

Методология и методика прикладных исследований в научной работе

д.соц.н., профессор
Сизова И.Л.

3 сессии: 2014-2015 уч.год

1 этап:

1) очная сессия:

Методология, выборка, опросы, инструментарий

2) заочная сессия: анализ социологического исследования по школе

2 этап:

1) очная сессия: программа прикладного исследования

2) заочная сессия: проектирование генеральной и выборочной совокупности для количественного и качественного исследования

3 этап:

1) очная сессия: индивидуальный проект (характеристика)

2) заочная сессия: составление индивидуальной программы исследования в магистерской диссертации, изложение эмпирической базы

Разделы научно-исследовательской работы

- Введение
- Теоретическая часть.
- **Практическая (эмпирическая) часть.**
- Заключение. Список используемой литературы.
- Приложения.

Введение

- актуальность темы исследования
- степень научной разработанности темы (проблемы)
- объект, предмет исследования
- цель и задачи исследования
- теоретико-методологическая база работы
- **эмпирическая база исследования**
- научная новизна работы
- научная и практическая значимость результатов исследования

Задание: выделить
важные разделы
эмпирической базы
научно-исследовательской
работы

Примеры оформления эмпирической базы исследования

Эмпирическую базу исследования составили данные авторских исследований:

1. Результаты тестирования «Управленческие роли» и групповой дискуссии руководителей «Преимущества и недостатки ролей руководителей», обучающихся на программе МВА в НИУ ВШЭ - Н.Новгород, 18 человек (октябрь 2012 года).
2. Данные онлайн-анкетирования руководителей организаций (n=348) на тему «Характеристика системы управления в российских компаниях». В целевую выборку включены руководители высшего и среднего звена российских компаний различных размеров, форм собственности и сфер деятельности (ноябрь-декабрь 2012 г.).
3. Данные тестирования и анкетирования работников 8 организаций групп компаний ООО «Реалтехгаз» и ООО «ЭСКО» (39 руководителей, 84 подчиненных) на тему «Характеристика системы управления в российских компаниях» (февраль-май 2013 г.).

Эмпирическую базу исследования представляют результаты комплексного прикладного исследования, проведенного на базе университетов Дуйсбург-Эссен (г. Эссен, Германия), ННГУ и ННГАСУ (г. Н.Новгород, Россия).

Инструментарий социологического исследования (Университет Дуйсбург-Эссен, г. Эссен) включает: 1) качественные методы (серия полуструктурированных интервью с иностранными студентами, начинающими свое обучение в Университете; экспертное интервью с главой международного отдела принимающего Университета); 2) количественный метод (анкетирование иностранных студентов); 3) дневниковые записи («self-reflective diary») на основе опыта адаптационного процесса, пережитого автором в ходе проведения данного исследования (период анализа – 6 месяцев).

Период проведения исследования: 1 волна – октябрь 2011г; 2 волна – февраль-март 2012г.

Участники социологического исследования – студенты, приехавшие на обучение в университет по академической программе («Эразмус», «Двойные дипломы») или самостоятельно. Выборка для качественного исследования (интервью) составила 27 студентов, для количественного (анкетный опрос) – 110 студентов. Всего получено 54 интервью и 220 анкет.

Эмпирическая база исследования:

- результаты авторских социологических исследований:

1. Социологический опрос (метод анкетирования)
«Профессионально-образовательные стратегии выпускников общеобразовательных школ Республики Мордовия (апрель-май 2012 г., $n=520$, многоступенчатая квотная гнездовая выборка по типам общеобразовательных учреждений и типам населенных пунктов, погрешность $\pm 5\%$).
2. Полуформализованное интервью выпускников 9-х и 11-х классов общеобразовательных школ Республики Мордовия (март-май 2011 г., $n=20$).
3. Социологический опрос (метод анкетирования)
«Профессиональная ориентированность студентов пятых курсов вузов Республики Мордовия» (январь-март 2012 г., $n=498$, квотная гнездовая по типам специальностей, погрешность $\pm 5\%$).
4. Социологический опрос (метод анкетирования) «Доступность университетского образования в условиях демографического спада» (апрель-май 2012 г., $n=185$, квотная гнездовая по типам специальностей, погрешность $\pm 7\%$). Опрос проведен совместно с Л.П. Канаевой.

- Тема эмпирического исследования
- Источники информации для данного исследования и их характеристика
- Методы сбора первичной информации, включая процедуру проведения исследования
- Используемый инструментарий

Источники информации

- **Первичные** источники информации - все сведения (виды эмпирического знания), полученные авторским опытным (эмпирическим) путем при помощи специальных методов.
- **Вторичные** источники информации образуются путем ее выделения из уже проведенных исследований и опубликованных в литературе (такая информация взята из других источников, полученных другими авторами).

Особый вид информации

представляет статистическая информация, которая может быть получена в ходе собственного исследования, из баз данных официальной статистики или в результате опубликования отдельными институтами, фондами и пр. своих информационных (необработанных, а только собранных) баз

Примеры первичной информации:
результаты анкетирования,
стенограммы интервью, протоколы
наблюдений, личные документы,
письма и пр.

Примеры вторичной информации –
таблицы, графики, рисунки в научных
статьях, книгах, монографиях, в
аналитических отчетах и пр.

Базы статистической информации:

- 1) *Федеральная служба государственной статистики* (<http://www.gks.ru>)
- 2) *Базы данных (вторичные источники) отдельных фондов и институтов:*
 - Фонд общественное мнение (ФОМ);
 - Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ):
<http://wciom.ru/data-base/>)
 - Аналитический центр Юрия Левады (Левада-центр);
 - Независимый институт социальной политики (НИСП): (<http://www.socpol.ru/index.shtml>)

3) Базы данных (первичная информация):

- Единый архив экономических и социологических данных (ЕАЭСД): более 1100 исследований и базы данных Росстата;
- Банк социологических данных Института социологии РАН: более 700 исследований

4) Отдельные крупные регулярные (панельные) проекты: Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗН):

<http://www.hse.ru/rlms/spss>

Базы данных по среднему образованию

- <http://mprco.prf/info/material/> (Модернизация региональных систем общего образования Российской Федерации) – см. раздел «Аналитика»
- <http://фцпро.пф> (Федеральная целевая программа развития образования на 2011-2015 гг.
- <http://minobr.government-nnov.ru/?id=2558> (Министерство образования Нижегородской области)
- <http://www.clmo.nnov.ru> (Центр мониторинга качества образования Нижегородской области) – см. раздел Мониторинг качества образования
- <http://www.centeroko.ru> (Центр оценки качества образования) – см. разделы: Исследования, Публикации
- <http://ioe.hse.ru/publications/> (Институт образования ВШЭ) – см.раздел Публикации

Правило получения информации:

Сначала используются вторичные источники и статистические данные, если они отсутствуют или недостаточны по данной теме, тогда и только тогда проводится авторское эмпирическое исследование.

Описание массива данных

1. *Указание генеральной (N) и выборочной (n) совокупностей.*

Пример:

- Экспертный опрос и полуструктурированное интервью на тему «Комплексное взаимодействие профессиональных образовательных учреждений с предприятиями (организациями) Республики Мордовия» (2009 г., экспертный опрос, $n=122$; интервью, $n=21$).
- Анкетный опрос студентов университета «Доступность университетского образования в Республике Мордовия» (2007 г., $n=500$, погрешность $\pm 4\%$).

- для вторичных источников информации: сведения о генеральной и выборочной совокупностях должны быть опубликованы! В противном случае, исследование не считается научным.
- для первичной информации: расчеты генеральной и выборочной совокупностей проводит сам исследователь (студент).

- 2) *Соблюдать порядок указания исследований. Например:* по времени, по важности для данного исследования, по авторитетности приводимых исследований и т.д.
- 3) *Обязательна краткая характеристика информантов. Например,* анкетный опрос **студентов 1-х и 4-х курсов** бакалавриата факультета менеджмента НИУ ВШЭ – Нижний Новгород; экспертное интервью **с сотрудниками управления образованием** г. Нижний Новгород; 15-я волна исследования экономического положения и здоровья **населения РФ** и т.д.

4) *Тема исследования.* Если речь идет о вторичных источниках информации, указывается, с какой целью используется данное исследование, что оно помогает исследовать. **Например:** Средствами вторичного анализа статистических баз данных, международных исследований в области Benchmarking и итогов эвалюации **оценивались качественные и количественные тренды в развитии социального государства и основные изменения в консервативной модели в 2002-2007 гг.** Информация была собрана из следующих источников:

- перечисление их с указанием всех выходных данных.

- 5) *Указывается время проведения исследований или сбора статистического материала (а не его публикации).*
- 6) *Указываются авторы исследования или фонды, которые публикуют массивы данных.*
- 7) Для качественных исследований – *общее время проведения интервью, фокус-группы и т.д.*
- 8) Для контент-анализа печатных материалов – *общее количество единиц анализа (слова).*

Генеральная и выборочная совокупности

Генеральная совокупность – это совокупность единиц, в соответствие с которой осуществляется отбор единиц исследования, то есть выборочной совокупности.

Проектируемая совокупность – все единицы учета (россияне, студенты и т.д.)

* *Реальная совокупность* образуется за вычетом труднодоступных групп, категорий и пр.

Реальная генеральная совокупность – это та, которая сформировалась на стадии полевого исследования после исключения всех ограничений в доступности первичной информации.

Выборочная совокупность

Правило: должна представлять реальную генеральную совокупность в полном объеме

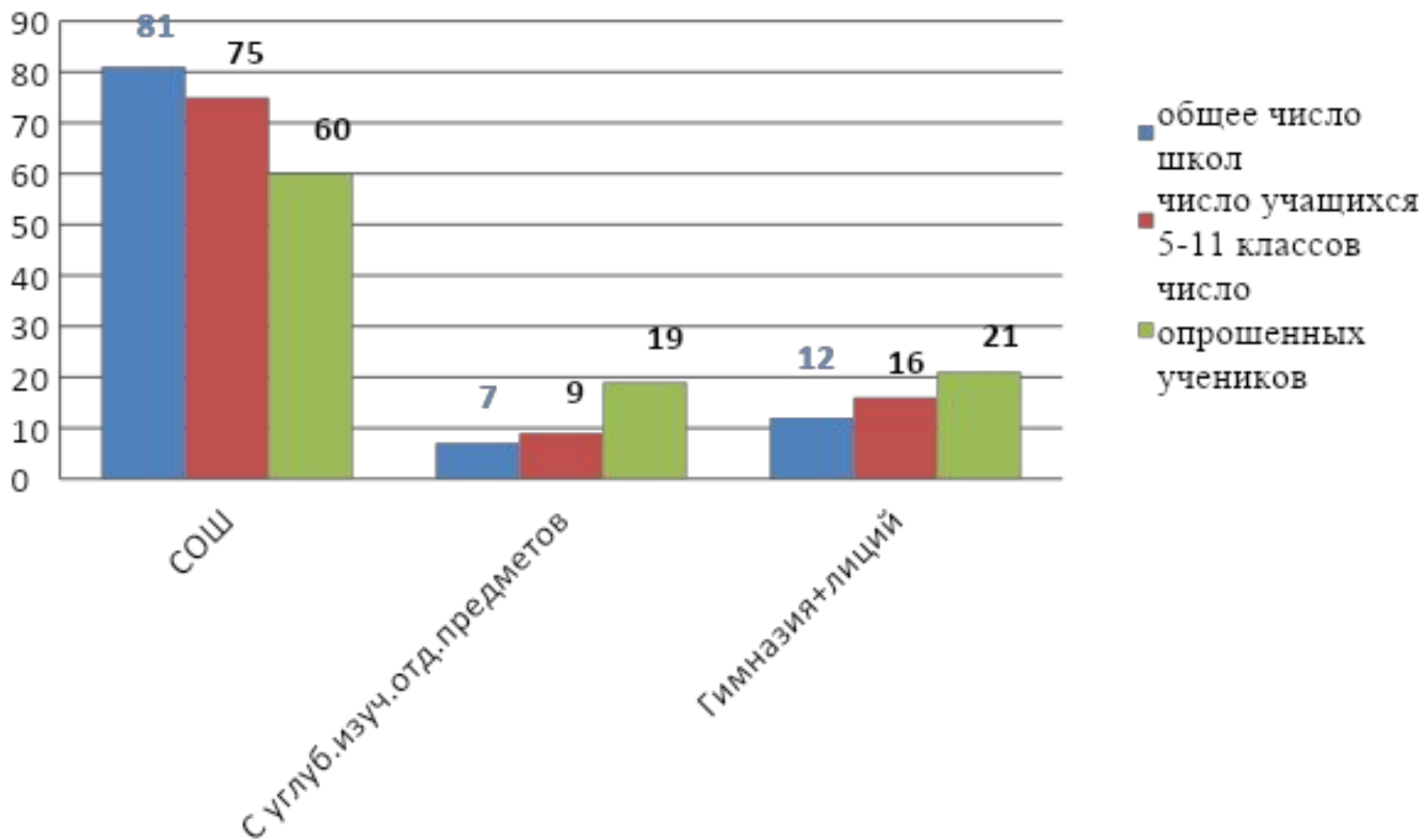
Способ контроля выборки: взвешивание основных типологических групп.

Пример



Распределение учеников в Нижнем Новгороде по типам школ

(в %, статданные районных отделов образования, 1.09.2012 г.)



Соотношение параметров выборочной и генеральной совокупностей в мониторинге общественного мнения об экономических к социальных переменам в России, ВЦИОМ, март и июнь 1993 г., %

Группы населения (признаки I — II — контрольные при взвешивании)	Данные государственной статистики	Выборочные данные (взвешенные)
Пол		
1. Мужской	45,1	45,4
2. Женский	54,9	54,6

Ошибка выборки

- является следствием сравнения среднестатистических средних генеральной и выборочной совокупностей
- для ее вычисления используются данные переписей населения, текущего статистического учета, предшествующих опросов на том же объекте
- в качестве контрольных параметров обычно применяются социально-демографические признаки (пол, возраст, образование, место жительства и т.д.)
- максимальное отклонение показателей выборочной совокупности не должно быть значительным.

Типы ошибок

1) *Случайная (количественная) ошибка выборки:*

- сокращается при возрастании объема выборочной совокупности;
- чем больше объем выборки, тем выше точность ее результатов;
- плохо распределенная выборка в десять миллионов человек хуже, чем хорошо распределенная выборка в сто человек.

2) *Систематическая (качественная) ошибка выборки* – это неконтролируемые перекосы в распределении выборочных наблюдений, которые приводят к «утере» проектируемого объекта исследования.

Особенности:

- при возрастании объема выборки не уменьшаются;
- возникает из-за несоответствия проектируемой генеральной совокупности реальной;
- не поддается предварительному контролю.

Примеры систематических ошибок выборки:

рассылаются анкеты не тем группам, или только выбираются однородные группы, например, только с высоким или только с низким доходом, или только живущие в городе, а не на селе; выбран неправильный метод опроса

Главный принцип выборочной
процедуры:

каждая единица имеет
равный шанс попасть
в выборку

Причины систематических ошибок выборки:

1. Давление доступных объектов.
2. Время.
3. Иллюзия постоянства:
 - а) переменные, не обнаруживающие динамики;
 - б) переменные с прогнозируемой динамикой;
 - в) переменные с непрогнозируемой динамикой.
4. Недостаточный учет аномальных или труднодоступных единиц исследования.
5. Недостаточный учет отсутствующих

Правило предотвращения ошибки пятого типа:

минимум троекратное возвращение интервьюера на место опроса

- однократное посещение обеспечивает опрос примерно 55% респондентов,
- второе и третье посещения увеличивают это число до 95 — 96%).

Опыт:

- при первом посещении интервьюерам удается опросить большую часть женщин и меньше половины мужчин;
- при трехкратных посещениях в числе 4 — 7% труднодоступных респондентов также преобладают женщины;
- среди рабочих труднодоступных респондентов 5%, среди служащих — 8%;
- чем моложе респонденты, тем больше вероятность опросить их при первом визите интервьюера;
- с увеличением возраста респондентов увеличивается доля труднодоступных;
- наиболее доступны респонденты, никогда не состоявшие в браке.

6. Отказы от опроса. Причины:

- содержание вопросов, недостаточная осведомленность респондента в предмете обсуждения либо нежелание говорить на определенные темы;
- нежелание отвечать в силу недоброжелательной установки по отношению к интервьюеру либо такого рода опросам вообще;
- внешние обстоятельства, препятствующие контакту, несмотря на информированность респондента и желание сотрудничать, в т.ч. падение уровня подготовки интервьюеров, по соображениям небезопасности.

Наиболее трудные группы респондентов:
*семейные люди, высокообразованные,
городские, белые.*

Типы выборки

1. Сплошная - *полностью опрос реальной генеральной совокупности*
2. Случайная – *наиболее репрезентативный вариант*
3. Неслучайная – *зависит от*

Типы случайной выборки

1. Вероятностная (используется при небольшой генеральной совокупности, когда все единицы можно пронумеровать и отобрать при помощи генератора чисел или в ручную).

2. Систематическая (упрощенный вариант вероятностного отбора). В основу выборки положены алфавитные списки, картотеки, схемы, которые, как предполагается, не зависят от изучаемого признака и обеспечивают равновероятность попадания в выборку всех единиц генеральной совокупности.

3. Районированная: разделение генеральной совокупности на более или менее однородные части и отбор единиц внутри этих групп. В этом случае необходимо располагать данными о структуре генеральной совокупности, о распределении признака «районирования». Выделенные «районы» должны существенно отличаться друг от друга, потом производится взвешивание отобранных единиц во всех районах.

4. Гнездовая (обследуется промежуточный объект). В качестве «гнезд» могут выступать населенные пункты, предприятия, классы и т.д. Реализовать такую выборку легче, чем другие случайные, поскольку единицы исследования здесь размещены компактно. Проблемы, которые возникают при гнездовом отборе, связаны с определением величины гнезда, количеством гнезд, которые надо обследовать, и их размещением в генеральной совокупности.

**Многоступенчатая
стратифицированная
случайная выборка:
*совмещение указанных
типов выборки***

Типы неслучайной выборки:

1. «Стихийная» выборка:

- используются максимально доступные единицы наблюдения;
- главный критерий - принадлежность респондента к проектируемой генеральной совокупности;
- большая опасность допустить неконтролируемые систематические ошибки;
- оценить репрезентативность выборочных средних при стихийном отборе практически невозможно.

2. Квотная (целевая) выборка - целенаправленное формирование структуры выборочной совокупности.

Процесс: опрашиваются некоторое количество лиц определенного возраста, пола, образования и профессии.

Правила:

- удельный вес квоты в выборочной совокупности должен соответствовать ее удельному весу в генеральной совокупности;
- обычно используется на последних ступенях отбора и завершает процесс районирования и применения вероятностных процедур.
- для определения квоты выбираются территориальные признаки, социальный статус, возраст, пол, раса.
- остается много возможностей для систематических ошибок.

Пример: В штате Нью-Йорк проживает 10% населения США. Следовательно, 10% интервью должны быть проведены в Нью-Йорке.

3. Метод «основного массива».

Выборочная совокупность составляет значительную долю генеральной и перекрывает возможное смещение.

Например, при обследовании коллектива предприятия вполне достаточно опросить «большинство» работников и это обеспечит близость выборочной и генеральной средних.

Определение размера выборки

(при $p < 0,05$; ошибка выборки 5%)

Генеральная совокупность	Выборочная совокупность
500	222
1000	286
2000	333
3000	350
4000	360
5000	370
10 000	385
100 000	398
	400

Итог

- выборка должна быть достаточно большой, но не выше определенного предела
- необходимо определить точность предстоящего измерения
- если требуются самые высокие гарантии и самая точная информация, выборка должна быть большой;
- повторные исследования проводятся при высокой степени неоднородности генеральной совокупности

Анализ данных

1. Значимые различия между признаками выборок, полученные в ходе исследования

Численность сравниваемых групп (подвыборок)	Значимые различия (в %)
50	20
100	14
150	11,5
200	10
300	8
500	6,3
1000	4,5
5000	2

Методология исследования – это совокупность принципов и техник рационального познания мира.

Цель заключается в обосновании генерализаций — общих суждений об определенной области действительности.

Задание для студентов:

- 1. Сделайте обобщение о «русском характере»*
- 2. Откуда вы об этом узнали?*

Правила методологической работы:

- не декларировать, а доказывать;**
- ВЫВОДИТЬ т.н. «предпоследние ИСТИНЫ»;**
- систематическое опровержение установленных генерализаций (поиск фактов, противоречащих общепринятому мнению).**

«Двойственность» социологической методологии

1. «Жесткая» методология:

- основана на математико-статистическом аппарате
- построена на количественных методах сбора и анализа данных.

а) Социальные обследования. Целью является достижение информативных и полезных для общества результатов. Главная основа – информативность и интерес со стороны общественности. Регулярно обновляются.

б) Социальные исследования. Направлены на получение нового знания. Оно считается действующим до тех пор, пока не опровергнуто новым знанием. Для них важна такая характеристика как достоверность.

2. «Мягкая» или качественная методология: глубинное изучение человеческого мира.
- выяснение индивидуального (взгляд через микроскоп на индивидуальные аспекты социальной практики, т.е. реальный опыт жизни конкретных людей);
 - исследуются формы единичного или отклонений от норм;
 - данные извлекаются путем наблюдения, интервью, анализа личных документов (текстовых, реже визуальных фото- и видео-источников). Качественные методы - тонкий инструмент глубинного исследования узкого сегмента социальной жизни;
 - вместо цифр (много-мало) значение имеют номинальные ответы, обозначающие *качество отношения* (субъективную реальность); данные анализируются *не* математически, а путем аналитического раскрытия их субъективного смысла;
 - обращение к качественным исследованиям зависит от природы изучаемой проблемы (болезнь, религиозные убеждения, потребление наркотиков): когда необходимо понять природу неизвестного до сих пор феномена, детально описать новые аспекты уже известных проблем или раскрыть скрытые субъективные смыслы или

Соотношение областей применения качественного и количественного методов

Макроуровень
исследования



Микроуровень
исследования

Границы и возможности методологий

Естественность означает широкое использование естественной живой речи конкретных индивидов и более живой язык в изложении результатов. Также прямой визуальный контакт исследователя с исследуемым в привычной для него обстановке (качественная методология)

Искусственность (количественный подход) предполагает акцент на предварительно заданных гипотезах и характеристиках объекта; описываются логические связи между переменными вне социального многообразия. Отсутствие прямого контакта исследователя со своим объектом.

Частный характер качественного исследования приводит к распространению выводов на определенную узкую совокупность схожих случаев. Выводы, полученные на одних объектах, могут быть отвергнуты на других объектах.

Обобщенный характер количественного исследования проявляется в упорядочивании структуры сложных социальных объектов (при нивелировании специфики каждого); широте распространения выводов проведенного исследования на всю совокупность аналогичных объектов, а также в форме представления конечных данных (в виде цифр и таблиц).

Аналитическое обобщение в качественном исследовании противостоит статистическому (повторение выводов на других объектах затруднено).

Статистическое обобщение количественного исследования основано на статистической репрезентации генеральной совокупности.

Субъективизм качественного подхода может привести к тому, что от его личной трактовки исследовательской ситуации зависит многое. Однако интерпретация количественных данных также не лишена субъективизма. Субъективизм эмпирического исследования заложен уже самим объектом исследования - индивидуальным своеобразием людей, составляющих социум.

Одномерный метод исследования количественного подхода противостоит **многомерному**, или мультимедийному (multimedia), характеру качественного исследования. Качественные исследования базируются на многостороннем анализе объекта и привлекает для этого разные источники информации: например, наблюдение за деятельностью какой-либо группы дополняется интервью с членами этой группы, анализом официальных и частных документов о ее деятельности; возможно также одновременное использование качественных и количественных данных об объекте, привлечение исторических документов, видеозаписей и т. д.

Правило: в зависимости от целей и исследовательских задач, а также фокуса интереса исследователь избирает ту или иную тактику, но при этом должен четко следовать избранной логике.

Различия в стратегиях исследования при качественном и количественном подходах

Количественный подход	Качественный подход
<i>Теоретико-методологическая база:</i>	
Реализм Достоверное, объективное знание Описание логических связей между отдельными параметрами	Феноменология Релятивизм Описание общей картины события или явления
<i>Фокус анализа</i>	
Общее, генеральное, макроанализ Классификация путем отождествления событий, случаев В центре внимания структуры; внешнее, объективное	Особенное, частное, микроанализ Описание событий, случаев В центре внимания человек; внутреннее, субъективное
<i>Единицы анализа:</i>	
Факты, события	Субъективные значения, чувства

Количественный подход	Качественный подход
Исследовательские цели, задачи:	
Дать причинное объяснение Измерить взаимосвязи	Интерпретировать, понять наблюдаемое Концептуализировать
Стиль:	
Жесткий, холодный Систематизация	Мягкий, теплый Воображение, представление о...
Валидность (надежность):	
Достоверное повторение установленных связей	Реальное насыщение информации
Логика анализа:	
Дедуктивная: от абстракций - к фактам путем операционализации понятий	Индуктивная: от фактов из рассказов о жизни и т. д. - к концепциям

***«В том и состоит
особенность методов
эмпирических наук, что
изучать их можно только в
процессе практического
применения»***

Формы эмпирических исследований

- Пилотажные (30-100 ед.)
- Основные

Методы сбора первичной информации

1. Опрос (80% эмпирической информации).

- используется когда предпочтительным или единственным источником сведений является человек — непосредственный представитель исследуемого процесса или явления;
- получение сведений происходит в общении по схеме «вопрос — ответ»;
- общение может быть различным: личное или опосредованное (телефон, почта и т.п.), устное или письменное, индивидуальное или групповое;
- данные фиксируются в виде ответов на вопросы, которые формулируются либо заранее (*формализованный опрос*), либо непосредственно в процессе общения (*неформализованный опрос*).

**В опросах мы получаем
сведения, всегда имеющие
приблизительное значение.**

**Это означает отказ от
обыденного сознания, в
котором доминируют
альтернативы «истинно» или
«ложно».**

Сфера Статистическая
мышления сфера

Наши Мир
представлен переменных
ия о и
социальной индексов
реальности

Массовые опросы

- В опросах человек превращается в безликую массу (абстрагирование от личности) – *это условие для счета людей*
- Все люди рассматриваются под углом зрения определенных **признаков**, без учета их сложных характеристик – *мышление признаками*
- Достаточно нескольких сотен опрошенных, чтобы охватить мнение большинства
- Проникновение в сложный жизненный процесс, целостное восприятие человека невозможно в массовых опросах
- Вместо «людей» возникают «респонденты», «информанты»
- Внутри групп люди рассматриваются как принципиально «равноценные», «однородные», взаимозаменяемые и анонимные
- Репрезентативные опросы могут давать достаточно

Опросы – это крупное мероприятие:

- много людей (интервьюеры, респонденты, заказчики, исследователи и пр.)
- используется для выявления действий, мнений, склонностей и установок совокупностей людей
- искусство задавать вопросы
- знать, у кого спрашивать
- понимать, как обрабатывать полученные данные

Виды опроса

Классификация:

- а) сплошные и выборочные;
- б) индивидуальные и групповые;
- в) массовые и экспертные;
- г) устные и письменные;
- д) очные и заочные;
- е) повторные и бесповторные;
- ж) стандартизированные и
нестандартизированные;
- з) бумажные и безбумажные.

Виды опроса

Анкетный опрос - общение между исследователем и респондентом опосредуется анкетой.

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

Виды анкетирования:

По способу доставки: раздаточное, почтовое, прессовое;

По степени участия анкетера: в присутствии, без присутствия

Вопросы

Два аспекта необходимо учесть при формулировке:

- 1) Какую информацию требуется получить?
- 2) Как следует спросить, чтобы получить именно эту информацию.

Индикаторная концепция формулировки вопроса:

- изучаемые переменные далеко не всегда доступны прямой фиксации (убеждения, мотивы, интересы, ценностные ориентации и т.п.);
- вопросы задаются а о чем-то, что выступает индикатором переменной;
- содержание индикатора не тождественно содержанию индиката, оно его только представляет репрезентирует;
- индикатор обязательно должен обеспечивать полноту и достаточность;
- подбор вопросов-индикаторов должен предполагать высокую корреляцию их смысла со значением изучаемой переменной.

Как задавать вопросы

1. Иногда вопрос **трудно понимать** по языковым причинам: они могут быть неправильно поняты или интерпретированы; они многозначны или содержат подсказку, потому что эмоционально окрашены.
2. Исследовательские вопросы или задачи исследования часто носят **абстрактный характер**, и эрудиции опрашиваемых недостаточно для их понимания. Население отвечает тем подробнее и тем точнее, чем конкретнее сформулированы анкетные вопросы.
3. **Недостаточная наблюдательность**: на те обстоятельства, о которых спрашивают, опрашиваемый не обращал внимания или воспринимал их недостаточно точно.
4. **Нечеткие воспоминания** - респондент не может дать надежную информацию: восприятие было, но оно полностью или частично стерлось в памяти.
5. На способность или готовность высказаться может повлиять **усталость**. Необходимо «перевести» вопрос на язык респондента.
6. На ответы опрашиваемого могут повлиять его **недоверие** к исследователю или **опасения** политического, экономического, социального или религиозного характера.

«Перевод» исследовательского вопроса в анкетный

- 1) Без перевода: об известных фактах, о простых, легко проверяемых обстоятельствах

Пример:

Программный вопрос: установить, какая часть населения в определенные периоды времени пользуется общественным транспортом

Анкетный вопрос:

- а) *«Пользуетесь ли Вы здесь, в Нижнем Новгороде, метро, автобусом или трамваем?»*
- б) *«Когда Вы в последний раз пользовались в Нижнем Новгороде метро, автобусом или трамваем?»*

Проверка анкетного вопроса на соответствие правилам

ПОСТАНОВКИ

1. Трудно понять смысл вопроса?- Нет.
2. Вопрос слишком абстрактен?- Нет.
3. Необходима значительная наблюдательность для ответа на вопрос?- Нет.
4. Предъявляются ли слишком высокие требования к памяти?- Нет.
5. Существует опасность утомления из-за большого объема вопроса?- Нет.
6. Повлияют ли на ответ опасения, страх, недоверие?- Нет.
7. Играть ли роль соображения престижа?- Едва ли.

2) С «переводом»

Программный вопрос: почему в Южной Германии покупают сравнительно мало телевизоров?

Анкетный вопрос:

- Мотивы не осознаются
- Затрагиваются вопросы престижа
- Предъявляются слишком высокие требования и наблюдательности и т.д.

Итог: **70 анкетных вопросов** (1957 г.)

3) Пример опроса в современной школе

Техника поэтапного развертывания вопроса

- (а) Фильтрующий вопрос, предназначенный для отсеивания некомпетентных
- (б) Прямой вопрос, выявляющий общую направленность мнения: *"Что Вы думаете по поводу...?"* или *"Каково Ваше мнение о достоинствах и недостатках (такого-то общественного действия, высказывания...)?"*»
- (в) Дихотомический вопрос, уточняющий эту направленность: *"Если брать в целом, Вы одобряете или осуждаете, согласны или не согласны; Вам нравится или не нравится?..."*»
- (г) Уточнение основания оценки или мнения: *"Если в основном Вы не согласны с тем, что..., не могли бы Вы пояснить свою мысль?"*, или *"Если Вы одобряете ..., чем это можно было бы объяснить?"*, или *"Итак, Вы высказались "за" (или "против") того-то. Пожалуйста, объясните свое мнение..."*»
- (д) Определение интенсивности мнения. *"В какой степени Вы уверены в своем суждении?"* или *"Насколько Вы уверены в своей оценке?"*. И далее следует шкала интенсивности мнения.

при разработке вопросника вы должны постоянно спрашивать себя: "Почему я задаю этот вопрос?" И в каждом конкретном случае вы должны суметь объяснить, насколько тесно любой анкетный вопрос связан с программным.

Структура анкеты

1. Титульный лист («шапка» анкеты): название организации, название анкеты.
2. Первая часть (вводная): текст, при помощи которого необходимо заинтересовать респондента.
3. Вторая часть (содержательная): 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.
4. Третья часть (заключительная – «паспортичка»): социально-демографический блок вопросов, в которых определяются объективные характеристики респондента (пол, возраст, образование и т.п.). Завершается анкета словами благодарности за участие в опросе.

Основные типы вопросов

- 1) **Вопросы о поведении или фактах.**
Выясняются характеристики людей или их действия, то есть то, что в принципе может быть проверено сторонним наблюдателем.
- 2) **Вопросы о психологических установках и субъективных мнениях**
(более подвержены влиянию формулировки, чем о других).

Эффект ответа

Фактологический вопрос: *"Каким был ваш общий семейный доход из всех источников в прошлом году?"*

Источники ошибок:

- Временной сдвиг (респондент по-своему понял время)
- Забывчивость
- Намеренное нежелание ответить на вопрос
- Искажение величины дохода
- непонимание смысла вопроса (например, причисление подарков к доходу)
- Незнание ответа

Типология вопросов в анкете

1. Предметное содержание:
 - **вопросы о фактах** (цель — получение информации о конкретных явлениях, событиях, фактах)
 - **вопросы о знании** (выясняется уровень информированности и знаний респондента).
 - **вопросы о мнении** (личные оценочные суждения респондентов).
 - **вопросы о мотивах** (субъективные представления человека о мотивах своих действий).
2. Логическая природа:
 - **основные вопросы** (на их основе 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** (проверка устойчивости, непротиворечивости, искренности и правдивости ответов);
 - **наводящие вопросы** (задаются для правильного понимания и осмысления основного вопроса).

3. Психологическая природа:

- **контактные вопросы** (для установления контакта с респондентом. Цель — привлечь интерес к опросу).
- **буферные вопросы** (для переключения внимания респондента от одной темы к другой. В них часто имеется небольшая преамбула, поясняющая необходимость предлагаемой группы вопросов).
- **прямые вопросы** (выявление отношения респондента к исследуемой проблеме, его собственной позиции).
- **косвенные вопросы** (позволяют скрыть свою позицию и ответить от имени группы, коллектива в безличной форме).

4. По характеру ответов:

- **открытые вопросы** (с письменным ответом в произвольной форме. Для ответа оставляют несколько пустых строчек).
- **закрытые вопросы** (выбор из нескольких вариантов ответа).
- **полузакрытые вопросы** (содержат открытую часть, в которой респондент может дать свой ответ, если ни один из предложенных его не устраивает.)

5. Вопросы-индексы для группировки опрашиваемых

Графика анкеты:

- 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;
- 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.

Процесс анкетирования

- 1 этап (**подготовительный**): разработка программы опроса, графика работ, инструментария, проведение пилотажа, тиражирование инструментария, подбор и подготовка анкетеров.
- 2 этап (**оперативный**): анкетирование, имеющее собственные стадии поэтапной реализации.
- 3 этап (**результатирующий**): кодирование, создание матрицы и набивка анкет - обработка полученной эмпирической фактуры. Ремонт выборки, выбраковка

Измерительный инструментарий (определение количественной меры или плотности свойства)

Измерение – это процедура сравнения объектов по некоторым показателям или характеристикам (иначе – признакам)

1. Номинальная шкала. Используется для измерения объектов, обозначенных наименованием - пол, регион проживания, принадлежность к политической партии.
2. Порядковая шкала. Измеряет уровень согласия с утверждением, степень удовлетворенности.
3. Интервальная шкала. Измеряет в интервальных значениях доход.
4. Шкала отношений. Измеряет стаж работы, возраст, доход.

Номинальная шкала

Приписывается какому-либо признаку число как код.

Например: 1 – мужчина; 2 – женщина

- между ними возникают отношения различия, неравенства
- измерение по этому типу шкал проводится в процентах, долях, вычисляется мода
- не производится никаких математических измерений или сравнений, нельзя сказать в этом случае, что $1 < 2$
- примеры кодирования по номинальной шкале: профессии, марки автомобилей и т.д.

Порядковая шкала

Вопрос: «Удовлетворены ли Вы своей работой?»

Ответы:

«совершенно неудовлетворен» (1),

«неудовлетворен» (2),

«частично удовлетворен» (3),

«удовлетворен» (4),

«полностью удовлетворен» (5)

Результат: существует некоторый порядок между указанными числами (5-4-3-2-1), можно судить о данных с точки зрения «больше – меньше, равно – не равно»

Анализ: проценты, мода, медиана

Интервальная шкала

Задача: измерить отношение студентов к учебе

Студенты А, Б, В, Г получили баллы (своеобразные оценки)
1,2,3,8

Результат: осмысление равенства в числах имеет смысл
 $8-3 > 2-1$

т.е. различие по отношению к учебе между респондентами А и Б меньше, чем между В и Г

Анализ: учет длин интервалов между числами

Имеет смысл утверждение: различие между двумя какими-то объектами в 2 раза больше, чем между двумя другими:

В январе ср.т = - 18; в феврале = -15; в мае = +10;

В июне = +16.

Сравнение: 3 градуса (зимняя разница); 6 градусов – летняя разница

В интервальной шкале присваиваемые значения должны быть похожи на обычные числа

Что считаем? Проценты, моду, медиану, среднее арифметическое, дисперсию, среднеквадратическое отклонение (зарплата, возраст)

Шкала интенсивности мнений

- Термометр
- Вербальная

Что измеряется? Признаки

Примеры признаков: пол, возраст, удовлетворение работой, отношение к учебе и т.д.

Синонимы: переменная, параметр, величина, и т.д.

Значения признаков: мужчина, 25 лет, совершенно не удовлетворен работой (кодировка в анкете: 1 – 25 – 1)

Анализ переменных - признаков

Прямой анализ – измерение явных (наблюдаемых) переменных (по поставленным в анкете вопросам)

Косвенный анализ – измерение латентных переменных (производный анализ, связанный с преобразованием переменных)

2. *Интервью* - специализированный вид исследовательского общения одного человека (исследователя, который задает вопросы) с другим (респондентом, который согласился на них отвечать).

Достоинства:

- 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 восприятия вопросов респондентом.

Процедура интервью

- а) выбор объекта (респондента, с которым следует проводить интервью);
- б) определение места и времени проведения интервью;
- в) запись ответов и оформление материалов.

Инструменты:

- гайд
- дискуссионный листок и т.д.

Виды интервью

1. Метод экспертных оценок (экспертное интервью): высказывание специалистом (экспертом) мнения по интересующей исследователя проблеме.

- Групповое (более широкий и глубокий анализ)
- Индивидуальное (высокие требования к эксперту, максимальное использование его знаний)

Преимущества групповых интервью перед индивидуальными:

- сумма информации, имеющейся у членов группы специалистов-экспертов, существенно больше, чем у отдельного члена какой-то группы;
- количество учитываемых факторов обычно превосходит число факторов, которыми оперирует отдельный член группы;
- правильно организованное взаимодействие членов группы позволяет компенсировать полярность их мнений.

3. Социометрический опрос - получение эмпирической информации с целью изучения структуры межличностных отношений в малых (контактных) социальных группах.

Предметная область социометрии — эмоциональные отношения людей в группах (симпатии, неприязнь, безразличие).

Инструменты:

- социометрический тест

Методы сбора информации

2. Анализ документов – исследование материальных форм жизни людей.

«Документ» - это *средство фиксации каким-либо способом информации о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и мыслительной деятельности человека на специальных материальных носителях.*

Примеры документов в социальных исследованиях:

- рукописный, машинописный или печатный текст,
- стенограмма, магнитофонная запись,
- фотографии, рисунки, кинофильмы,

Классификация документов

1. Способ фиксации:

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

2. Статус документа:

- *неофициальные* (документы личного происхождения). Отличаются от личных документов, которые, как правило, являются официальными и удостоверяют личность их владельца. К ним относятся личные письма, семейные альбомы, дневники;
- *официальные (бюрократические) документы* создаются юридическими или официальными (должностными) лицами государственных или общественных организаций. 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

3. Мотивация создания:

- *спровоцированные (заданные)*, т.е. такие, которые появились как результат выполнения каких-либо заданий (школьное сочинение);
- *неспровоцированные (самопроизвольные) документы*, созданные вне зависимости от каких-либо стимулов (документы личного происхождения: письма и обращения в различные инстанции, СМИ, личная переписка, дневники, мемуары, заметки на полях книг и т.п.)

4. Опосредованность:

- *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.

5. Авторство:

- *индивидуальные*, созданные одним автором
- *коллективные*, созданные группой.

Методы сбора информации

3. Наблюдение - это способ познания окружающего нас мира.

Научное наблюдение - направлено на достижение определенной цели — преднамеренного получения специфической информации о конкретных сторонах исследуемого объекта, проводится по определенной системе, планомерно, с включением в состав его процедур элементов контроля.

В социальных исследованиях *под наблюдением понимается направленное, систематическое, непосредственное визуальное и слуховое восприятие и регистрация значимых с точки зрения целей исследования явлений (ситуаций,*

Классификация наблюдения

1. Уровень формализации процедуры:
 - *стандартизированное* (получение точной картины объекта исследования, проверку имеющихся гипотез).
 - *нестандартизированное* (общее описание исследуемых процессов и явлений, описание общей атмосферы, в которой находится наблюдаемый объект).
2. Положение наблюдателя:
 - *включенное* (исследователь в той или иной степени включен в изучаемый объект, находится в непосредственном контакте с наблюдаемыми, принимает участие в их деятельности, цель - сближение смыслов происходящих событий для наблюдателя и наблюдаемых)
 - *невключенное* (исследователь остается в стороне от наблюдаемой ситуации, не принимает участия в деятельности наблюдаемых людей, фиксируются факты открытого поведения, обстановки и пр.).
3. Условия организации наблюдения:
 - *полевое* (проводится в естественной обстановке, реальной жизненной ситуации).
 - *лабораторное*. (условия окружающей среды определяются и контролируются исследователем).
4. Регулярность:
 - *систематические* (строго регламентированный график фиксации явлений и процессов, цель – изучение динамики изучаемых процессов)
 - *эпизодические* (регламент регистрации изучаемых процессов строго не определяется, устанавливается либо общее число наблюдений, либо определяются лишь некоторые моменты времени их проведения).
 - *случайные* (фиксируются лишь интересные факты)

Обработка данных

Компьютерные программы:

1. Статистический пакет для работы в области общественных наук (*SPSS*). 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).
2. Универсальные (неспециализированные) системы: например, *Excel*.

Литература для самостоятельного чтения:

- Батыгин Г.С.* Лекции по методологии социологических исследований. Учебник. М., 1994.
- Белановский С.* Метод фокус-группы: Учеб. пособие. СПб., 2001.
- Градосельская Г.В.* Сетевые измерения в социологии. Учебное пособие. М., 2004.
- Зерчанинова Т.Е.* Методы социологических прикладных исследований. Учебное пособие. Екатеринбург, 2010.
- Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. СПб., 2006.
- Квале С.* Исследовательское интервью. М., 2003.
- Кинсбурский А.В.* Как провести учебное социологическое исследование. Под ред. В.А. Ядова. М., 2009.
- Ковалев Е. М., Штейнберг И. Е.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М., 1999.
- Ленуар, Р. И др.* Начала практической социологии. СПб., 2001.
- Мертон, Р., Фiske, М., Кендалл, П.* Фокусированное интервью. Пер.с англ. М., 1991.
- Рабочая книга социолога.* 4-е изд. М., 2006.
- Семенова В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М., 1998.
- Социологические методы в современной исследовательской практике.* Сборник статей. М., 2011.
- Страусс А, Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. М., 2001.
- Тавокин Е.П.* Основы методики социологического исследования. М., 2009.
- Толстова Ю.Н.* Анализ социологических данных. М., 2000.
- Толстова Ю.Н.* Измерение в социологии. Учебное пособие. М., 2007.
- Уйти, чтобы остаться: социолог в поле.* Сб.ст. СПб., 2009.
- Штомка, П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования. М., 2007.
- Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 1998.