТВ Центр»		
Регулярно	27	3,9%
Редко	80	11,5%
Никогда	565	81,2%
Всего	696	100,0%

«Насколько регулярно смотрю альтернативное телевидение»		
Регулярно	71	10,2%
Редко	80	11,5%
Никогда	523	75,1%
Всего	696	100,0%
«Какие телепередачи вызывают наибольший интерес?»		
Криминальной темы	194	27,9%
Лирические	311	44,7%
Мелодрамы	146	21,0%
Остросюжетные	189	27,2%
Юмористические	364	52,3%
Развлекательные	203	29,2%
Общественно-политические	356	51,1%
Информационные	290	41,7%
О жизни простых людей	169	24,3%
Другие	18	2,6%
Затрудняюсь	19	2,7%
Всего	696	100,0%
«Как часто слушаю Радио России»		
Часто	284	40,8%
Редко	128	18,4%
Никогда	258	37,1%
Всего	696	100,0%
«Как часто слушаю Маяк»		
Часто	157	22,6%
Редко	161	23,1%
Никогда	343	49,3%
Всего	696	100,0%
«Как часто слушаю радио Волна Байкала»		
Часто	83	11,9%
Редко	110	15,8%
Никогда	462	66,4%
Всего	696	100,0%
«Как часто слушаю радио Европа+Байкал»		
Часто	82	11,8%
Редко	94	13,5%
Никогда	477	68,5%
Всего	696	100,0%

«Как часто слушаю радио Ностальжи»		
Часто	53	7,6%
Редко	93	13,4%
Никогда	510	73,3%
Всего	696	100,0%
«Как часто слушаю Радио-Автос»		
Часто	150	21,6%
Редко	87	12,5%
Никогда	421	60,5%
Всего	696	100,0%
«Как часто слушаю Русское радио»		
Часто	212	30,5%
Редко	99	14,2%
Никогда	347	49,9%
Всего	696	100,0%
«Как часто слушаю городскую радиосеть»		
Часто	161	23,1%
Редко	112	16,1%
Никогда	389	55,9%
Всего	696	100,0%
«Какие центральные газеты Вы читаете?»		
АиФ	231	33,2%
Московский комсомолец в Иркутске	28	4,0%
Известия	29	4,2%
Комсомольская правда	183	26,3%
Труд	55	7,9%
Советская Россия	12	1,7%
Развлекательная пресса	65	9,3%
Другие	57	8,2%
Всего	696	100,0%
«Какие областные газеты Вы читаете?»		
Восточно-Сибирская правда	124	17,8%
СМ-Номер 1	167	24,0%
ВС почта	27	3,9%
Канал 007	34	4,9%
Приангарье	10	1,4%
Другие	56	8,0%
Всего	696	100,0%

«Какие городские газеты Вы читаете?»		
Ангарские новости	113	16,2%
Ангарские ведомости	8	1,1%
Блиц	39	5,6%
Время	270	38,8%
Город А	141	20,3%
Свеча	256	36,8%
Усольские новости	124	17,8%
Усольская городская газета	76	10,9%
Шелеховский вестник	47	6,8%
Славное море	36	5,2%
Эхо Байкала	9	1,3%
Байкальские вести	42	6,0%
Всего	696	100,0%
«Ваш пол»		
Мужской	326	46,8%
Женский	367	52,7%
Всего	696	100,0%
«Ваш возраст»		
18–24	107	15,4%
25–29	83	11,9%
30–39	128	18,4%
40–49	151	21,7%
50–59	104	14,9%
60 и старше	120	17,2%
Всего	696	100,0%
«Ваше образование»		
Неполное среднее	82	11,8%
Среднее общее	105	15,1%
Среднее специальное	284	40,8%
Высшее	184	26,4%
Всего	696	100,0%
«Ваше место работы»		
Бюджетная орг.	67	9,6%
Малый и ср. бизн.	46	6,6%
Усольехимпром	8	1,1%
АНХК	22	3,2%
АЭХК	6	0,9%
ИрКАЗ (СУАЛ)	4	0,6%

Иркутскэнерго (ТЭЦ)	9	1,3%
Жел. дорога	10	1,4%
Другое	50	7,2%
СПАО, АУС	15	2,2%
Всего	696	100,0%
«Ваше место жительства»		
Ангарск	404	58,0%
Усолье	141	20,3%
Шелехов	79	11,4%
Слюдянка	43	6,2%
Байкальск	28	4,0%
Город	122	17,5%
Квартал	81	11,6%
Микрорайон	199	28,6%
Всего	696	100,0%

Номер группы	Что повлияло на решение учиться											Всего
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора	другое	
316	13	2	5	19	1	14	5	0	3	2	1	30
	43,3	6,7	16,7	63,3	3,3	46,7	16,7	0,0	10,0	6,7	3,3	100,0
	13,1	10,5	6,8	11,2	2,5	7,9	8,3	0,0	8,1	22,2	5,9	10,8
314	9	3	8	25	6	17	8	2	5	2	3	30
	30,0	10,0	26,7	83,3	20,0	56,7	26,7	6,7	16,7	6,7	10,0	100,0
	9,1	15,8	11,0	14,7	15,0	9,6	13,3	100,0	13,5	22,2	17,6	10,8
315	8	1	7	22	3	17	2	0	3	0	3	30
	26,7	3,3	23,3	73,3	10,0	56,7	6,7	0,0	10,0	0,0	10,0	100,0
	8,1	5,3	9,6	12,9	7,5	9,6	3,3	0,0	8,1	0,0	17,6	10,8
317	14	0	6	15	2	22	5	0	6	0	3	32
	43,8	0,0	18,8	46,9	6,3	68,8	15,6	0,0	18,8	0,0	9,4	100,0
	14,1	0,0	8,2	8,8	5,0	12,4	8,3	0,0	16,2	0,0	17,6	11,6
319	10	1	1	21	2	19	2	0	4	0	2	26
	38,5	3,8	3,8	80,8	7,7	73,1	7,7	0,0	15,4	0,0	7,7	100,0
	10,1	5,3	1,4	12,4	5,0	10,7	3,3	0,0	10,8	0,0	11,8	9,4
313	12	3	10	18	1	24	9	0	0	1	2	27
	44,4	11,1	37,0	66,7	3,7	88,9	33,3	0,0	0,0	3,7	7,4	100,0
	12,1	15,8	13,7	10,6	2,5	13,6	15,0	0,0	0,0	11,1	11,8	9,7
323	3	3	7	7	4	7	2	0	3	0	0	17
	17,6	17,6	41,2	41,2	23,5	41,2	11,8	0,0	17,6	0,0	0,0	100,0
	3,0	15,8	9,6	4,1	10,0	4,0	3,3	0,0	8,1	0,0	0,0	6,1
324	2	1	4	4	0	15	2	0	1	1	0	22
	9,1	4,5	18,2	18,2	0,0	68,2	9,1	0,0	4,5	4,5	0,0	100,0
	2,0	5,3	5,5	2,4	0,0	8,5	3,3	0,0	2,7	11,1	0,0	7,9

Номер группы	Что повлияло на решение учиться											Всего	
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора	другое		
325	2	0	2	0	0	8	0	0	0	0	0	0	12
	16,7	0,0	16,7	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
	2,0	0,0	2,7	0,0	0,0	4,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3
326	1	0	3	6	1	6	2	0	2	1	1	1	13
	7,7	0,0	23,1	46,2	7,7	46,2	15,4	0,0	15,4	7,7	7,7	7,7	100,0
	1,0	0,0	4,1	3,5	2,5	3,4	3,3	0,0	5,4	11,1	5,9	5,9	4,7
327	10	3	11	14	6	15	9	0	6	1	0	0	16
	62,5	18,8	68,8	87,5	37,5	93,8	56,3	0,0	37,5	6,3	0,0	0,0	100,0
	10,1	15,8	15,1	8,2	15,0	8,5	15,0	0,0	16,2	11,1	0,0	0,0	5,8
329	13	2	8	17	13	10	13	0	3	1	1	1	18
	72,2	11,1	44,4	94,4	72,2	55,6	72,2	0,0	16,7	5,6	5,6	5,6	100,0
	13,1	10,5	11,0	10,0	32,5	5,6	21,7	0,0	8,1	11,1	11,1	11,1	6,5
Всего	99	19	73	170	40	177	60	2	37	9	17	17	277
	35,7	6,9	26,4	61,4	14,4	63,9	21,7	0,7	13,4	3,2	6,1	6,1	100,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Что повлияло на решение учиться												
Важные проблемы	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благосостояние	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора	другое	Всего
Преступность	75 35,2 75,8	11 5,2 57,9	62 29,1 84,9	130 61,0 76,5	29 13,6 72,5	146 68,5 82,5	49 23,0 81,7	2 0,9 100,0	29 13,6 78,4	6 2,8 66,7	13 6,1 76,5	213 100,0 76,9
Низкий уровень жизни	59 38,8 59,6	6 3,9 31,6	41 27,0 56,2	99 65,1 58,2	27 17,8 67,5	101 66,4 57,1	38 25,0 63,3	1 0,7 50,0	18 11,8 48,6	5 3,3 55,6	13 8,6 76,5	152 100,0 54,9
ЧС	49 41,9 49,5	8 6,8 42,1	35 29,9 47,9	78 66,7 45,9	20 17,1 50,0	86 73,5 48,6	28 23,9 46,7	1 0,9 50,0	13 11,1 35,1	1 0,9 11,1	3 2,6 17,6	117 100,0 42,2
Экология	49 38,3 49,5	8 6,3 42,1	39 30,5 53,4	84 65,6 49,4	17 13,3 42,5	86 67,2 48,6	27 21,1 45,0	1 0,8 50,0	20 15,6 54,1	5 3,9 55,6	10 7,8 58,8	128 100,0 46,2
Останковка произволства	26 38,2 26,3	5 7,4 26,3	19 27,9 26,0	45 66,2 26,5	14 20,6 35,0	47 69,1 26,6	20 29,4 33,3	2 2,9 100,0	16 23,5 43,2	3 4,4 33,3	5 7,4 29,4	68 100,0 24,5
Ухудшение злобоя	38 50,7 38,4	5 6,7 26,3	22 29,3 30,1	46 61,3 27,1	9 12,0 22,5	54 72,0 30,5	17 22,7 28,3	0 0,0 0,0	13 17,3 35,1	1 1,3 11,1	4 5,3 23,5	75 100,0 27,1
Межнациональные отношения	32 36,4 32,3	10 11,4 52,6	26 29,5 35,6	52 59,1 30,6	12 13,6 30,0	57 64,8 32,2	21 23,9 35,0	0 0,0 0,0	13 14,8 35,1	4 4,5 44,4	6 6,8 35,3	88 100,0 31,8

Важные проблемы	Что повлияло на решение учиться										Всего	
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благосостояние	эскалаторная помощь	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора		другое
Распад России	34 39,5 34,3	4 4,7 21,1	16 18,6 21,9	57 66,3 33,5	16 18,6 40,0	59 68,6 33,3	15 17,4 25,0	1 1,2 50,0	12 14,0 32,4	2 2,3 22,2	7 8,1 41,2	86 100,0 31,0
Наркомания	43 32,6 43,4	9 6,8 47,4	35 26,5 47,9	76 57,6 44,7	13 9,8 32,5	80 60,6 45,2	20 15,2 33,3	1 0,8 50,0	19 14,4 51,4	4 3,0 44,4	5 3,8 29,4	132 100,0 47,7
Безработица	29 27,1 29,3	2 1,9 10,5	36 33,6 49,3	64 59,8 37,6	12 11,2 30,0	68 63,6 38,4	24 22,4 40,0	0 0,0 0,0	11 10,3 29,7	6 5,6 66,7	4 3,7 23,5	107 100,0 38,6
Задержка зарплат	33 35,5 33,3	5 5,4 26,3	21 22,6 28,8	57 61,3 33,5	14 15,1 35,0	55 59,1 31,1	15 16,1 25,0	1 1,1 50,0	10 10,8 27,0	4 4,3 44,4	4 4,3 23,5	93 100,0 33,6
Другое	4 26,7 4,0	1 6,7 5,3	3 20,0 4,1	7 46,7 4,1	1 6,7 2,5	5 33,3 2,8	4 26,7 6,7	0 0,0 0,0	2 13,3 5,4	3 20,0 33,3	4 26,7 23,5	15 100,0 5,4
Всего	99 35,7 100,0	19 6,9 100,0	73 26,4 100,0	170 61,4 100,0	40 14,4 100,0	177 63,9 100,0	60 21,7 100,0	2 0,7 100,0	37 13,4 100,0	9 3,2 100,0	17 6,1 100,0	277 100,0 100,0

<i>Количество природных катастроф</i>	<i>Что повлияло на решение учиться</i>											<i>Всего</i>
	<i>родители, родственники</i>	<i>друзья, знакомые</i>	<i>романтика МЧС</i>	<i>вера в перспективу</i>	<i>материальное благосостояние</i>	<i>желание помогать</i>	<i>гарантия от безработицы</i>	<i>нет «дедовщины»</i>	<i>семейная традиция</i>	<i>не было выбора</i>	<i>другое</i>	
Увеличивается	63 33,2 63,6	12 6,3 63,2	54 28,4 74,0	115 60,5 67,6	28 14,7 70,0	128 67,4 72,3	36 18,9 60,0	1 0,5 50,0	27 14,2 73,0	5 2,6 55,6	9 4,7 52,9	190 100,0 68,6
Не меняется	17 34,7 17,2	3 6,1 15,8	10 20,4 13,7	36 73,5 21,2	8 16,3 20,0	25 51,0 14,1	16 32,7 26,7	1 2,0 50,0	6 12,2 16,2	2 4,1 22,2	7 14,3 41,2	49 100,0 17,7
Уменьшается	1 100,0 1,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	1 100,0 0,6	0 0,0 0,0	1 100,0 0,6	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	1 100,0 0,4
Трудно сказать	16 51,6 16,2	4 12,9 21,1	8 25,8 11,0	17 54,8 10,0	4 12,9 10,0	20 64,5 11,3	7 22,6 11,7	0 0,0 0,0	4 12,9 10,8	2 6,5 22,2	1 3,2 5,9	31 100,0 11,2
Всего	99 35,7 100,0	19 6,9 100,0	73 26,4 100,0	170 61,4 100,0	40 14,4 100,0	177 63,9 100,0	60 21,7 100,0	2 0,7 100,0	37 13,4 100,0	9 3,2 100,0	17 6,1 100,0	277 100,0 100,0

Количество технических категорий	Что повлияло на решение учиться										Всего	
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора		другое
Увеличивается	78 35,8 78,8	17 7,8 89,5	61 28,0 83,6	142 65,1 83,5	34 15,6 85,0	140 64,2 79,1	52 23,9 86,7	1 0,5 50,0	31 14,2 83,8	9 4,1 100,0	15 6,9 88,2	218 100,0 78,7
Не меняется	5 31,3 5,1	0 0,0 0,0	4 25,0 5,5	7 43,8 4,1	2 12,5 5,0	13 81,3 7,3	1 6,3 1,7	1 6,3 50,0	2 12,5 5,4	0 0,0 0,0	1 6,3 5,9	16 100,0 5,8
Уменьшается	1 20,0 1,0	0 0,0 0,0	1 20,0 1,4	1 20,0 0,6	0 0,0 0,0	5 100,0 2,8	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	1 20,0 5,9	5 100,0 1,8
Трудно сказать	13 41,9 13,1	2 6,5 10,5	6 19,4 8,2	17 54,8 10,0	4 12,9 10,0	15 48,4 8,5	7 22,6 11,7	0 0,0 0,0	3 9,7 8,1	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	31 100,0 11,2
Всего	99 35,7 100,0	19 6,9 100,0	73 26,4 100,0	170 61,4 100,0	40 14,4 100,0	177 63,9 100,0	60 21,7 100,0	2 0,7 100,0	37 13,4 100,0	9 3,2 100,0	17 6,1 100,0	277 100,0 100,0

Количество биологически активных кати-стронф	Что повлияло на решение учиться											Всего
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора	другое	
Увеличивается	68 38,2 68,7	15 8,4 78,9	51 28,7 69,9	113 63,5 66,5	31 17,4 77,5	114 64,0 64,4	45 25,3 75,0	1 0,6 50,0	24 13,5 64,9	6 3,4 66,7	13 7,3 76,5	178 100,0 64,3
Не меняется	10 38,5 10,1	1 3,8 5,3	6 23,1 8,2	18 69,2 10,6	4 15,4 10,0	20 76,9 11,3	6 23,1 10,0	0 0,0 0,0	5 19,2 13,5	0 0,0 0,0	1 3,8 5,9	26 100,0 9,4
Уменьшается	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	1 100,0 0,6	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	0 0,0 0,0	1 100,0 0,4
Трудно сказать	18 28,6 18,2	3 4,8 15,8	14 22,2 19,2	35 55,6 20,6	5 7,9 12,5	38 60,3 21,5	8 12,7 13,3	1 1,6 50,0	7 11,1 18,9	3 4,8 33,3	3 4,8 17,6	63 100,0 22,7
Всего	99 35,7 100,0	19 6,9 100,0	73 26,4 100,0	170 61,4 100,0	40 14,4 100,0	177 63,9 100,0	60 21,7 100,0	2 0,7 100,0	37 13,4 100,0	9 3,2 100,0	17 6,1 100,0	277 100,0 100,0

Приходилось ли быть в ЧС	Что повлияло на решение учиться											Всего
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора	другое	
Да	29 36,3 29,3	5 6,3 26,3	28 35,0 38,4	47 58,8 27,6	15 18,8 37,5	55 68,8 31,1	19 23,8 31,7	1 1,3 50,0	14 17,5 37,8	3 3,8 33,3	7 8,8 41,2	80 100,0 28,9
Нет	70 36,5 70,7	14 7,3 73,7	44 22,9 60,3	121 63,0 71,2	25 13,0 62,5	118 61,5 66,7	41 21,4 68,3	1 0,5 50,0	22 11,5 59,5	6 3,1 66,7	10 5,2 58,8	192 100,0 69,3
Всего	99 35,7 100,0	19 6,9 100,0	73 26,4 100,0	170 61,4 100,0	40 14,4 100,0	177 63,9 100,0	60 21,7 100,0	2 0,7 100,0	37 13,4 100,0	9 3,2 100,0	17 6,1 100,0	277 100,0 100,0
Что надо совершить	Что повлияло на решение учиться											Всего
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора	другое	
Учебные пособия	61 40,1 61,6	9 5,9 47,4	43 28,3 58,9	101 66,4 59,4	25 16,4 62,5	106 69,7 59,9	36 23,7 60,0	1 0,7 50,0	26 17,1 70,3	4 2,6 44,4	10 6,6 58,8	152 100,0 54,9
Техника, оборудование	47 43,1 47,5	9 8,3 47,4	35 32,1 47,9	74 67,9 43,5	21 19,3 52,5	75 68,8 42,4	33 30,3 55,0	0 0,0 0,0	15 13,8 40,5	4 3,7 44,4	4 3,7 23,5	109 100,0 39,4

Что надо совершить	Что повлияло на решение учиться										Всего	
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благосостояние	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора		другое
Методика	23 38,3 23,2	4 6,7 21,1	23 38,3 31,5	39 65,0 22,9	12 20,0 30,0	42 70,0 23,7	19 31,7 31,7	0 0,0 0,0	11 18,3 29,7	4 6,7 44,4	5 8,3 29,4	60 100,0 21,7
Квалификация преподавателей	5 62,5 5,1	2 25,0 10,5	2 25,0 2,7	5 62,5 2,9	4 50,0 10,0	8 100,0 4,5	3 37,5 5,0	0 0,0 0,0	2 25,0 5,4	0 0,0 0,0	1 12,5 5,9	8 100,0 2,9
Условия внеаудиторных занятий	42 38,2 42,4	11 10,0 57,9	34 30,9 46,6	79 71,8 46,5	18 16,4 45,0	75 68,2 42,4	30 27,3 50,0	0 0,0 0,0	21 19,1 56,8	3 2,7 33,3	5 4,5 29,4	110 100,0 39,7
Увеличенное время обучения	42 42,4 42,4	7 7,1 36,8	29 29,3 39,7	64 64,6 37,6	19 19,2 47,5	66 66,7 37,3	22 22,2 36,7	1 1,0 50,0	11 11,1 29,7	3 3,0 33,3	11 11,1 64,7	99 100,0 35,7
Другое	6 27,3 6,1	0 0,0 0,0	7 31,8 9,6	10 45,5 5,9	3 13,6 7,5	10 45,5 5,6	6 27,3 10,0	1 4,5 50,0	4 18,2 10,8	1 4,5 11,1	7 31,8 41,2	22 100,0 7,9

Что надо совершить, чтобы	Что повлияло на решение учиться										Всего	
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора		другое
Затрудняюсь ответить	7 53,8 7,1	1 7,7 5,3	3 23,1 4,1	8 61,5 4,7	1 7,7 2,5	5 38,5 2,8	2 15,4 3,3	0 0,0 0,0	1 7,7 2,7	1 7,7 11,1	1 7,7 5,9	13 100,0 4,7
Всего	99 35,7 100,0	19 6,9 100,0	73 26,4 100,0	170 61,4 100,0	40 14,4 100,0	177 63,9 100,0	60 21,7 100,0	2 0,7 100,0	37 13,4 100,0	9 3,2 100,0	17 6,1 100,0	277 100,0 100,0

Какие чувства о будуще после учебы	Что повлияло на решение учиться										Всего	
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благополучие	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора		другое
Уверенность, оптимизм	37 29,4 37,4	6 4,8 31,6	33 26,2 45,2	85 67,5 50,0	12 9,5 30,0	88 69,8 49,7	21 16,7 35,0	1 0,8 50,0	19 15,1 51,4	2 1,6 22,2	6 4,8 35,3	126 100,0 45,5
Надеюсь, но не уверен	38 39,6 38,4	11 11,5 57,9	27 28,1 37,0	58 60,4 34,1	21 21,9 52,5	55 57,3 31,1	29 30,2 48,3	0 0,0 0,0	14 14,6 37,8	2 2,1 22,2	7 7,3 41,2	96 100,0 34,7

Какие чувства о будуще после учебы	Что повлияло на решение учиться										Всего	
	родители, родственники	друзья, знакомые	романтика МЧС	вера в перспективу	материальное благосостояние	желание помогать	гарантия от безработицы	нет «дедовщины»	семейная традиция	не было выбора		другое
Неуверенность	3	0	2	4	1	4	1	0	0	1	1	6
	50,0	0,0	33,3	66,7	16,7	66,7	16,7	0,0	0,0	16,7	16,7	100,0
	3,0	0,0	2,7	2,4	2,5	2,3	1,7	0,0	0,0	11,1	5,9	2,2
Живую сегодняшним днём, о будущем не думаю	5	0	2	8	1	8	3	1	1	2	2	12
	41,7	0,0	16,7	66,7	8,3	66,7	25,0	8,3	8,3	16,7	16,7	100,0
	5,1	0,0	2,7	4,7	2,5	4,5	5,0	50,0	2,7	22,2	11,8	4,3
Затрудняюсь ответить	16	2	10	15	5	22	5	0	3	2	1	36
	44,4	5,6	27,8	41,7	13,9	61,1	13,9	0,0	8,3	5,6	2,8	100,0
	16,2	10,5	13,7	8,8	12,5	12,4	8,3	0,0	8,1	22,2	5,9	13,0
Всего	99	19	73	170	40	177	60	2	37	9	17	277
	35,7	6,9	26,4	61,4	14,4	63,9	21,7	0,7	13,4	3,2	6,1	100,0
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

ОПЕРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ
материалов опроса жителей Приморского края
(20—28 ноября 1999 г.

Объем выборочной совокупности 1459 человек)

Высокое совпадение значений (разница не превышает 1%) демографических показателей в выборочной совокупности со среднестатистическими по краю (пол, возраст, место жительства) — свидетельство достоверности полученной информации. Это дает основания с доверием отнестись к результатам ее обработки.

Среди тех, кто намерен прийти на выборы при любых обстоятельствах, предпочтения к кандидатам на должность губернатора распределились следующим образом.

	<i>Ф. И. О. кандидатов</i>				
	<i>Наздратенко</i>	<i>Орлова</i>	<i>Кириличев</i>	<i>Ведерников</i>	<i>Черепков</i>
Весь край	65,2	4,4	9,3	3,6	4,1
Владивосток	63,5	6,1	6,1	0,9	5,2
Уссурийск	76,6	0,8	0,8	12,9	0,0
Находка	73,6	0,0	11	0,0	6,6
Спасск	68,2	0,9	16,8	2,8	0,0
Арсеньев	37,7	26,7	4,4	2,2	4,4
Артём	72,7	3,0	0,0	3,0	9,1
Лесозаводск	62,5	0,0	4,1	8,3	8,3
Кавалерово	50,0	4,6	31,2	1,5	7,6

Как видно, **Наздратенко** за три недели до дня выборов имеет подавляющее преимущество над всеми соперниками. Его рейтинг в три раза превышает суммарный рейтинг оппонентов. Пониженные рейтинговые значения в некоторых районах (Арсеньев, Кавалерово) у него с лихвой компенсируются очень высокими — в других (Уссурийск, Находка, Артем). По городу Владивостоку его рейтинг неравномерен: самый низкий — в Советском (32,1%), Ленинском и Фрунзенском (по 38,7%) районах и самый высокий — в Первореченском (67,3%) районе. В Первомайском — 47,1%. Его электорат практически полностью воспроизводит демографическую структуру населения края (в силу его массовости). Имеются некоторые несущественные отклонения: повышенная доля поддержки сре-

ди женщин (56% против 52,5% в общем массиве) и пенсионеров (23,7% против 19,3%), пониженная среди самой молодой (18—25 лет) возрастной группы (11% против 14%). Опасно то, что у него самый высокий уровень поддержки в старших возрастных группах (50 лет и старше) — 16,2—18,4%. Как известно, это самая активная часть электората, 62—65% представителей этой группы твердо намерены идти на выборы (среди 19—24-летних — только 30%).

Неравномерность уровня поддержки **оппонентов Наздратенко** в различных районах — свидетельство их еще слабой «раскрутки» в сознании избирателей. Подтверждением этому служит заметный рост рейтинга **Кириличева** по сравнению с маем с.г. Он первый среди оппонентов Наздратенко начал избирательную кампанию (примерно с 10-х чисел ноября), что не замедлило сказаться на росте его популярности с 2,9 до 9,3%. Наиболее сильный рост его рейтинга произошел в северных районах (Кавалерово, Спасск), где в мае он был практически не известен. Заметный рост его рейтинга произошел и в Находке (с 6,7 до 11%). Во Владивостоке самую большую популярность он имеет во Фрунзенском (10,5%) и Ленинском (8%) районах, самую низкую — в Советском (1,2%). В Первореченском — 2,7%, в Первомайском — 4,2%. У него повышенный уровень поддержки среди мужчин (53 против 47,5%), в средних возрастных группах (24,6 против 21,8% в группе 30—39 лет, 27 против 23% в группе 40—49 лет), среди рабочих (30,3 против 21,7%). Заметно ниже его популярность среди инженеров (2,5 против 6,5%) и студентов (1,6 против 4,9%).

Снижение рейтинга **С. Орловой** с 6,7 до 4,4%, в том числе и в краевом центре (с 8,7 до 6,1%), — результат интенсивной контрпропаганды краевых СМИ. Не считая Арсеньева, где уровень ее поддержки был всегда высок, она (если, понятно, не будут приняты экстраординарные шаги) в настоящее время может составить конкуренцию Кириличеву только во Владивостоке, в особенности — в Первомайском (14,3%) и Фрунзенском (6,3%) районах. В остальных районах: Ленинском — 4,8%, Советском — 3,2%, Первореченском — 1,6%. Существенно повышенный уровень поддержки она имеет у женщин (63,5 против 52,6%), лиц, имеющих среднее специальное образование (47,5 против 39,7%), в возрастных группах 26—29 лет (14,5 против 10,8%) и 30—39 лет (29 против 21,8%), госслужащих (9,7 и 6,7%), инженеров (11,3 и 6,5%), учителей (6,5 и 4,4%), работников культуры (3,2 и 1,8%), студентов (9,7 и 4,9%). Следует иметь в виду пониженный рейтинг С. Орловой у людей с неполным средним образованием (3,4 против 10,3%),

в возрастной группе до 25 лет (9,7 и 14%), 40—49 лет (16 и 23%), среди рабочих (16,1 и 21,7%) и пенсионеров (9,7 против 19,3%).

В.П. Ведерников среди всех реальных претендентов на должность губернатора края имеет самый низкий уровень популярности. 3,6% рейтинга он набирает, главным образом, за счет Уссурийска и Лесозаводска. У него самый мужской среди всех кандидатов электорат (59,3 против 47,4%). В нем также повышена доля лиц с общим средним (28,1 против 23,8%) и высшим образованием (31,6 против 26,1%), а также в возрастных группах 26—29 лет (15,3 и 10,9%) и 50—59 лет (25,4 и 15,6%). У него повышенный уровень поддержки среди технической интеллигенции (10,2 и 6,5%) и учителей (6,8 и 4,4%). Очень низка доля его поддержки в возрастной группе 30—39 лет (11,9 против 21,8%), среди рабочих (11,9 против 21,7%), предпринимателей (3,4 и 6,5%), студентов (1,7 и 4,9%).

Общая характеристика электората

Пол практически не дифференцирует избирателей по степени их электоральной активности.

Самый высокий уровень электоральной активности в зависимости от *образования* наблюдается среди лиц с высшим образованием (56,5%) и неполным средним (55,9%). В группе с общим средним — самый низкий (43,5%).

Возраст и электоральная активность связаны между собой строго линейной прямой зависимостью:

<i>Придут голосовать обязательно</i>	<i>Возраст</i>					
	18—25	26—29	30—31	40—41	5—51	60 и старше
%	30,1	35,8	44,3	54,5	62,1	65,4

Социальное положение — существенный фактор, влияющий на активность избирателей. Лидирующие позиции занимают учителя (68,8%) и пенсионеры (64,9%). Самые пассивные — студенты (25,4%), предприниматели (37,2%) и работники культуры (38,5%). В остальных социальных группах этот показатель колеблется между 52 и 57%.

Материалы исследования свидетельствуют о наличии тенденции, разрушающей прежние представления о неизменно высокой активности сельского населения. По-видимому, в этом — специфика настоящих выборов. Впервые уровень электоральной активности на *селе* ниже, чем в *городе*: 43,5 и 50,7% соответственно.

Самый высокий уровень — у жителей поселков городского типа (в большинстве своем — это центры районов) — 56,7%.

Дислокация населенных пунктов также заметно дифференцирует избирателей по степени активности. Самый низкий ее уровень зафиксирован в Лесозаводске — 20%. Самый высокий — в Кавалерово — 71,7%. Высок этот уровень и в Спаске — 60,8%. Во Владивостоке активность избирателей сильно варьируется: в Первореченском — 67,8%, в Первомайском — 56,7%, Фрунзенском — 49,1%, Ленинском — 44%, в Советском — 30,6%. Находка — 42,9%, Уссурийск — 53%.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
§ 1. Основные положения программы социологического исследования.....	4
§ 2. Социальное измерение. Шкалирование. Виды шкал.....	23
§ 3. Выборочный метод в социологии.....	50
§ 4. Социологическое наблюдение.....	71
§ 5. Методы анализа документальных источников.....	80
§ 6. Опросные методы сбора эмпирической информации.....	87
§ 7. Социометрическая процедура.....	96
§ 8. Методы экспертных оценок.....	107
§ 9. Обработка социологической информации.....	127
§ 10. «Качественные» методы в социологии.....	153
Список рекомендуемой литературы.....	179
Приложения.....	180

По вопросам приобретения книг обращайтесь:

Отдел продаж «ИНФРА-М» (оптовая продажа):
127282, Москва, ул. Полярная, д. 31в, тел.: (495) 380-4260; факс: (495) 363-9212
E-mail: books@infra-m.ru

Магазин «Библиосфера» (розничная продажа):
109147, Москва, ул. Марксистская, д. 9, тел. (495) 670-5218, 670-5219

Отдел «Книга—почтой»:
тел. (495) 363-4260 (доб. 232, 246)

Центр комплектования библиотек:
119019, Москва, ул. Моховая, д. 16 (Российская государственная библиотека, кор. К)
тел. (495) 202-9315

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Евгений Петрович Тавокин

ОСНОВЫ МЕТОДИКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Редактор *Л.Б. Герцвольф*
Корректор *Э.Б. Прудникова*

Оригинал-макет подготовлен
в Издательском Доме «ИНФРА-М»

Подписано в печать 20.07.2008.
Формат 60 x 90/16. Печать офсетная. Бумага офсетная.
Гарнитура *Newton*. Усл. печ. л. 15,0. Уч.-изд. л. 14,45.
Тираж 2500 экз. Заказ №

Издательский Дом «ИНФРА-М»
127282, Москва, ул. Полярная, д. 31в.
Тел.: (495) 380-05-40, 380-05-43. Факс: (495) 363-92-12.
E-mail: books@infra-m.ru
<http://www.infra-m.ru>