**АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**КАФЕДРА социологии**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

Познавательные возможности метода опроса в социологических исследованиях.

Выполнил: Солнцев М. Г.

cтудент 4 курса, группа СЦ 41, ОЗО

Проверил:

Астрахань 2007 год

**Оглавление**

Введение

Глава 1. Специфика социологического опроса как диалога

 социальных общностей

Глава 2. Становление познавательных возможностей метода опроса

2.1. Статистическая традиция метода опроса

2.2. Качественная традиция

2.3. Взаимосвязь количественного и качественного подходов в

 методе опроса

Заключение

Список использованной литературы

# Введение

Достоверность фактов и выводов, полученных исследователем, зависит от того, каким способом последний пришел к данным фактам и выводам, т. е. от использованного им метода*.* В повседневной жизни мы также описываем факты, оцениваем их правдоподобие, выводим гипотетические закономерности или опровергаем выводы других людей. Однако в науке все эти повседневные методы получения нового знания подвергаются куда более тщательной разработке. В повседневной жизни, например, мы легко используем понятия «всегда», «никогда» или «очень часто», но такого рода оценки остаются субъективными и относительными, пока они полностью зависят от того, кто оценивает и какиесобытия подвергаются оценке. Частота «один случай из двадцати» будет оцениваться как «очень часто», если речь идет о неудачных исходах хирургической операции (особенно если оценку производит пациент), и как «почти никогда», если эта частота соответствует шансам конкретногоабитуриента поступить в университет. Чтобы сделать такого рода оценки более сравнимыми и объективными, в науке используются статистические критерии и методы статистического оценивания, позволяющие судить о вероятности реализации определенного события, о сугубо случайном или, наоборот, закономерном характере полученного результата.

Современная наука - это коллективное предприятие, требующее к тому же немалых затрат. В силу этих обстоятельств, а также в силу присущих человеку стремления к истине (даже несовершенной и подверженной постоянным пересмотрам) и способности к критической оценкесуществующих точек зрения (большей или меньшей, но в общем поддающейся тренировке) проблема научного метода, позволяющего получить достоверные и надежные результаты и на их основе прийти к объективным и хорошо обоснованным выводам, неизменно пользуется вниманием ученых. Хотя по мере развития науки у ученых оставалось все меньше оснований верить в существование единого и универсального метода, пригодного для решения всех без исключения научных задач, они, тем не менее, стремились разработать все более точные и надежные методы опытной проверки теоретических гипотез, а также определить критерии для оценки объективности и обоснованности нового знания, получаемого в результате проводимых ими исследований.

Одним из наиболее популярных методов в социологии является метод опроса, обладающий широкими познавательными возможностями и функциями, которые до настоящего времени до конца не выявлены и не применены. В связи с этим исследование познавательных возможностей метода опроса в социологических исследованиях представляется **актуальным**.

**Объект** курсовой работы – методы социологических исследований.

**Предмет** – возможности метода опроса в социологических исследованиях.

**Цель** курсовой работы – изучить познавательные возможности метода опроса в социологии.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих **задач:**

 1. Выявить специфику социологического опроса как диалога социальных общностей.

 2. Описать статистическую традицию метода опроса

 3. Определить основные познавательные возможности метода опроса в соответствии с качественной традицией социологии.

 4. Проследить взаимосвязь количественного и качественного подходов в при использовании метода опроса.

# Глава 1. Специфика социологического опроса как диалога социальных общностей

Метод опроса - самый распространенный из социологических методов, определяющий «образ» социологии в глазах непосвященных и к тому же имеющий самую богатую и давнюю историю. Утверждение о том, что почти невозможно дать строгое и исчерпывающее определение того, что такое опрос, на первый взгляд кажется нелепостью. Однако в действительности представления о том, каким должен быть хороший социологический опрос, менялись так часто, что любая попытка свести определение опроса к конкретной технике сбора информации, плану исследования, типу анализа данных или характеру использования полученных сведений наверняка столкнется с трудностями.

Трудности эти так существенны, что один известнейший специалист в этой области в монографии, посвященной анализу истории и перспектив опросного метода, предложил говорить о некотором «базовом типе» опроса, по отношению к которому можно было бы упорядочить все многообразие реальных опросных исследований[[1]](#footnote-1). Идеальной моделью он предложил считать «модель Гэллапа», т. е. тот тип опроса общественного мнения, который сложился в 1930-1940-х гг. в результате сотрудничества (и конкуренции) между основанным Дж. Гэллапом в 1935 году Американским институтом общественного мнения и другими исследовательскими фирмами. Для типичного «гэллаповского» опроса характерны следующие признаки:

1) общенациональный характер;

2) отбор из генеральной совокупности всех лиц, достигших избирательного возраста;

3) максимальная приближенность времени проведения опроса ко времени выборов или референдумов;

4) среднее число респондентов в выборке - 2000 человек;

5) случайный или квотный характер выборки;

6) использование стандартных вопросников и личное интервьюирование каждого респондента по месту жительства;

7) «закрытый» характер вопросов;

8) сбор индивидуальных, неагрегированных данных (каждое наблюдение может быть соотнесено с конкретным индивидуумом в выборке).

В современной науке социологический опрос понимается как диалог социальных общностей: социальных институтов и населения, реализующийся на трех уровнях коммуникации: психологическом (респондент-интервьюер на этапе сбора эмпирических данных), социально-психологическом (через множественные социально-групповые идентификации участников диалога в процессе его развертывания), и социетальном (на этапе формирования заказа, предмета и эмпирического объекта исследования, планирования, организации, анализа и интерпретации результатов, а также их введения в общественный, управленческий и научный оборот). Социетальный уровень коммуникации является определяющим в социологическом опросе, а два других - сопутствующими, выступающими в роли инструментальных факторов достоверности получаемой информации.

Субъектами социологического опроса выступают социальные институты (власть, управление, наука) и различные группы населения (социально-демографические, региональные, профессиональные и др.). Онтологической предпосылкой социологического опроса является проблемная ситуация, которая осознается как социально значимая хотя бы одним из субъектов опроса. Субъекты опроса обычно находятся относительно друг друга в позициях, которые можно определить (по П. Бурдье) как отношения доминирующих (институты власти и науки) - с одной стороны, и доминируемых - с другой (население)[[2]](#footnote-2). Каждый из названных субъектов опроса является носителем определенного типа общественного сознания, взаимодействие которых определяет возможность диалога, его адекватность коммуникативным интенциям участников, а также эффективность его результатов по отношению к задачам исследования и разрешения проблемной ситуации.

Институты власти и управления, представленные в ситуации опроса ролью заказчика, являются носителями профессионального управленческого сознания, имеющего прагматическую направленность. Социолог представляет институт науки и, соответственно, выступает носителем научного сознания. Население в ситуации опроса представляет обыденное сознание[[3]](#footnote-3).

В социологическом опросе взаимодействуют три специфические картины мира, которые могут более или менее пересекаться в предметном поле опроса и его социальном пространстве. Каждая картина мира кроме общего, единого для всех, социального опыта (пребывание в одной социальной системе, в едином историческом времени и т.д.) отражает те уникальные аспекты проблемной ситуации, по поводу которой каждый субъект опроса может выступить в роли эксперта по отношению к другим субъектам - участникам диалога.

Предметом этого диалога является обмен информацией между субъектами опроса по поводу содержания и источников возникновения проблемной ситуации, а также взаимными представлениями, ожиданиями относительно возможностей ее решения и степени участия каждого из партнеров. Предпосылкой успешности такого диалога выступают объективно существующие ролевые позиции субъектов опроса в том социальном процессе, в развитии которого возникла проблемная ситуация. Они - партнеры по социальному процессу, без участия которых проблемная ситуация не может быть решена. Простейший случай - выборы, в том идеальном варианте, когда отсутствуют нарушения правовых и этических норм их проведения.

Социолог выступает в роли посредника-переводчика между этими типами сознания, его задача - обеспечить то пространство коммуникативной адекватности, которое называется рамкой референции[[4]](#footnote-4), то есть одинаковое понимание той части социального мира, которая входит в предметное поле опроса и вербализуется во время диалога в форме, одинаково доступной для участников опроса[[5]](#footnote-5). От социолога зависит, в каком виде диалога будет реализовано потенциальное пространство общения: партнерском (диалогическом) или манипулятивном (монологическом, псевдо-диалогическом). Непосредственно в ситуации социологического опроса именно социолог представляет заказчика и выступает как бы интегративным (заказчик-социолог) доминирующим субъектом общения с населением.

# Глава 2. Становление познавательных возможностей метода опроса

## 2.1. Статистическая традиция метода опроса

В 20-е годы в США были разработаны и быстро вошли в моду количественные стандартизированные опросы. Период 30–60-х и отчасти 70-х годов ХХ века, был периодом огромной популярности количественных методов.

Причины перелома исследовательской традиции имели двойственную природу. С одной стороны, они были связаны с крупными успехами, достигнутыми в освоении и использовании метода массовых опросов в США в 20-е и 30-е годы. Вторая причина носила мировоззренческий характер и была связана с возникновением и доминированием в эту историческую эпоху позитивистских взглядов на природу научного знания.

 Сфера возникновения количественных опросов изначально не имела ничего общего ни с теоретическими трудами отцов-основателей социологии, ни с первыми эмпирическими исследованиями, посвященными генезису личности преступников и некоторым другим изучавшимся в те годы проблемам. Если исследования, в рамках которых осуществлялся сбор автобиографий, были научно-поисковыми, то массовые опросы с момента своего возникновения имели в основном не просто прикладной, а коммерческий характер, поскольку были востребованы и финансировались газетами и политическими партиями для решения вполне конкретной практической задачи: замера рейтингов политических деятелей и прогноза результатов выборов. В те же годы были предприняты первые попытки количественного изучения аудитории средств массовой информации и рекламы.

Считается, и не без основания, что новые количественные методы существенно потеснили предшествующую «качественную» традицию, оттянув на себя, в частности, фокус общественного интереса, а вследствие этого — финансовые и иные ресурсы, включая и ресурс доступа к средствам пропаганды своих идей (эффект, свойственный любой моде). Здесь, пожалуй, уместно отметить, что европейские социологические школы, которые могли бы составить альтернативу американским, в то время были раздавлены послевоенным экономическим кризисом и окончательно погибли в огне второй миро­вой войны, после которой на несколько десятилетий установилась так называемая «эпоха американизма», когда вновь возникавшие европейские школы могли выполнять лишь роль реципиентов американских достижений[[6]](#footnote-6).

Разработка и внедрение метода массовых опросов явились крупным технологическим достижением, на основе которого в развитых странах сформировалась целая экономическая отрасль, или «индустрия опросов», ставшая неотъемлемым элементом современного общества. Значение и финансовая мощь этой отрасли существенно возросли с тех пор, как на основе массовых опросов стали проводиться регулярные маркетинговые исследования, ставшие более мощным (и более стабильным по сравнению с политикой) источником финансирования.

Система социологического образования, разумеется, не могла остаться в стороне от этих процессов. Методы стандартизованных опросов, включая весь сопутствующий им шлейф методов сбора и обработки данных, стал крупной составной частью системы социологического образования и академической социологии. Результаты стандартизованных опросов естественным образом оказались массивами информации, чрезвычайно удобными для осуществления различных математических операций, в том числе и с помощью ЭВМ. Так родилась математическая социология, имевшая свои несомненные достижения, но очень сильно формализовавшая процесс социологического образования, потеснив в нем собственно гуманитарные направления.

 Технология массовых опросов и сопутствующие ей математические методы оказали огромное влияние на социологию в целом, включая все ее отрасли. Это влияние неоспоримо, но неоднозначно.

Основные идеи логического позитивизма были разработаны в начале 30-х годов членами Венского логического кружка, куда входили известные философы и математики Мориц Шлик, Отто Нерайт, Рудольф Карнап. В своих построениях члены Венского кружка опирались на некоторые базовые построения «Логико-философского трактата» Людвига Витгенштейна (1921). Необходимо отметить, что названные философы были глубокими и многогранными мыслителями, однако, их взгляды зачастую вульгаризировались.

Одно из ключевых положений логического позитивизма состояло в так называемом «принципе верификационизма», согласно которому всякое научно осмысленное утверждение может быть сведено к совокупности так называемых «протокольных высказываний», фиксирующих результаты «чистого опыта» и выступающих в качестве фундамента любого знания. Как следствие, верификационизм трактует процесс научного познания как процедуру эмпирической проверки фактов, лежащих в основе соответствующих утверждений.

В соответствии с позитивистской идеологией, опрос – это трудоемкая процедура, требующая для своего осуществления больших затрат времени и ресурсов[[7]](#footnote-7). Уже по одной этой причине нельзя проводить такие опросы частыми итерациями, корректируя инструментарий непосредственно в ходе полевых исследований.

Кроме того, в социологии действуют определенные этические принципы. Проведение массовых опросов базируется на том, что в обществе имеется определенный ресурс доверия и готовности сотрудничать с социологами. Частые и безответственные опросы истощают этот ресурс и подрывают основу для использования данного метода в будущем. Особенно резко истощение ресурса происходит в тех случаях, когда исследователь вследствие допущенных им методических ошибок пытается осуществить повторное анкетирование среди той же совокупности опрашиваемых (подобные случаи имели место на практике). Во избежание бессмысленной траты средств и расходования ресурса готовности общества участвовать в опросах авторы рассматриваемой методической концепции сформулировали следующие принципы:

1.При подготовке исследования необходимо тщательно рефлексировать его цели и гипотезы. Безответственно проводить массовое обследование исходя из неотрефлексированных, смутных и противоречивых представлений.

2. Необходимо не допускать методических ошибок при разработке инструментария и сбора информации. Методический аппарат массовых опросов отработан несколькими поколениями социологов, и во многих отношениях доведен до совершенства. Недопустимо игнорировать этот опыт и обучаться заново методом «проб и ошибок».

Указанные принципы выглядят, однако, неполными, поскольку в них отсутствует гносеологическое обоснование, то есть ответ на вопрос о научных целях социологических исследований. Для обоснования познавательной значимости исследований и заполнения логической бреши в вопросе о том, откуда берутся подлежащие проверке теории и гипотезы, в рассматриваемую методическую концепцию были включены следующие методологические положения:

1. Позитивистский тезис о том, что целью исследования является подтверждение либо опровержение гипотез, и что этот процесс сам по себе обеспечивает рост научного знания[[8]](#footnote-8). В точном соответствии с позитивистской методологией эмпирический критерий проверки гипотез объявляется единственным критерием правильности теории, а правильность теории – единственным критерием ее научной значимости. Как следствие, процесс формирования теорий выглядит стохастичным, поскольку иное не оговаривается. Это означает, что до стадии окончательной проверки все «правдоподобные» гипотезы равнозначны и имеют одинаковое право на существование. Прошедшие проверку гипотезы получают статус «истинных» и также обладают равной значимостью друг с другом. Проблема различия научной значимости гипотез в зависимости от их проблемной фокусировки в рамках данной системы взглядов не рассматривается.

2. Упрощенный интуитивистский тезис о том, что процесс формирования теоретического знания и гипотез – это индивидуальный психологический акт, плохо поддающийся рефлексии. Характерно высказывание по этому поводу В.А. Ядова в первом издании его книги: «Логика научного исследования предлагает нам аппарат, объясняющий способы проверки гипотез, приемы их развертывания в систему проверяемых предположений. Но источники формирования гипотез таятся в интеллектуальных механизмах, которые изучены далеко недостаточно. Исходные посылки социологических гипотез черпаются где-то на грани между ограниченными и бессистемными наблюдениями реальных событий и системой объяснения этих событий в понятиях имеющейся социологической теории»[[9]](#footnote-9)]. Следствием данного интуитивистского тезиса является вывод о принципиальной невозможности сформулировать методические рекомендации по разработке теорий. Тезис о спонтанном психологическом механизме выдвижения гипотез на основе бессистемных наблюдений, по сути, равнозначен тезису о стохастическом их возникновении и теоретическом равноправии.

3. Наконец, неявно предполагается, что в социологии метод количественного опроса является если не единственным, то основным средством проверки гипотез. Проверка гипотез мыслится исключительно как статистическая процедура. Отсюда следует, что все социологические исследования обязательно должны включать в себя этап количественного опроса, а прочие этапы и прочие исследовательские методы являются вспомогательными по отношению к нему. Кратко это можно сформулировать в виде тезиса: социологическое исследование – это количественный опрос плюс некоторые дополняющие его методы.

Проведенный выше анализ показывает, что при разработке методических принципов социологических исследований первоначальные технические рекомендации по проведению массовых опросов были достроены определенными гносеологическими постулатами и получившийся «гибрид» занял место методологической концепции социологического исследования. Эта концепция сфокусирована на детальном рассмотрении этапов исследования, непосредственно предшествующих массовому опросу. Предлагается следующая схема: из теории выводятся гипотезы, из которых затем дедуктивным методом формируются рабочие гипотезы (гипотезы-следствия), далее идут этапы операционализации основных понятий, разработки инструментария, пилотажного исследования, за которым следует массовый опрос. Чем дальше мы продвигаемся по оси «теория – массовый опрос» в сторону опроса, тем более детальными и конкретными становятся рекомендации и методические указания. Напротив, при движении по этой же оси в обратном направлении рекомендации становятся все более туманными. Сами вопросы разработки теорий оставлены за пределами рассмотрения. О них говорится лишь, что это «самый ответственный» и «самый трудный» этап социологического исследования[[10]](#footnote-10).

Внимательное рассмотрение описанных выше взаимоотношений между теорией, гипотезами и доказательством приводит к своего рода тавтологии. В самом деле, в чем состоит в рамках рассматриваемой системы взглядов различие между теорией и гипотезой? Гипотеза, или совокупность взаимосвязанных гипотез – это и есть нуждающаяся в доказательстве теория. Сказанное можно записать в виде формулы:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| правильные гипотезы | + | методика доказательства | = | доказанная теория |

Приведенная выше формула выявляет одно фундаментальное противоречие, свойственное описанной выше методологической схеме. Это противоречие состоит в том, что главной целью научного исследования в рамках данной методологии считается эмпирическая проверка гипотез, однако, вопрос об источниках возникновения этих гипотез не рассматривается. В связи с этим возникает проблема: если гипотезы формируются как априорные, то это противоречит постулату об эмпирическом характере научного знания, а если природа гипотез является эмпирической, то неясен ни механизм их возникновения, ни методика, пригодная для их извлечения из эмпирического «поля».

Достраивание методических принципов проведения массовых опросов описанными выше гносеологическими (в основном позитивистскими) постулатами произошло, по-видимому, по следующей причине. В методической литературе мало где оговаривается тот факт, что репрезентативные массовые опросы возникли и используются в западных странах главным образом как инструмент прикладных исследований в сфере политики и маркетинга. В политической сфере массовые опросы используются в основном для измерения рейтингов и определения мнений населения по вопросам текущей политики. В маркетинговых исследованиях главными целями являются определение емкости рынка по конкретным видам товаров, оценка эффективности рекламы и иных аналогичных проблем. Именно в этих сферах метод массового опроса прошел период своего становления и завоевал высокую популярность. В противоположность этому в научно-поисковых исследованиях эффективность метода массовых опросов далеко не очевидна.

С точки зрения количественной теории познавательные возможностиметода опроса состоят в следующем:

Выход за пределы индивидуального сознания. Один из основных источников ошибок в социологических исследованиях состоит в том, что определенной совокупности или популяции людей (избирателей, покупателей, реципиентов СМИ, членов общины и т.д.) приписываются характеристики, свойственные либо самому автору концепции, либо ограниченному кругу респондентов, которые были охвачены локальным обследованием. В результате исследовательская рефлексия, правильная в отношении некоторой локальной совокупности респондентов, может быть неправомерно распространена на всю исследуемую совокупность. Использование количественных методов страхует исследователя от подобных ошибок, сигнализируя о том, что исследуемый объект имеет сложную структуру, которая была лишь частично представлена в первоначальном исследовании[[11]](#footnote-11).

Проверка правомерности (или неправомерности) распространения данных локального обследования на всю исследуемую совокупность можно назвать проверкой гипотезы, однако такая гипотеза не носит концептуального характера и в этом смысле не является содержательной научной гипотезой.

Определение количественных характеристик сегментов исследуемой совокупности. Сегментом называется часть исследуемой совокупности, обладающей теми или иными определенными свойствами, отличающими его от других частей данной популяции. Во многих исследованиях, особенно прикладных, важное значение имеет не просто выявление факта существования сегмента, но и определение его численных параметров. Информация о существовании тех или иных сегментов часто вытекает из обыденного или прошлого исследовательского опыта, либо из результатов специально проведенных качественных исследований. Однако определение численных параметров этих сегментов – задача количественного исследования.

Выявление сегментов на основе большого числа параметров. Сегменты популяции могут быть выделены на основе как одной, так и нескольких взаимосвязанных характеристик. Вопрос о существовании сегментов, образуемых одним или несколькими параметрами (обычно не более четырех) решается, как уже говорилось, на основе информации, внешней по отношению к количественному исследованию. Однако вопрос о существовании сегментов, образованных многими взаимосвязанными характеристиками, часто не поддается прямому исследованию. Эту проблему могут решать математические методы обработки количественных данных (факторный анализ, кластерный анализ и др.), выявляющие латентные «скопления» объектов в многомерном пространстве. Однако результаты таких исследований очень сильно зависят от набора характеристик, заложенных в количественный инструментарий. При отсутствии содержательных представлений о релевантном составе исследуемых переменных результаты таких исследований плохо поддаются интерпретации. Одна из наиболее существенных причин трудностей в интерпретации состоит в существовании скрытых корреляций между переменными, заложенными в исходный инструментарий.

Выявление динамических тенденций. Наряду со структурой социального объекта, фиксируемой составом образующих его сегментов, с исследовательской точки зрения часто бывает важна его динамика, которая может быть выражена в изменении удельных весов составляющих его сегментов. Замеры рейтингов политических субъектов, регулярно осуществляемые в государствах с демократическим устройством, являются одним из примеров таких исследований. Фиксация количественных показателей по определенному, заранее заданному стандартному набору переменных представляет собой чисто количественный вид исследования. Изменение набора переменных обычно осуществляется либо на основе эмпирических «сигналов», поступающих на основе проведения качественных исследований, а также по каналам распространения обыденного знания или СМИ. Иногда изменение состава трендов осуществляется под воздействием изменений в теоретических представлениях.

Гипотезы о тенденциях в динамике трендов могут носить экстраполяционый или содержательный характер. Гипотезы первого типа не являются научными в собственном смысле этого слова. Содержательные гипотезы могут базироваться на обыденных представлениях либо логически вытекать из определенных концептуальных соображений. Хотя точную грань между обыденными и концептуальными гипотезами часто бывает провести трудно, только последние гипотезы могут быть названы научными[[12]](#footnote-12).

Проверка логических гипотез. Научными гипотезами в строгом смысле этого слова являются только такие гипотезы, которые логически вытекают из некоторой системы концептуальных представлений. Необходимость эмпирической проверки таких гипотез вытекает из того, что построение длинных цепей логических рассуждений по поводу эмпирических объектов связано с риском возникновения ошибок, главным источником которых является появление неучтенных эмпирических факторов. С логической точки зрения появление таких факторов равносильно изменению состава аксиом, лежащих в основе исходных рассуждений. Выявление эмпирических аномалий требует проведения работы по выявлению их причин, которые могут быть связаны либо с невалидностью методики, либо с наличием логических ошибок в цепи рассуждений, либо, наконец, с наличием явлений, влияние которых не было учтено при построении концепции.

В социологических исследованиях содержательные гипотезы обычно формулируются в терминах наличия взаимосвязи между теми или иными социальными характеристиками. Источниками появления таких характеристик в ментальном поле исследователей являются теория, качественные эмпирические исследования и, по-видимому, обыденное сознание самих исследователей. Однако средством проверки логических гипотез о наличии взаимосвязей между характеристиками являются количественные исследования.

Результатом проверки логических гипотез в социологических исследованиях чаще всего имеют форму описания некоторых сегментов общества, описываемых целостной системой взаимосвязанных характеристик, причем эти характеристики связаны между собой определенной логической или концептуальной структурой, а не просто эмпирическими корреляциями, которые могут оказаться ложными, временными, не интерпретируемыми и т.д. Выявление и описание сегментов, существование которых не очевидно с точки зрения предшествующих научных или обыденных представлений, часто имеет значимую научную и практическую ценность.

Выявление значимых фактов*.* Обнаружение значимых эмпирических фактов далеко не всегда осуществляется путем целенаправленного выдвижения гипотез и их проверки. Часто бывают и обратные ситуации, когда процесс обнаружения фактов опережает логическую мысль ученого. Важной и неотъемлемой характеристикой научно значимого факта является его способность ломать существующую систему концептуальных представлений, иными словами, быть аномалией. Строго говоря, существование аномалии не требует количественного подтверждения. Выше уже приводился пример о том, что открытие нового вида животного может быть осуществлено по одной-единственной шкуре. Однако существует особая категория социальных фактов, которые не видны индивидуальному наблюдателю и могут быть выявлены только на больших статистических массивах.

С этой точки зрения аппарат статистического наблюдения является одной из разновидностей инструментального наблюдения, аналогами которого могут служить аэрофотосъемка, исследования физических объектов с помощью микроскопов и проч.

Погруженность количественного знания в качественную когнитивную среду. Описание исследовательских функций количественных методов еще раз подтверждает тот факт, что количественное знание является не автономным, а погружено в определенную познавательную среду, с которой осуществляется взаимодействие по широкому кругу эмпирических и логических аргументов. Качественная когнитивная среда является источником исходных концептуальных представлений и первичных фактов, на основе которых формируются количественно измеряемые параметры и гипотезы о наличии логических связей между ними.

Проверка логических гипотез о наличии взаимосвязи между социальными переменными является важной, но не единственной функцией количественных методов. И академическая, и особенно прикладная наука часто формируют запросы на чисто технологические измерения, во многом аналогичные тем, которые осуществляются в других областях практической жизни. Разумеется, такие измерения осуществляются исходя из определенных потребностей, вытекающих из общего смысла осуществляемой деятельности. Качественная методология полностью разделяет тезис позитивистов о том, что проведение любого исследования должно базироваться на некоторых мотивированных суждениях о его целесообразности.

## 2.2. Качественная традиция

В противоположность количественным, качественные (неформализованные) методы ориентированы не на массовый сбор данных, а на достижение углубленного понимания исследуемых социальных явлений. Отсутствие формализации делает невозможным массовый охват обследуемых объектов, в результате чего число единиц обследования часто снижается до минимума. Отказ от широты охвата компенсируется «глубиной» исследования, т.е. детальным изучением социального явления в его целостности и непосредственной взаимосвязи с другими явлениями[[13]](#footnote-13). К числу неформализованных методов относятся: включенное неструктурированное наблюдение, индивидуальное глубокое интервью и фокус-группы, так называемый «традиционный» анализ текстов, изучение личных документов (автобиографий, писем и др.).

Глубокое интервью является разновидностью метода опроса, но оно относится к качественным методам. Качественные методы выполняют в социологических исследованиях целый ряд важных познавательных функций, которые не могут выполняться количественными методами. Ниже эти функции будут названы и описаны. Они относятся и к методу глубокого интервью.

*Обеспечение связи с социальными проблемами.* Если в естественных науках возникновение и изменение «центрирующих» проблем связано в основном с внутренней логикой их развития, то в социальных науках концептуальные сдвиги в направлениях исследований часто происходят вследствие возникновения новых социальных проблем, либо сознания учеными того факта, что изучаемые ими социальные проблемы менее актуальны в сравнении с другими, обнаруженными в ходе исследования. Таким образом, методический аппарат, используемый в социальных науках, должен обеспечивать эффективный контакт не только с эмпирической реальностью, но и с социальными проблемами. Чувствительность методического аппарата к обнаружению социальных проблем на ранних этапах их возникновения особо актуальна в периоды быстрых социальных изменений.

Качественные методы как компенсатор слабости теории*.* Источниками концептуальной динамики науки являются теория и эмпирическая действительность. В определенных пределах оба источника являются взаимозаменяемыми. Известен факт, что социальные исследователи, имеющие хорошую теоретическую подготовку, способны «дедуцировать» значимые суждения или гипотезы даже в тех случаях, когда их фактическая информированность об объекте или проблеме сравнительно низка. По-видимому, такая способность мысленного воссоздания действительности при минимуме изначальной информации основывается на способности соотносить известные им факты с логическими и причинно-следственными связями, прослеженными в социологических теориях. Сказанное означает, что теоретически образованный исследователь обладает способностью формировать концептуальный образ, опираясь на минимум изначальных сведений. Разумеется, эти концептуальные образы являются предварительными, т.е. нуждаются в уточнениях, корректировках, наполнении эмпирическим содержанием. Однако наличие изначальной концепции позволяет вести эту работу целенаправленно и экономно (с малым количеством исследовательских ресурсов). Кроме того, теоретический багаж помогает оперативно менять элементы концептуального образа в соответствии с меняющейся обстановкой.

Исследователь, не обладающий хорошей теоретической подготовкой, может отчасти компенсировать ее отсутствие доскональным знанием изучаемой действительности. Знание такого рода может быть получено только достаточно глубоким «погружением» в эту действительность с помощью качественных методов (или обыденным «погружением»). Процесс формирования образов при слабой теоретической подготовке затруднен, замедлен, порой требует неординарных умственных усилий, но при хорошей осведомленности и каком-то минимуме теоретической подготовки все же возможен. Эффективное взаимодействие с эмпирической действительностью может, таким образом, компенсировать слабость теоретического задела, причем качественные методы в большинстве случаев являются более адекватными для решения этой задачи.

Формирование целостного образа объекта или проблемы. Исследователь, работающий качественными методами, всегда имеет дело с некими целостными социальными объектами, либо целостными описаниями, внутренне согласованными точками зрения, высказываемыми респондентами. Это значительно облегчает задачу концептуального осмысления первичных данных и страхует исследователя от смыслового распада полученных им данных. Существование целостного образа социального объекта позволяет ставить новые вопросы и выдвигать гипотезы, которые могут проверяться как количественными, так и качественными методами[[14]](#footnote-14).

Выявление значимых социальных фактов*.* Позитивистская трактовка алгоритмов социологического исследования, которая признает доказательными только статистически достоверные результаты, игнорирует значимость единичных фактов, свидетельствующих о существовании (пусть без количественных оценок) некоторых значимых социальных явлений. Выявление таких фактов можно уподобить существующим в математике и логике «теоремам существования»: наряду с логической процедурой доказательства существования идеальных объектов в науке существуют и процедуры доказательства существования эмпирических объектов.

Обеспечение динамизма исследовательского процесса*.* Эффективно функционирующая наука отличается от дисфункциональной тем, что она характеризуется такими качествами, как мобильность, динамизм развития, высокая скорость концептуального обновления. В соответствии с этим методический аппарат такой науки должен обеспечивать эффективный контакт с действительностью.

В связи с тем, что концепции в динамично меняющейся науке непрерывно меняют свою внутреннюю структуру, непрерывно меняется и набор релевантных им переменных и тем самым обеспечивать непрерывный контакт с действительностью. Следовательно, науке остро нужны «гибкие» методики, способные оперативно менять набор фиксируемых переменных.

Формирование системы понятий и обслуживание «переднего края» научных исследований. Формирование адекватной системы понятий представляет важный доколичественный этап в исследовательском процессе. Независимо от того, будут ли в дальнейшем проводиться какие-либо измерения, создание такой системы понятий является самостоятельным научным этапом, требующим значительных исследовательских усилий. Методический аппарат, используемый для достижения этой, цели должен обладать высокой подвижностью, чуткостью к улавливанию оттенков и способностью оперативно менять набор исследуемых переменных. Ясно, что количественные методы обладают указанными свойствами в недостаточной мере. Сказанное означает, что количественные методы в основном могут использоваться для получения ответов на некоторые стандартные вопросы и для изучения стационарных процессов. Заполнение брешей между количественными параметрами. Одно из принципиальных ограничений в использовании количественных методов состоит в том, что не все явления в равной мере поддаются измерению и не все объекты могут быть описаны сплошными количественными измерениями. Сказанное означает, что все социальные явления, потенциально могущие стать объектами исследований, могут быть расположены на идеально-типической шкале, на одном полюсе которой будут находиться объекты, в которых зона измеримости велика, а на другом – где она мала. Примером объекта первого типа могут служить демографические процессы (естественное движение населения, миграция и т.д.), а примером второго – различные закрытые сообщества (секты, шайки, кланы и т.п.).

Количественные исследования на объектах, не поддающихся сплошному количественному измерению, могут проводиться на основе двух возможных стратегий. Первая стратегия базируется на том, что конструируемая концепция основывается на вычленении из действительности только тех переменных, которые поддаются количественному измерению. Такая стратегия сильно обедняет результаты исследования, поскольку за пределами изучения остаются наиболее важные характеристики этих объектов, а порой и целые проблемные области. Ясно, что такая стратегия неадекватна целям научного исследования. Другая, более адекватная стратегия состоит в том, чтобы изучать объект в его целостности, заполняя качественным знанием «бреши» между количественными показателями. Сказанное означает, что даже в исследованиях, проведенных в строгом соответствии с количественной идеологией, качественные данные в неявной форме выполняют корректирующую и «связующую» функции, способствуя сохранению целостности формируемых концептуальных представлений.

Преодоление смыслового распада и логических спекуляций*.* Жесткая зависимость исследований от небольшого числа квалифицированных показателей оставляет множество «пробелов» между измеряемыми переменными. В связи с этим широкие неосвоенные «исследовательские пространства», которые затем заполняются логическими спекуляциями. Поскольку эмпирические данные, не поддающиеся осмыслению, не удовлетворяют потребности общества в концептуализации явлений, концептуальная сфера начинает развиваться в отрыве от эмпирической, формируя длинные цепи дедуктивных рассуждений, оторванные от практики.

Преодоление разрыва между логической и эмпирической процедурами требует создания исследовательской традиции, способной заполнить брешь между количественными методами и дедуктивной логической процедурой. Именно в социальных науках существует реальная возможность использования в исследованиях эмпирических методик, ориентированных на формирование целостных образов изучаемых объектов. Эту функцию выполняет качественная традиция, которая исходит из того, что формирование целостного образа является первичным по отношению к задаче формирования релевантного набора исследуемых переменных[[15]](#footnote-15).

Изучение объектов, не поддающихся количественному описанию. Выше говорилось о функциях качественных методов, связанных с их способностью содержательно заполнять смысловые «бреши», возникающие между количественными характеристиками. Однако существуют социальные объекты или проблемные области, где зона измеримости очень мала или вообще отсутствует.

## 2.3. Взаимосвязь количественного и качественного подходов в методе опроса

Количественный" и "качественный" методологические подходы обычно рассматриваются как противоположности. Мы же покажем, что логика проведения исследования в этих двух случаях в определенном смысле довольно сходна. Различие состоит в выборе конструктов и, как следствие, - методов. В основе такого выбора лежит специфика предмета исследования.

Пример использования подхода при формализованном анкетном опросе. Предположим, что мы провели упомянутый "массовый количественный опрос". Онтологическими фактами в таком случае будут служить ответы респондентов как первичные социологические данные, зафиксированные в социологических анкетах. Например, факт состоит в том, что некий респондент в ответ на указанный выше вопрос отметил код 5 - "разошелся с женой". Когда мы посчитаем проценты (что обычно связывается с количественной стратегией), то получим новые онтологические факты, характеризующие уже не отдельного респондента, а выборку в целом. В качестве примера такого онтологического факта может выступать, скажем, то обстоятельство, что у 30% мигрантов браки распались, или что среди молодых мигрантов количество браков, распавшихся в течение первых двух лет адаптации к новой среде, вдвое выше, чем среди мигрантов старших возрастов и т.д. Назовем факты первого вида онтологическими фактами первого уровня, а второго вида - онтологическими фактами второго уровня.

Таким образом, априорные представления об изучаемой закономерности (в нашем случае имеется в виду гипотеза о большей склонности к распаду молодых семей) мы тоже "превратили" в число - в онтологический факт, состоящий в том, что доля распавшихся браков среди молодых мигрантов значительно выше, чем среди респондентов более старшего возраста. Подчеркнем, что в качестве аналогичного числа могло бы выступить значение какого-либо коэффициента связи, вычисленного для соответствующих признаков. Более того, вместо одного числа в аналогичных ситуациях обычно выступают более сложные числовые конструкции - уравнения регрессии, факторная структура, результат классификации и т.д. Другими словами, онтологический факт, характеризующий всю выборку в целом, как правило, является результатом применения некоторых методов анализа данных к совокупности тех чисел, которые служат моделями респондентов.

Конечно, подобные онтологические факты что-то говорят об изучаемом феномене. Но содержательные социологические выводы будут носить несколько иной характер. Они будут соответствовать гносеологическим фактам*.* Например, мы будем говорить, что молодежь более склонна к разводу, и попытаемся как-то объяснить это, исходя из нашего предшествующего опыта. Мы можем априори полагать, что только многолетняя совместная жизнь супругов, определенного рода "притирка" их друг к другу делает брак устойчивым, способным выдерживать непривычные условия существования, и будем считать, что наблюдение подтвердило нашу гипотезу. Это подтверждение и будет служить гносеологическим фактом.

Таким образом, гносеологические факты получаются в результате интерпретации онтологических. Поэтому гносеологический факт мыслим только в рамках определенной теоретической модели. Однако с наличием априорной модели связано и получение онтологических фактов. Так, априорные модельные соображения обусловили то, что у каждого респондента мы интересовались именно тем, распался ли его брак; то, что мы сравнивали число распавшихся браков именно для старых и молодых; то, что мы выбрали для проверки нашей гипотезы именно тот или иной математический метод. Таким образом, мы не можем говорить о полной независимости онтологических фактов от сознания исследователя: сама анкета является плодом его теоретических размышлений. В этом проявляется относительность деления всех фактов на онтологические и гносеологические.

С "измерительной" точки зрения наши действия свелись к следующему. Каждого респондента мы отобразили в наборе чисел: одно число - ответ на вопрос об изменениях в жизни, другое - возраст. Каждый набор чисел служит своеобразной моделью респондента. Такие числовые наборы (некоторые из них могут состоять и из одного числа) суть конструкты. При разных постановках задачи совокупность конструктов может пониматься по-разному - как векторное пространство, многомерная (одномерная) случайная величина и т.д. Подобные конструкты изучены в математике (хотя с таким же успехом можно было бы использовать, скажем, логические конструкты, либо какие-то новые формализованные образования, приводящие к рождению новых ветвей науки, близких по своей структурированности к логике и математике). Мы для того и пользуемся отображением эмпирических объектов в такие конструкты, чтобы затем, изучив их математическими средствами и проинтерпретировав адекватным образом полученные результаты, прийти к новым содержательным выводам. Подчеркнем, что, выбирая и реализуя математический метод, мы тем самым моделируем, отображаем в свойствах рассматриваемого конструкта наши априорные представления об изучаемых закономерностях. Отделить друг от друга выбор моделей для объектов и моделей для связывающих эти объекты закономерностей практически невозможно.

# Заключение

В заключение проведённого исследования познавательных возможностей метода опроса в социологических исследованиях необходимо отметить ряд принципиальных моментов:

1. В современной науке социологический опрос понимается как диалог социальных общностей: социальных институтов и населения, реализующийся на трех уровнях коммуникации: психологическом (респондент-интервьюер на этапе сбора эмпирических данных), социально-психологическом (через множественные социально-групповые идентификации участников диалога в процессе его развертывания), и социетальном (на этапе формирования заказа, предмета и эмпирического объекта исследования, планирования, организации, анализа и интерпретации результатов, а также их введения в общественный, управленческий и научный оборот). Социетальный уровень коммуникации является определяющим в социологическом опросе, а два других - сопутствующими, выступающими в роли инструментальных факторов достоверности получаемой информации.

 2. В сфере коммерческих исследований «индустрия опросов» раскололась в настоящее время на две крупные подотрасли: количественную и качественную. В качественной доминируют фокус-групповые исследования, которые ведутся с очень большим, все возрастающим размахом. Используются в этой подотрасли и индивидуальные глубокие интервью. Прочие качественные методы в коммерческих исследованиях практически не используются.

Основным критерием, характеризующим познавательные функции исследования статистического типа, является надежность, т.е. воспроизводимость полученных результатов. Если провести повторный опрос по той же методике в той же самой социальной группе, и результаты обоих опросов будут идентичны — значит, они надежны. Сегодня никто не оспаривает тот факт, что при правильно проведенном массовом репрезентативном опросе с помощью формализованных анкет автоматически достигается высокая степень воспроизводимости результатов.

 Однако в количественной традиции методики социологического опроса существуют недостатки. Низкая степень правдоподобия многих неявных содержательных гипотез, латентно закладываемых исследователями в формулировки и структуру формализованных вопросов, а порой и полное отсутствие такого правдоподобия, является очень серьезной и плохо осознанной проблемой. Таким образом, статистическую надежность результатов количественных исследований не следует путать с их надежностью и обоснованностью в широком смысле этого слова. Строго говоря, количественные исследования надежны лишь в той мере, в какой саму проблему надежности удается свести к ее статистическому толкованию. Если такое сведение не удалось или в принципе невозможно, количественные данные становятся крайне ненадежной основой для выводов.

3. Познавательные возможности метода опроса, в частности метода глубокого интервью (или фокус-групп) с качественной точки зрения характеризуются детальным изучением социального явления в его целостности и непосредственной взаимосвязи с другими явлениями.

# Список использованной литературы

1. Бергер П.Л. Приглашение в социологию: гуманистическая перспектива. М.: Аспект Пресс, 1996.
2. Бурдье П. Социология политики. М.: Социо-Логос, 1993.
3. Белановский С.А. Метод фокус-групп.—М.: Издательство Магистр, 1996.-272.
4. Веселкова Н. В. Полуформализованное интервью//Социологический журнал, 1994. №3.
5. Волков, Ю.Г. Социология. / Ю.Г. Волков.- Серия «Высшее образование». Ростов – на - Дону.: Изд-во «Феникс», 2004. – 576 с.
6. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. М., 2002. – 203 с.
7. Козлова О. Н. Социология. – М.: Изд-во Омега – Л, 2006. – 320 с.
8. Кравченко, А.И. Социология : учебник для вузов / А.И. Кравченко. - 4-е изд., испр. и доп.- М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2003. – 384 с.
9. Лоусон, Т. Социология. А-Я: Словарь-справочник / Т. Лоусон, Дж. Гэррод. - М.: Фаир - Пресс, 2000. - 608с.
10. Маслова О.М. Познавательные возможности метода опроса/Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. Социологический опрос. Под. Ред. В.Г.Андреенкова и О.М.Масловой. М.:Наука, 1990.
11. Маслова О.М. Ситуация интервью: формализованные и неформализованные методы исследования//Методология и методы социологических исследований. (Итоги работы поисковых исследовательских проектов за 1992-1996 годы). М.:ИС РАН, 1996.
12. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. М.: Наука, 1990.
13. Мудрец Т.Е., Морев В.А. И тогда мы начали играть...//Социология: методология, методы, математические модели, 1996. № 7.
14. Общая социология: Учеб. пособие / Под общ. ред. проф. А. Г. Эфендиева. – М.: Инфра – М, 2005. - 360 с.
15. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.:Добросвет, 1998.
16. Социология. Основы общей теории: учебник для вузов / Под ред. Г.В. Осипова, Л.Н. Москвичева.- М.: Норма, 2003. – 290 с.
17. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: учебник / В.А. Ядов. – М. – Кн. Дом «Университет», 2003. – 596 с.
18. Miller W. L. The Survey Method in the Social and Political Science: Achievements, Failures, Prospects. L.: Frances Printer Publ., 1983. Part 1.
1. Miller W. L. The Survey Method in the Social and Political Science: Achievements, Failures, Prospects. L.: Frances Printer Publ., 1983. Part 1. [↑](#footnote-ref-1)
2. Бурдье П. Социология политики. М.:Социо-Логос, 1993. с.231 -241. [↑](#footnote-ref-2)
3. Маслова О.М. Познавательные возможности метода опроса/Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. Социологический опрос. Под. Ред. В.Г.Андреенкова и О.М.Масловой. М.:Наука, 1990. С.49-64 [↑](#footnote-ref-3)
4. Веселкова Н. В. Полуформализованное интервью//Социологический журнал, 1994. №3. С. 108. [↑](#footnote-ref-4)
5. Маслова О.М. Познавательные возможности метода опроса/Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. Социологический опрос. Под. Ред. В.Г.Андреенкова и О.М.Масловой. М.:Наука, 1990. С. 19 [↑](#footnote-ref-5)
6. Белановский С.А. Метод фокус-групп.—М.: Издательство Магистр, 1996. С. 22. [↑](#footnote-ref-6)
7. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. М.: Наука, 1990. С. 91. [↑](#footnote-ref-7)
8. Белановский С.А. Некоторые мотивационные механизмы формирования молодежных коллективов и групп//Молодежь и культура. Проблемы досуга, художественного творчества, становления личности. М.: НИИ культуры РСФСР, 1985. [↑](#footnote-ref-8)
9. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, программа, методы. Изд. 2-ое. М.: Наука, 1987. С. 35. [↑](#footnote-ref-9)
10. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, программа, методы. Изд. 2-ое. М.: Наука, 1987. С. 63. [↑](#footnote-ref-10)
11. Маслова О.М. Познавательные возможности метода опроса/Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. Социологический опрос. Под. Ред. В.Г.Андреенкова и О.М.Масловой. М.:Наука, 1990. С. 77. [↑](#footnote-ref-11)
12. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: учебник / В.А. Ядов. – М. – Кн. Дом «Университет», 2003. С. 338. [↑](#footnote-ref-12)
13. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.:Добросвет, 1998. С. 19. [↑](#footnote-ref-13)
14. Белановский С.А. Метод фокус-групп.—М.: Издательство Магистр, 1996. С. 112. [↑](#footnote-ref-14)
15. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.:Добросвет, 1998. С. 80. [↑](#footnote-ref-15)