КУРСОВАЯ РАБОТА

тема:

**«Социальная успешность как результат социализации (проблемы социализации)»**

## ПЛАН РАБОТЫ:

## Введение ------------------------------------------------------------------------------------- 3

## Глава I. Методы проведения исследований

## 1.1. Метод прямого наблюдения ------------------------------------------------------- 5

## 1.2. Метод анализа документов ------------------------------------------------------- 13

## 1.3. Формализованный анализ документов ----------------------------------------- 24

## Выводы к главе I ------------------------------------------------------------------------- 31

## Глава II. Социальная успешность, как результат социализации

## 2.1. Практическое применение методик социальных исследований ---------- 34

#### 2.2. Зависимость социальной успешности от степени социализации --------- 44

## Выводы ------------------------------------------------------------------------------------- 49

## Список использованных источников и литературы ------------------------------ 50

## Введение

В современной социологии наряду с другими существуют два основных подхода к методам получения первичной социальной информации:

* количественный;
* качественный.

Различие между ними состоит в том, что методы получения исходных данных прямо зависят от представления о самом предмете социологии: либо это, познание обыденной жизни людей и тех смыслов, которые они придают своим повседневным действиям, либо анализ поведения людей в тех или иных ситуациях.

На пороге двадцать первого века социологи пытались изыскать методологию, интегрирующую оба подхода к предмету и соответственно интеграционную методологию полевого исследования.

В середине шестидесятых годов прошлого столетия в западной социологии использование «жёстких» количественных методов достигло своего апогея. Основная часть публикаций в ведущих социологических журналах опирались на количественные методы анализа. Исходя из методологических соображений, использование этих методов не всегда являлось оправданным. Макросоциологические теории не могли должным образом объяснить «человеческую сущность» социальных явлений и процессов. Многие социологи отказались от использования таких методов «в чистом виде».

Современная социология переориентировалась от рационального познания глобальных проблем к познанию и пониманию локальных сообществ, специфики меньшинств и каждодневной социальной практики людей; от макро- к микроанализу социальных явлений.

В наше время принято считать, что необходимо приблизиться к адекватному пониманию смысла, которые человек вкладывает в различные суждения и действия.

В наше время, как и ранее, очень широко используются количественные методы сбора первичной социальной информации.

В «жёсткой» методологии количественного подхода применяются многочисленные способы сбора материала, которые обычно группируются в три основных раздела:

1. Прямое наблюдение
2. Анализ документов
3. Опрос

Существует два метода сбора первичной социальной информации, а именно:

1. Метод прямого наблюдения;
2. Метод анализа документов.

У этих методов есть свои преимущества и недостатки, постараемся выявить проблемы, связанные с применением каждого из этих методов, а так же укажем пути решения или предотвращения данных проблем.

## Глава I. Методы проведения исследований

## 1.1. Метод прямого наблюдения

Под наблюдением в социологии подразумевают непосредственное восприятие социальной действительности в целях упорядочения опыта и проверки выдвигаемой в исследовании гипотезы. В широком смысле слова любое научное знание в основе своей содержит наблюдения. Наблюдение – есть той базой, на основе которой можно делать выводы. В одних случаях мы наблюдаем сами, в других – пользуемся данными наблюдений других лиц. Правда, наблюдение в качестве научного метода сбора материала значительно отличается от житейской практики. Выделяют четыре особенности наблюдения как научного метода:

1. научное наблюдение подчинено главной задаче исследования. Это не просто беспорядочный и хаотичный набор случайных впечатлений, а процесс определенным образом целенаправленный.

2. наблюдение планируется по заранее обдуманной процедуре: устанавливаются определенные сроки и средства сбора этой информации.

3. данные научного наблюдения записываются в определенные документы-дневники наблюдателя, протоколы. Эти материалы и записи носят упорядоченный характер.

4. наблюдение как метод сбора информации в социологическом исследовании должно контролироваться и проверяться с точки зрения критериев надежности и обоснованности получаемых данных.

Немаловажным в понимании этого явления является и классификация наблюдения, которая в свою очередь производится на различных основаниях.

Наблюдения разделяют по степени формализованности:

* **неконтролируемое** (или не стандартизованное, бесструктурное);
* **контролируемое** (стандартизованное, структурное) наблюдения.

В первом случае используется общий принципиальный план, а во втором – регистрация событий по детально разработанной процедуре.

В зависимости от степени местоположения наблюдателя различают:

* **соучаствующее** (или включённое) наблюдение;
* **простое** наблюдение.

В соучаствующем (или включённом) наблюдении исследователь имитирует вхождение в социальную среду. Он адаптируется в исследуемой среде и проводит анализ событий «изнутри», являясь участником этих событий. В простом наблюдении он регистрирует события «со стороны».

И соучаствующее и простое наблюдение может производиться как инкогнито, когда наблюдатель маскирует свои действия, так и открыто. Как модификацию включенного наблюдения можно рассматривать стимулирующее или «наблюдающее участие», когда исследователь создает некоторую экспериментальную обстановку для того, чтобы «проявить» состояния объекта, которые не просматриваются в обычной ситуации.

Вариант «наблюдающего участия», когда наблюдение походит на натуральный эксперимент – разработан А.Н. Алексеевым, исследователь вводит экспериментальные факторы изнутри самой ситуации и нередко импровизирует в зависимости от развития событий.

В зависимости от организации наблюдения делятся на:

* **полевые** (в естественных условиях);
* **лабораторные** (в экспериментальной ситуации).

Большинство конкретно-социологических исследований проходят именно в форме полевого наблюдения. Оно может быть различной степени структурализации и включённости и применяться в исследованиях любого плана – от поискового до экспериментального на самых различных этапах, выполняя роль как основного метода сбора первичной информации, так и дополнительного (предварительное знакомство с объектом, контроль результатов, усугубление представлений об объекте, сбор дополнительной информации).

При лабораторном наблюдении ситуация и условия окружающей среды определяются исследователем. Основное его достоинство – максимальная по сравнению с другими видами, возможность выявить все факторы, ситуации и установить взаимосвязь между ними. Основной недостаток – искуственность ситуации, которая, несмотря на все ухищрения исследователя, может резко меняться. Лабораторные наблюдения чаще всего применяются в исследованиях экспериментального плана или на этапе экспериментальной проверки гипотез и, как правило, сводятся к фиксации изменений, которые происходят в результате воздействия экспериментальных факторов.

В зависимости от регулярности проведения, наблюдения различают как:

* **систематическое**;
* **случайное.**

Систематическое наблюдение это регулярная фиксация ситуаций, процессов и действий, в определённый период времени. При таком наблюдении выявляется динамика процессов, повышается достоверность экстраполяции развития процессов. Область применения систематического наблюдения достаточно широка – от поискового до экспериментального исследования.

Когда наблюдение заранее не запланировано – оно считается случайным.

Каждый из приведенных выше видов наблюдения имеет свои специфические свойства, преимущества и недостатки, трудности, возникающие в процессе их использования, и все это необходимо обязательно учитывать, приступая непосредственно к самой процедуре исследования.

Трудности наблюдения также могут разделяться как:

* **субъективные;**
* **объективные** (не зависящие от наблюдателя).

Объективными трудностями наблюдениясчитаются: ограниченность времени наблюдения временем совершения события. Однако не все социальные факты поддаются непосредственному наблюдению.

К субъективным же трудностям относится личное понимание и истолкование исследователем событий

Любое восприятие является результатом сложения ощущений в данный момент и уже накопленного опыта. Все, что воспринимает наблюдатель, он сравнивает, сопоставляет с тем, что он уже знает, т.е. наблюдение и вывод практически неделимы.

В.А. Ядов пишет: «Как следствие постоянного присутствия элементов памяти в восприятии наблюдателя можно рассматривать и тот факт, что сам объект наблюдения есть результат выбора из всех открытых для наблюдения объектов. Прошлый опыт наблюдателя во многом определяет его точку зрения, его систему классификации явлений, в которую одни факты легко укладываются (и кажутся значимыми), а другие не находят в ней места (кажутся не имеющими значения и ими пренебрегают)».

Восприятие включает осознание наблюдаемых объектов. Вновь получаемое впечатление вовлекается в систему уже имеющихся знаний.

Наблюдая социальный процесс или ситуацию, необходимо всё время иметь в виду возможные искажения результатов наблюдения, вызываемые как самим фактом наблюдения, так и фактом присутствия наблюдателя.

В естественных науках наличие наблюдателя, как правило, не оказывает влияния на изучаемый процесс (объект наблюдения), в то время как при социологическом наблюдении такое воздействие – скорее правило, чем исключение. Даже одно лишь присутствие наблюдателя может изменить ход наблюдаемого процесса или ситуации, в частности – при исследовании небольших по своему составу социальных групп.

Присутствие наблюдателя может вызвать у наблюдаемых чувство смущения, застенчивости, особенно в тех случаях, когда ситуация расходится с их представлениями о нормальной ситуации. Личностные качества наблюдателя, проявление им отношения к происходящим событиям могут также оказать серьезное влияние на поведение наблюдаемых. И возникает вопрос: «Стоит ли наблюдателю вмешиваться в изучаемый процесс»?

В своей работе Ядов В.А. очень хорошо осветил данный вопрос[[1]](#footnote-1): «Если основная цель – диагностика ситуации (как в случае изучения собрания в качестве одного из каналов выражения общественного мнения), вмешательство социолога в ход событий исказит реальную картину, а в итоге будут получены ненадежные данные. Если же цель исследования познавательно – аналитическая, или практически прикладная, и состоит главным образом в принятии управленческих и организационных решений, активное вмешательство не только возможно, но и полезно». Для достижения этих целей применяется стимулирующее включенное наблюдение или – наблюдающее участие.

При таком наблюдении необходимо полное вхождение в изучаемую среду, завоевание симпатии и доверия исследуемых людей и групп. Это делается для того, чтобы устранить помехи от присутствия исследователя.

Изучение объекта, активное вмешательство исследователя путём организованных действий, дальнейшее изучение и повторные действия. Этот тип исследований применяется также в системах реконструкции организаций управления. Преимущества включенных наблюдений очевидны: они дают наиболее яркие, непосредственные впечатления о среде, помогают лучше понять поступки людей и действия социальных общностей.

Существует вероятность, что исследователь может потерять способность объективно оценивать ситуацию. Происходит это из-за «вживания» исследователя в ситуативную среду, потери им отстранённости.

Это также и нравственная проблема включенного наблюдения: насколько этично, маскируясь под участника какой-то общности людей, исследовать их? Данной проблемой ученые занимаются не один десяток лет, многие авторы пытались ответить на этот вопрос, и мне кажется, что нравственная сторона любого явления должна интересовать людей, т.к. от этого зависит здоровье самого общества.

Применение метода наблюдения в социологическом исследовании предъявляет высокие требования к личности наблюдателя, его мировоззрению, квалификации, от его умению находить общий язык с наблюдаемым.

Помимо качеств, в той или иной мере присущих всякому человеку, (внимание, терпение, способность фиксировать изменения в наблюдаемой ситуации) одним из основных качеств наблюдателя должна быть добросовестность.

Наблюдатель должен помнить не только об интересах исследования, но и об интересах наблюдаемых людей. Наблюдение должно служить строго сформулированным действительно научным задачам исследования и ничем не вредить тем, кого наблюдают.

В ходе процесса наблюдения возникает вопрос о том, как лучше и правильнее всего фиксировать информацию. Этот пункт играет очень важную роль при оценке данных наблюдения и сильно влияет на результат исследования. Порой неправильная организация регистрации событий влечёт за собой неверный вывод об исследуемой ситуации.

В работе В.А. Ядова «Стратегия социологического исследования» мы находим развернутый ответ на интересующую нас проблему: «Ведение записей в полевых условиях или простом бесструктурном и невключённом наблюдении – дело навыка и изобретательности исследователя. Одни пользуются кодовыми словами или обозначениями, которые заносят в блокнот при первой возможности, чтобы потом расшифровать записи. Другие имитируют какое-нибудь занятие, связанное с записями (наблюдатель – «стажер» на производстве может спокойно вести регистрацию впечатлений). Третьи, обладающие очень хорошей памятью, все записи ведут в конце дня, пользуясь магнитофоном, а лучше – занося в память компьютера.

Независимо от способа ведения записей в процессе самого наблюдения их следует ежедневно упорядочивать по программе исследования и ориентирам наблюдения, разносить в карточки, фиксировать в компьютерном файле или протокол описания ключевых событий, лиц, ситуаций.

### Количественные и качественные методы социологических исследований:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Основания сравнения** | **Количественные методы** | **Качественные методы** |
| 1. | Предназначение: | Макросоциологическое исследование | Микросоциологическое исследование |
| 2. | Цель применения: | Дать объяснение причин изучаемого явления | Понять изучаемое явление (случай, процесс) |
| 3. | Исследовательские задачи: | а) измерить параметры явления б) установить взаимосвязи между отдельными параметрами | а) выявить общую картину явления б) концептуализировать явление, интерпретировать его |
| 4. | Позиция исследователя: | "сторонний" наблюдатель | "сочувствующий" участник |
| 5. | В центре внимания исследователей: | а) социальные структуры и институты б) объективные факторы в) общие социальные процессы | а) человек  б) субъективные факторы в) особенные, частные процессы |
| 6. | Исследовательские гипотезы формулируются: | до начала сбора данных | по мере овладения данными |
| 7. | Исследовательские инструменты: | а) разрабатываются до полевого этапа б) формализованы, во многом одинаковы для всех исследователей | а) определяются как до полевого этапа, так и в его ходе б) неформализованы, отражают индивидуальный исследовательский опыт |
| 8. | Исследовательские процедуры: | стандартизированы, предполагается их дублирование | менее стандартизированы, дублируются редко |
| 9. | Единицы анализа: | факты, события, высказывания, акты поведения | субъективные значения фактов для индивида |
| 10. | Логика анализа: | дедуктивная: от абстракции к фактам путем операционализации понятий | индуктивная: от фактов к концепциям |
| 11. | Основные способы анализа: | а) классификация путем отождествления случаев б) статистическими способами в) систематизация | a) описание случаев без их отождествления б) путем обобщения выявленных оценок в) воображение |
| 12. | Данные исследования представляются в виде: | статистических распределений, шкальных показателей, индексов и т.п. | высказываний, документов, интеллектуальных продуктов групповых дискуссий и т.п. |
| 13. | Валидность (надежность) достигается достоверным: | повторением установленных связей | описанием случаев и выявленных мнений |
| 14. | Стиль исследования: | жесткий, холодный | мягкий, теплый |

Структурированное наблюдение требует более строгих приёмов ведения записей. Здесь используются бланки-протоколы, разлинованные по пунктам наблюдения с кодовыми обозначениями событий и ситуаций.

В.А. Ядов и ряд других авторов дают нам рекомендации, как лучше организовывать и проводить сбор данных, чтобы они были надежны, обоснованны и устойчивы. Надёжность данных повышается при выполнении следующих правил:

1. Необходимо наиболее дробно классифицировать элементы событий, подлежащих наблюдению, пользуясь четкими индикаторами. Их надежность проверяется в пробных наблюдениях, где несколько наблюдателей регистрируют по единой инструкции события, происходящие на объекте, аналогичном тому, который будет изучаться.
2. Если основное наблюдение осуществляется несколькими лицами, то они сопоставляют свои впечатления и согласовывают оценки, интерпретацию событий, используя единую технику ведения записей, тем самым повышается устойчивость данных наблюдения.
3. Один и тот же объект следует наблюдать в разных ситуациях (нормальных и стрессовых, стандартных и конфликтных).
4. Необходимо чётко различать и регистрировать содержание, формы проявления наблюдаемых событий и их количественные характеристики.
5. Исключительно важно следить за тем, чтобы описание событий не смешивалось с их интерпретацией. Поэтому в протоколе следует иметь специальные графы для записи данных и для их истолкования.
6. При включенном или невключенном наблюдении, выполняемом одним из исследователей, особенно важно следить за обоснованностью интерпретации данных, стремясь к тому, чтобы перепроверить свои впечатления с помощью различных возможных интерпретаций. Во всех этих случаях делаются особые заметки, поясняющие протокольную запись.
7. Полезно прибегнуть к независимому критерию для проверки обоснованности наблюдения. Данные наблюдений «со стороны» можно проконтролировать с помощью интервью с участниками событий; материалы включенного наблюдения желательно проверить невключённым по той же программе.

## 1.2. Метод анализа документов

Трудно представить себе современное социологическое исследование, в котором не использовались бы документальные источники для получения исторической информации. Даже в простейших видах опросов социолог, как минимум, использует статистические документы для обоснования выборочных процедур. Методы анализа документов уступают в популярности только методам опроса, а в некоторых направлениях социологических исследований именно анализ документальных источников является преобладающим.

Именно анализ данных служит основой для формирования гипотез, которые затем проверяются методами опроса, наблюдения. Анализ документов дает исследователю возможность увидеть многие важные стороны социальной жизни, помогает установить нормы и ценности, свойственные определенному обществу в определенный исторический период, получить сведения, необходимые для описания тех или иных социальных структур, проследить динамику взаимодействия между различными социальными группами и отдельными людьми и т.д.

Вместе с тем, анализ данных как метод сбора первичной социальной информации в социологическом исследовании обладает и рядом недостатков. Возникают некоторые проблемы при применении данного метода.

**Документом** в социологииназывается специально созданный человеком предмет, предназначенный для передачи или хранения информации. Из этого понятия исключены такие серьезные источники информации, как предметы материальной культуры и быта. Ценность этих объектов для получения определенной социальной информации не подлежит сомнению, однако включение предметов материальной культуры и быта в понятие документа привело бы к неправомерному расширению понятия (т.о. документами оказались бы дома, мосты, мебель, авторучка и т.д.).

Различие документации и предметов материальной культуры и быта подтверждает также и тот факт, что методы анализа тех и других существенно отличаются друг от друга.

Немаловажным в понимании процесса сбора информации методом анализа документов является их классификация, которая, будучи приведенной в работах различных ученых, не обнаруживает каких-либо жестких противоречий.

По способу фиксирования информации различают:

* рукописные и печатные документы;
* записи на кино- или фотопленке, на магнитной ленте.

По целевому назначению выделяют такие материалы, создание которых провоцировано самим исследователем. Эти документы называют целевыми. Исследователь также может иметь дело с документами, которые были составлены для иных целей. Эти материалы называются документальной информацией в социологическом исследовании.

Документы разделяют на личные и безличные, в зависимости от степени их персонификации.

Личные: карточки индивидуального учёта, библиотечные формуляры, анкеты, бланки и иные документы, заверенные подписью. Таковыми могут являться характеристики, выданные данному лицу, письма, дневники, и т.п.

Безличными документами можно считать статистические архивы, данные прессы, протоколы собраний и т.п.

В зависимости от статуса документа:

* официальные;
* неофициальные.

К официальным документам относятся: правительственные, постановления, заявления, коммюнике, стенограммы официальных заседаний, деловая корреспонденция и т.п.

Неофициальными документами можно считать личные материалы, а также составленные частными гражданами безличные документы (например, обобщения, выполненные исследователями на основе собственных наблюдений).

Особой группой документов можно считать газеты, журналы, радио, телевидение, кино, видеоматериалы.

В зависимости от источника информации документы могут быть:

* первичными;
* вторичными.

Первичные документы составляются на основании прямого наблюдения или опроса, а также при непосредственной регистрации событий исследователем.

Обработка, обобщение или описание, которые сделаны на основе данных первичных источников – называют вторичными документами.

Но во всём этом многообразии документов необходимо всё время учитывать – они составлены людьми, и поэтому нет абсолютной гарантии их достоверности.

Не стоит путать надёжность и подлинность самого документа с достоверностью сообщаемых в нем сведений.

В зависимости от источника документа находится достоверность информации, которая в нём содержится. Разные источники имеют различную степень достоверности сведений. Разумеется, первичные данные являются более надёжными, чем вторичные.

Важно установить первоисточник при использовании вторичных документов и степень его достоверности.

В работе с документами (да и вообще со всякой информацией) – нужно чётко различать описания событий и их оценку. Мнения и оценки потенциально обладают меньшей достоверностью по сравнению с фактуальной информацией. Нередко в документе отсутствует детальная характеристика ситуации, о которой высказано мнение или оценка. Но именно конкретная ситуация дает ключ к расшифровке смысла высказанных оценок и мнений. Далее следует выяснить, каким намерением руководствовался составитель документа, что поможет выявить умышленные или непроизвольные искажения.

Очень важно знать, каков метод получения первичных данных, использованный составителем документа. Всем известно, что сведения «из первых рук» надёжнее, чем информация из неопределенного источника, а записи по свежим впечатлениям отличаются от описания тех же событий спустя какое-то время.

Если документ содержит статистическую группировку данных, следует в первую очередь выявить основание классификации. В соответствии с целью исследования возможны перегруппировки данных по иным основаниям. Наконец чрезвычайно важно хорошо уяснить общую обстановку, в которой составлялся документ: располагала ли она к объективности (независимо от целевых намерений автора) или диктовала смещение информации в какую-то сторону.

Ядов В.А. пишет: «Немаловажное значение имеет при этом и форма выражения индивидуальных намерений в личных документах. Она обуславливается, по меньшей мере, тремя обстоятельствами: уровнем грамотности тех, кто ведет записи; общим стилем эпистолярной культуры в данной стране и в данной исторической ситуации; соображениями внешней и внутренней цензуры, оказывающими непосредственное воздействие на характер ведения личных документов».

В общем, исходная методическая посылка упомянутых авторов основывается на сведении социального процесса к сумме индивидуальных намерений.

Как справедливо замечает В.А. Ядов: «В первую очередь перед социологом, желающим анализировать данный материал, встает вопрос: каким образом получить его, обычно находящегося в личном или семейном распоряжении»?

Причем нужно иметь в виду, что социолога интересуют эти материалы в массовой форме.

Вторая проблема состоит в том, чтобы определить, в какой мере личные документы могут служить в качестве исходного материала для формулировки научной гипотезы или открытия тех или иных социальных законов.

Что касается первой проблемы, то Аллпортом были введены и сформулированы 13 групп мотивов, которые побуждают людей заниматься составлением личных документов и которые соответственно по-разному отражаются на достоверности информации:

1. Самооправдание собственных поступков и действий;
2. Стремление к упорядочению мыслей и поступков;
3. Стремление выставить на показ свой внутренний мир;
4. Литературное побуждение, стремление отшлифовать стиль письменной речи, желая в дальнейшем стать журналистом или писателем;
5. Определение и оформление своих личных планов, более четкая формулировка намерений чего-то достичь или добиться;
6. Снижение психологической напряженности, внутреннего конфликта;
7. Денежная выгода;
8. Психотерапевтические цели;
9. Обязательство. Например, необходимости написать автобиографию при поступлении на работу или в порядке выполнения классического задания (школьные сочинения и т.д.);
10. Стремление исповедаться перед абсолютным, перед Богом или человеком;
11. Научный интерес;
12. Общественная польза-урок или пример другим людям;
13. Стремление к бессмертию;

Второй аспект проблемы анализа личных документов предполагает выяснение мотивов их составления и оценку достоверности документов в соответствии с этими мотивами. Можно ли вообще относиться с доверием к личным документам, в какой степени и при каких условиях?

На этот вопрос отвечает профессор Л. Готтшальк, который выделил пять условий доверия личным документам:

1. Осторожное отношение автора к излагаемым фактам, когда сами эти факты ни в какой мере не затрагивают его личных интересов, не являются предметом его пристрастия.
2. Когда свидетельство наносит ущерб автору и сама запись носит характер исповеди.
3. Если данные, сообщаемые в этих документах, являлись в период записи всеобщим достоянием и автор сообщает, следовательно, нечто общеизвестное.
4. Когда сообщение или его часть представляет интерес для исследователя и вместе с тем оказывается не соответствующим точки зрения основного содержания текста личного документа.
5. Заслуживает доверия так же сообщение, которое находится в противоречии с предполагаемыми исследователем установками автора.

Наиболее важные недостатки личных документов:

* Отсутствие репрезентативности;
* Лиц, пишущих автобиографии, сам это факт выделяют среди других;
* Трудности получения личных документов;
* Эти документы по разным причинам могут быть необъективными или фальсифицированными;
* Автобиография может быть близка к литературному вымыслу;
* Описания могут возникать под влиянием настроения пишущего;
* Избирательность памяти может исказить картину описания;
* Описываемые позиции могут подвергаться рационализации пишущего;
* Описание может быть сделано по определенным принципам или понятийной неясной исследователю системе.

Что касается второй стороны дела при анализе личных документов, которая связана с возможными искажениями материала уже не автором документов, а их исследователем, то здесь опасность кроется в характере сбора личных документов.

Так в педагогических исследованиях и в исследованиях в области морали и нравственности применяется такая форма сбора личных документов, как сочинение в школе, заданное на определенную тему. Выбор и формулировка этой темы уже во многом предопределяют характер изложения материала, и поэтому оценка дальнейшей информативной емкости полученных документов должна быть соотнесена с предварительной схемой самого исследования. Помимо этого искажение картины может возникнуть за счет определенной направленности исследования при подборе личных документов.

К личным документам необходимо относится с некоторой настороженностью и не считать достоверной абсолютно всю информацию, в них содержащуюся.

И, если достоинством личных документов действительно делают их большой ценностью в процессе познания социальной действительности, то недостатки подобных документов не позволяют их использовать как единственный источник информации.

Официальные документы – это документы, исходящие не от одного лица, а от того или иного учреждения.

Наиболее важная проблема при анализе официальных документов состоит также в определении степени доверия к этим документам. То, что они носят официальный характер, еще не является никоим образом условием объективности содержащейся в них информации.

В «Рабочей книге социолога» были приведены следующие моменты, которые необходимо знать исследователю, чтобы размышлять о степени доверия к документу:

1. какова была та непосредственная ситуация, в которой составлялся данный документ;
2. каковы цели и задачи составления данного документа;
3. в чем состоит заинтересованность тех, кто составлял этот документ;
4. каков способ обработки информации, применявшийся при составлении данного документа;
5. кто конкретно имел отношение к составлению этого документа.

Методы анализа документов чрезвычайно многообразны и непрерывно пополняются и совершенствуются. Однако, проанализировав литературу нескольких авторов, мы пришли к выводу, что во всем этом многообразии можно выделить два основных типа анализа:

* **традиционный** (классический);
* **формализованный** (количественный контент-анализ).

В.А. Ядов пишет: «Под традиционным (классическим) анализом понимается все многообразие умственных операций, направленных на интерпретацию сведений, содержащихся в документе, с определенной точки зрения принятой исследователем в каждом конкретном случае.

Интересующая социолога информация, заложенная в документе, обычно присутствует там в скрытом виде. Проведение традиционного анализа означает преобразование первоначальной формы этой информации в необходимую исследовательскую форму. Фактически, это не что иное, как интерпретация содержания документа, его толкование.

Традиционный классический анализ позволяет охватывать глубинные, скрытые стороны содержания документа: этот анализ стремиться как бы до конца проникнуть вглубь документа, исчерпать его содержание.   
    Основной слабостью этого метода является субъективность. Как бы ни был добросовестен исследователь, как бы не старался он предельно беспристрастно рассмотреть материал, интерпретация всегда в большей или меньшей степени будет субъективна.

Анализ документа в рамках каждого исследования есть самостоятельный творческий процесс, зависящий от формы и содержания самого документа, целей и условий проведения исследования, богатства опыта и творческой интуиции исследователя».

Далее, в «Рабочей книге социолога[[2]](#footnote-2)» мы находим описание внешнего и внутреннего анализов документа: «В традиционном анализе различают *внешний* и *внутренний*.

Цель внешнего анализа – установить вид документа, но форму, время и место появления, автора, инициатора, цели его создания, насколько он надежен и достоверен. Каков его контекст. Пренебрежение таким анализом во многих случаях грозит неверным истолкованием содержания документа.

Цель внутреннего анализа – исследование содержания документа. По существу вся работа социолога направлена на проведение внутреннего анализа документа, включающего выявление различия между фактическим и литературным содержанием, установление уровня компетенции автора документа в делах, о которых он высказывается, выяснение его личного отношения к описываемым в документе фактам».

Предубеждения или симпатии автора часто являются источником намеренных или ненамеренных искажений. Но искажения могут возникать не только в результате личной симпатии или антипатии автора; источником искажения выступает и методологическая позиция автора. Так, авторы, придерживающиеся разных мировоззренческих теорий, могут признать существенным в объяснении конкретного явления два разных факта.

К личным документам необходимо относиться серьезно, не пренебрегать проверкой на достоверность содержащихся в них сведений. Поэтому при анализе личных документов основной задачей социолога-исследователя является извлечение из источника только той информации, которая требуется ему в соответствии с решаемыми задачами и проверяемыми гипотезами. Поэтому первоочередной задачей социолога-исследователя, обратившегося к любому виду личных документов, является выяснение возможностей использования их для своих целей. Это предполагает оценку надежности, достоверности и точности документа.

Оценка надежности – это прежде всего оценка подлинности документа: установление личности автора, обстоятельств времени и места создания, мотивов, побудивших автора к созданию документа, а также оценка степени сохранности документа с точки зрения его полноты, наличия более поздних направлений, ошибок и т.д.

Исследователь-социолог в зависимости от стоящих перед ним задач должен установить не простую достоверность информации, скажем, перепроверив сведения по другим источникам, но также выяснить причины того, почему одни факты в документе опущены, а другим уделено чрезмерно большее внимание; каковы мотивы создания документа; какова природа той или иной оценки происходящего и отражают ли эти оценки исключительно частное мнение автора документа или же служат отображением специальной позиции или мнения более определенного круга людей, начиная от непосредственного окружения и кончая специальной группой, слоем, классом, к которой автор принадлежит.

Приведение такого анализа требует определенной подготовленности, методической культуры исследователя. Ретроспективный и хроникальный характер документов и содержащихся в них сведений предполагают у исследователя знаний о той эпохе, к которой относится время создания документа.

Документ может также исходить от культуры или социальной группы, от которых сам исследователь стоит очень далеко. Поэтому следует обращать серьезное внимание на язык, стиль изложения, на мировоззрение и уровень интеллектуального развития, зрелости автора документа, его социально-профессиональное положение, связи, пол, возраст и другие биографические подробности. Анализируя опубликованные в печати личные документы, нельзя упускать из виду то, что на их форме и содержании, кроме личности автора, отражаются действия редактора и цензуры, определённая коньюнктура, распространённые концепции и т.д.

Характеристика внутреннего анализа представлена в «Рабочей книге социолога»:

«Социолог, обращающийся к личным документам воспринимает их не просто как «хроники эпохи», а прежде всего как преломленное в субъективном восприятии конкретно-историческое отображение тех проблем, общественных отношений, связей, образа жизни, свойственных социальной группе, к которой принадлежит автор документа в период его создания. Такой теоретический и конкретно-исторический подход к документальным источникам, свойственный социологической науке, предполагает особый акцент на направленном или так называемом внутреннем их анализе. Последний же означает выявление социальных факторов, обусловивших появление документа, социального лица автора, а тем самым и социальной ситуации в целом».

Отдельные документы в силу своей специфики требуют специальных методов анализа и привлечения для их выполнения специалистов данных областей знаний.

*Юридический анализ* – применяется для всех видов юридических документов. Его специфика заключается, прежде всего, в том, что в правовой науке разработан особый словарь терминов, в котором значение каждого слова строго однозначно определено. Незнание юридического словаря при анализе юридических документов может привести исследователя к грубым ошибкам.

#### 2.2. Формализованный анализ документов

Как замечает В.А. Ядов: «Желание избавиться от субъективности традиционного анализа породило разработку принципиально иных, формализованных, или, как часто их называют, количественных методов анализа документов (контент-анализ).

Суть этих методов сводится к тому, чтобы найти такие легко подсчитываемые, признаки, черты, свойства документа (например, частота употребления определенных терминов), которые с необходимостью отражали бы определенные существенные стороны содержания. Тогда содержание делается измеримым, доступным точным вычислительным операциям. Основные методики были сформулированы английскими социологами Г. Лассуэллом и Б. Барельсоном. Техника контент-анализа находит широкое распространение в социальных исследованиях.

Применявшиеся вначале для изучения эффективности массовой пропаганды, этот прием стал ныне сильным средством анализа всевозможных официальных документов. Контент-анализ применяют также в практике изучения писем, поступающих в различные организации и органы управления, в политологии, в социальной психологии и педагогике и т.д.

Хотя контент-анализ представляет собой относительно недорогой метод, опирающийся на доступные базы данных, и хотя при его проведении мы не рискуем столкнуться со сложностями и весьма специфическими проблемами (кроме тех случаев, когда анализу подвергается информация конфиденциальная или засекреченная), нам все же надо проявлять определенную внимательность чтобы избежать кое-каких трудностей, заключенных в этом методе.

В практической реализации этой методики возникает ряд методологических проблем. Одна из наиболее существенных – принципы категоризации материала, выяснение оснований для классификации ключевых узлов. Эта задача решается в зависимости от целей конкретного исследования.

Группой эстонских социологов, изучавших эффективность местной прессы, была разработана своя классификация материала, связанного с выделением в сообщаемом тексте:

1. Информации, дающей определенные знания;
2. Суждения нормативного порядка;
3. Суждения ценностного порядка.

Хотя границы между этими родами сообщений весьма условны, все же такого рода подход позволяет проанализировать важные проблемы коммуникативного процесса и добиться определенных практических результатов.

Одно из необходимых условий реализации данного метода-полнота охвата материала и систематическое его накопление.

Важно определять не только те смысловые узлы и ключевые понятия, которые соответствуют гипотезе исследователя. В выделении этих понятий и их классификации следует идти от самого материала.

При анализе содержания пропаганды и определении меры ее эффективности существенным моментом оказывается выделение экспрессивной и инструментальной функции коммуникации. В первом случае коммуникация выражает некоторое внутреннее состояние субъекта, коммуникатора, во втором случае непосредственно выражается его ближайшее намерение и цель. Выделение экспрессивной функции позволяет рассмотреть вопросы о соотношении явных и скрытых намерений пропаганды и таким образом более глубоко подойти к пониманию проблем.

Одна из наиболее существенных методологических трудностей, связанных с реализацией процедуры контент-анализа, состоит в определении взаимоотношения качественного и количественного подходов.

Основная трудность при работе с доступными (т.е. нецелевыми) документами – умение читать данные на языке гипотез исследования. Ведь документ был составлен вовсе не для того, чтобы проверить гипотезы социолога. Поэтому, прежде чем анализировать документальные материалы по существу, социолог вынужден проделать утомительную работу поиска в документе индикаторов (признаков) ключевых понятий исследования.

Количественный подход может содействовать выявлению устойчивых тенденций в стратегии пропаганды, определению в ней наиболее важных тем, направлений, задач. Однако здесь возникает опасность просмотреть определенные сдвиги в ее стратегии, которые могут быть выражены в незначительных на первый взгляд высказываниях.

Поэтому количественный анализ должен постоянно дополняться качественным. На основании последнего могут быть изложены определенные уточнения и усовершенствованы способы количественного анализа.

Качественный анализ документов – необходимое условие для всех количественных операций. Но прежде следует заметить, что квантификация текстов далеко не всегда целесообразна.

Видимо, это неразумно, если мы имеем дело с уникальными документами, где главная цель изучения – всесторонняя содержательная интерпретация материала. Не следует обращаться к количественному анализу, если перед нами описания весьма сложных явлений, если документальных данных недостаточно для обработки или они неполные (нерепрезентативны).

«Прежде всего – отмечает один из основателей этого метода Б.Берельсон – если требуется высокая степень точности при сопоставлении однопорядковых данных. Далее, когда достаточно много материала, чтобы оправдать усилия, связанные с его количественной обработкой, и если этот материал репрезентирует области изучения. Квантификация необходима, когда текстового материала не только достаточно, но столь много, что его нельзя охватить без суммарных оценок. Квантификация возможна при условии, что изучаемые качественные характеристики появляются с достаточной частотой.

Наиболее целесообразно использовать количественный анализ, если квантифицированные тексты сопоставляются с иными, также количественными характеристиками. Например, выраженные в статистических распределения особенности содержания газетных сообщений сопоставляются с численностью подписчиков, их мнениями об этих материалах, тоже выраженными в числах».

Дж.Б.Мангейм пишет: «Возвращаясь к вопросу о трудностях, возникающих при применении количественного контент-анализа, хотелось бы добавить, что исследователю необходимо учитывать, что сообщения публикуются и соответствующим образом составляются не просто так, а с какой-то определенной целью, с целью то ли информирования, то ли описания, то ли призыва, предписания, самозащиты или даже с целью дезинформации! Поэтому при анализе сообщений мы должны стараться интерпретировать их содержание не иначе, как в контексте очевидных целей.

Сходным образом и характер распространения того или иного сообщения может неявно выражать многое в его значении. Предвыборная листовка, распространенная по списку адресов избирателей, является примером сообщений с ограниченной или особой сферой распространения. Даже общедоступная газета может иметь ограниченный или особый круг читателей. Следовательно, если мы должны дать адекватную оценку значимости некоторого сообщения, нам зачастую надо при этом знать, кому оно адресуется и как распространяется. Опираясь на чьё-то индивидуальное мнение (например, на мнение хорошо осведомленных лиц), то ли на наведение справок, когда мы пытаемся узнать у отправителей сообщения список его получателей, то ли на самоочевидные свидетельства, когда к документу прилагается список всех ознакомившихся с ним лиц, иногда с их личными подписями, то ли на опрос читательской аудитории (типа тех, которые обычно проводят газеты, чтобы документально их обосновать свои претензии по доставке), мы должны постараться измерить или оценить круг распространения сообщения. Эта информация позволит нам судить о значимости и о важности материала.

Мы должны правильно оценить степень доступности интересующих нас сообщений. Обеспечена ли нам возможность свободного отбора материалов для анализа? Доступны ли нам все материалы в неискаженном виде или же нам навязан некий контроль извне? Имеем ли мы доступ, например, только к рассекреченным документам (к газетам, издаваемым в расчете на иностранных читателей; к стенограммам только официальных заседаний правительственных комиссий)? Здесь мы имеем дело с проблемой обобщенности результатов: вопрос в том, на сколько репрезентативна исследуемая совокупность сообщений, не говоря уже о выборке из неё.

Если совокупность непредставительна, то исследователь, при отсутствии у него должной бдительности, может быть, самое малое, введен в заблуждение, а то и хуже может стать объектом сознательной манипуляции.

В каждом из этих случаев основная сложность заключается в том, что информация, необходимая для адекватной оценки, может быть нам просто недоступна. Мы можем не знать и не иметь возможности уточнить цели сообщений, сферу их распространения и реальную степень своего доступа к ним. За этим скрывается весьма многообразные опасности, и контент-анализ должен быть наготове, чтобы вовремя с ними справиться. Нельзя строить свои оценки на первом впечатлении,- напротив, надо сохранять здоровый скептицизм в отношении имеющихся данных, до тех пор, пока не будут получены ответы на все обсуждавшиеся явления выше вопросы.

Всё это, однако, не означает, что в условиях неопределенности проведение контент-анализа исключается; оно значит только, что, приступив к анализу, исследователь не должен забывать об этой неопределенности. Наконец, следует сказать несколько слов о надежности интеркодирования. За исключением полностью компьютеризованных контент-аналитических процедур (существует целый ряд программ, специально разработанных в расчете на составление словарей ключевых слов, а так же на поиск в тексте и числовую обработку последних), контент-анализ целиком опирается на суждение совершенно определенного человека о содержании сообщения. В конце концов, информация сама себя не анализирует. Она изучается, обрабатывается, обсчитывается и классифицируется человеком, в лице конкретного исследователя. При этом разные исследователи могут расходиться между собой в понимании данного сообщения. Однако измерения могут считаться достаточно надежными лишь тогда, когда относительно их содержания между исследователями достигнут определенный уровень консенсуса. Надежность интеркодирования – термин, который используется в политологии для описания степени такого консенсуса. Чем она выше, тем лучше.

Повысить надёжность интеркодирования, а вместе с тем и надежность информации получаемой контент-анализом можно следующими способами:

* К операционализации любой переменной подходить следует с осторожностью и тщательностью. Удостоверьтесь в том, что все значения сформулированы ясно и по возможности недвусмысленно. На деле такая мера поможет формированию общих критериев оценки, которую можно последовательно использовать при классификации и измерении содержания.
* Обоснование полноты объема выделяемых смысловых единиц осуществлять методом «снежного кома». Это делается следующим способом. Первоначально выделяются все смысловые единицы из первого анализируемого текста, далее из второго текста – те же плюс дополнительные, ранее не встречающиеся, из третьего документа – те же, что уже встречались в двух предыдущих, плюс дополнительные и т.д. После изучения 3-5 текстов, в которых уже не попадается ни одной новой единицы, ранее фиксированной в предыдущих документах, можно полагать что «поле» смысловых единиц из изучаемого массива исчерпано.
* Контроль на обоснованность содержания смысловых единиц необходимо проводить с помощью судей. Специалисты в этой области обсуждают, насколько предложенные качественные единицы соответствуют поставленным задачам.
* Обоснованность проверять по независимому критерию. Например, данные контент-анализа дневников или сочинений учащихся с целью выявить их профессиональную склонность выборочно проверяются путем опросов, или по данным наблюдений, или тестом по известной группе
* Используйте услуги как можно большего числа наблюдателей кодировщиков. Чем больше людей участвует в достижении консенсуса, тем он более значим. Конечно, это может привести к сильному увеличению объема работы (а в случае если наблюдатели плохо подготовлены, то и к риску увеличения ошибки измерения), но и отдача от этой меры может быть очень велика. Ограничивающим фактором здесь обычно выступает нехватка денежных средств.
* Устойчивость данных определяется при помощи кодирования одного текста разными кодировщиками на основе единой инструкции. Можно использовать стабильную единицу анализа и разные единицы счета (по частотам смысловых единиц и по физической протяженности одновременно)
* Всячески способствуйте тому, чтобы наблюдатели как можно больше взаимодействовали между собой. Проводите совместные практические занятия с обязательным обсуждением всех нюансов в интерпретации данных; это приведет к достижению консенсуса не только в отношении самих данных, но и в отношении истинных значений операциональных определений».

    Таким образом, мы видим, что контент-анализ – это методика с широким спектром применения, с определенными преимуществами в виде дешевизны, небольшого объема выборки доступности данных. Благодаря ему можно получить достоверные результаты, которые, однако, должны интерпретироваться лишь в контексте. По этой причине этот метод используется чаще всего в сочетании с другими методами сбора данных.

### Выводы к главе I:

Наблюдение редко бывает основным методом сбора социальной информации. Обычно оно применяется наряду с другими методами и служит специфическим целям.

Наблюдение как метод социологического исследования способствует получению весьма ценных сведений, которые часто невозможно извлечь с помощью других методов.

Наблюдение – незаменимый источник информации на стадии общей разведки по формулятивному плану. Т.е., как правило, наблюдение дает информацию описательного характера. Поэтому оно применяется на тех стадиях исследования, где необходимо нарисовать картину происходящих процессов, поведения коллектива, индивидуальные действия его членов и т.п.

Включённое наблюдение в сочетании с последующими массовыми обследованиями (по документам, опросам) позволяет дополнить сухой, но репрезентативный материал более живыми сведениями, повысить обоснованность интерпретации данных.

Важнейшее из преимуществ наблюдения – это его непосредственность. Этот метод сбора информации позволяет фиксировать различные изменения изучаемого социального объекта в момент его появления. Исследователь получает возможность видеть развитие событий в рассматриваемом коллективе и изучать поведение его членов в естественных условиях.

Однако, несмотря на значительные преимущества, включенное наблюдение обладает также и рядом недостатков. Прежде всего – это вмешательство исследователя в ход естественного процесса, так как, бесспорно, присутствие наблюдателя всегда оказывает влияние на наблюдаемую ситуацию. И самое главное заключается в том, что размер этого влияния определить необычно сложно. Существует также опасность включенного наблюдателя утратить объективность, становясь в позицию тех, в среде кого он действует. Но такая заинтересованность вместе с тем может быть и преимуществом, если социолог трезво оценивает ситуацию и неуклонно следует хорошо продуманной концепции исследования.

Отмечают также субъективное воздействие на оценку происходящего и стороннего наблюдателя. Здесь может иметь место «снисходительность» наблюдателя в отношении наблюдаемых, тенденция оценивать ситуации более положительно. Возможен и обратный эффект: излишнее снижение оценок тех или иных действий, а также «ошибка усреднения», т.е. боязнь крайних суждений, и ошибка «контраста», указанная Гилфордом. Короче говоря, личностные особенности наблюдателя определенно сказываются на его впечатлениях.

Поскольку наблюдение, в особенности участвующее, часто ведется одним человеком, а человеческое восприятие ограничено, поэтому исследователь может пропустить, не заметить какие-то важные проявления изучаемого объекта.

Наблюдение представляет собой весьма трудоёмкую процедуру. Оформление итогов наблюдения в виде записей занимает значительно больше времени, чем непосредственное наблюдение.

И конечно, наблюдению не подлежат события прошлого, многие явления и процессы массового характера, вычленение небольшой части которых, делает их изучение непредставительным.

В целом же при использовании методологии «жёсткого» (количественного) подхода наблюдение как метод сбора первичных данных либо наводит на гипотезы и служит трамплином для массового обследования, либо применяется на заключительной стадии массовых обследований для уточнения и интерпретации основных выводов.

Документы нередко выступают в качестве главного источника информации, дополняемой опросом и прямым наблюдением. Обычно это материалы прессы, а так же письма читателей, статистические отчеты, карточки персонального учета (например, библиотечные формуляры, при изучении читательского спроса), рекламные тексты, политические листовки и т.д.

Использование личных, или, как иногда говорят, «человеческих» документов, в теоретической парадигме жесткого, например структурного, анализа более ограничено. При их применении возникает ряд трудностей. Например, существует трудность получения личных документов, нет гарантии достоверности информации, содержащейся в личных документах, отсутствие репрезентативности, существует опасность искажения материала личных документов исследователем, при изучении человеческой деятельности в документах часто выражается не процесс, но лишь результат и т.д.

Наиболее важная проблема при анализе официальных документов состоит также в определении степени доверия к этим документам. То, что они носят официальный характер, еще не является никоим образом условием объективности содержащейся в них информации.

При анализе документов социолог должен сохранять свою нейтральность к ситуации, потому что исследователь может потерять способность правильно оценивать ситуацию и может возникнуть опасность его субъективной оценки. С другой же стороны, заинтересованность исследователя, наличие дополнительных знаний о явлениях может помочь ему более детально и более обширно разобрать исследуемую ситуацию. Поэтому проблема субъективной оценки исследователя является очень серьезной, и каждый социолог сам для себя должен ее определить и найти свой правильный стиль поведения.

В целом, анализ документов – очень важный метод сбора информации при формулятивном плане исследования (для выдвижения гипотез и общей разведки темы) и на стадии работы по описательному плану. В экспериментальных исследованиях возникают значительные трудности перевода языка документов на язык гипотез, но, как показывает опыт, и эти затруднения можно преодолеть при умелом обращении с материалом.

**Глава II. Социальная успешность, как результат социализации**

**2.1. Практическое применение методик социальных исследований**

В качестве примера социологического исследования успешности можно привести работу Клеймёновой Ю.Э. «Влияние социально-психологических факторов на успешность карьеры в малом бизнесе».

Работа посвящена выявлению ведущих социально-психологических факторов, обусловливающих успешность предпринимательской карьеры в малом бизнесе, и разработке научных основ управления карьерой предпринимателя. Цель исследования являлось изучение социально-психологических факторов успешности карьеры предпринимателя малого бизнеса, выделение среди них наиболее значимых, оказывающих наиболее значительное влияние на карьерную успешность в малом бизнесе.

Для достижения поставленной цели решался ряд теоретических, методических и эмпирических задач:

Теоретические и методические задачи:

1. Выявление основных аспектов изучения карьеры малого предпринимательства в рамках социальной психологии.

2. Определение критериев успешности карьеры в малом бизнесе на основе теоретического анализа.

3. Выделение в ходе теоретического анализа социально-психологических факторов среды предпринимательской деятельности и социально психологических факторов личностной организации предпринимателей, влияющих на формирование карьеры в малом бизнесе.

Для проведения исследования выборочная совокупность предпринимателей была разделена на две части по признаку объективной успешности. Объективно успешными считались руководители организаций, победившие в конкурсе «Московский предприниматель», проходившем в 2003, 2004, 2005 и 2006 годах. Руководители этих фирм в количестве 12 человек и подчиненный им персонал численностью 90 человек исследовались как первая группа в выборке. Во вторую группу вошли 18 предпринимателей и 134 их подчиненных, не принимавших участие в упомянутом конкурсе. Отбор для исследования подчиненного персонала проводился случайным пропорциональным методом из расчета 60-70% списочной численности персонала организации. Всего в исследовании, проходившем с апреля 2005 по декабрь 2006г, приняли участие 254 человека – 30 предпринимателей и 224 подчиненных. Избранный способ построения выборки позволяет решать стоящие в исследовании задачи и дает основание считать полученные результаты репрезентативными и достоверными.

Для первоначального знакомства с респондентами была составлена программа глубинного интервью, включающая минимум 22 вопроса, рассчитанная на 1-1,5 часа работы с каждым предпринимателем. В ходе интервью стояла задача наладить контакт с участником исследования, получить первичное представление о видении предпринимателем организации, своей карьеры, о ценностях, мотивах предпринимательской деятельности в трех временных измерениях: ретроспективный анализ, оценка сегодняшнего состояния и оценка будущих перспектив.

Методика определения субъективной успешности строилась по принципу теста «Идеального и реального Я» Butler*&*Haigh. В инструментарий включены 30 характеристик организации, которые респонденты оценивали с точки зрения присутствия этих характеристик в собственной организации и в идеальной с их точки зрения организации. Разработанная методика позволила получить числовое выражение разницы между желаемым и достигнутым образами, то есть значение субъективной успешности в метрической шкале, что является несомненным ее преимуществом. Применение данной методики позволило разделить предпринимателей на субъективно успешных и неуспешных.

Основные принципы изучения среды организации сформулированы следующим образом:

-сам феномен социально-психологической среды организации характеризуется комплексом показателей, отражающих отдельные стороны его проявления (блоки субъект-субъектных и субъект-объектных связей), - эти показатели рассматриваются в единстве как условия, в которых протекает социальная жизнь группы, влияющие на успешность карьеры предпринимателя (блок определяющих переменных);

-показатели, характеризующие социально-психологическую среду организации, анализируются в единстве с объективными и субъективными показателями успешности карьеры (блок зависимых переменных), -исследование проводится на основе комплекса разнообразных методик, позволяющих получить и использовать как субъективную информацию в виде оценок, мнений и суждений членов изучаемой группы, так и информацию объективного характера.

Инструментарий включал 37 вопросов: 2 вопроса для уточнения статусных характеристик респондентов, I вопрос отражает степень расхождения образа реальной и идеальной организации, и 34 вопроса представляют собой группы утверждений, отражающих различные субъект-субъектные и субъект-объектные отношения. Каждая группа состоит из трех утверждений, респондент должен выбрать одно, которое в наибольшей степени соответствует его мнению. 13 вопросов-утверждений из 34-х обрабатываются одновременно по двум различным ключам, в результате чего определяется стиль руководства и различные характеристики социально-психологического климата организации.

Чтобы получить возможность оценить степень точности представлений предпринимателей о подчиненных, выявлялась общая оценка индикаторов предпринимателями по тем же шкалам, по которым проводился опрос среди работников, а затем сравнивались результаты исследования, проведенного среди предпринимателей и среди их подчиненных. При такой формулировке инструментария методика позволяет определить, насколько точно руководитель представляет состояние социально-психологической среды в возглавляемой им организации.

Помимо анкеты для исследования внутренней среды организации рядовым сотрудникам организаций малого бизнеса была предложена диагностическая методика «Семантический дифференциал», состоящая всего из одного вопроса: «Оцените Вашего руководителя с помощью следующих нескольких пар прилагательных» и десяти шкал. Вычисляемая средняя оценка по всем десяти шкалам семантического дифференциала является количественной характеристикой общего эмоционального отношения испытуемого к тому человеку, к которому относятся полученные оценки. При помощи данной методики определяется эмоционально-личностное отношение подчиненных к предпринимателю, которое анализируется в совокупности с результатами исследования социально-психологического климата организации и успешности предпринимателя.

Не смотря на то, что существует множество методов оценки личностных качеств руководителей, ни одна in них не позволила бы собрать необходимые сведения для проверки гипотез исследования. Поэтому для решения задач исследования был построен многомерный личностный опросник, базирующийся на двух техниках: ранжирование и самооценка по заданным критериям. Это формализованный опросник, поэтому он удобен в обработке собранной информации, позволяет получить количественную, а не качественную оценку социально-психологической организации исследуемой личности.

Внешне опросник похож на методику оценки "Идеального и реального Я" Butler *&* Haigh, которая уже применялась при создании инструментария для определения субъективной успешности карьеры, и показала хорошее понимание респондентами содержания предлагаемого задания. Личностный опросник состоит из трех основных граф. В одной графе перечисляются социально-психологические характеристики личности. В другой графе предпринимателям необходимо их проранжировать по степени необходимости для построения успешной карьеры. В третьей графе предлагается оценить по пятибалльной шкале присутствие у себя тех или иных характеристик. Задание для подчиненных предлагается в усеченном виде: они не ранжируют характеристики, а только лишь оценивают степень их присутствия у руководителя.

Опросник многомерный, так как одновременно отражает несколько личностных показателей - социально-психологических компонент личности. В инструментарий включались личностные характеристики, выделенные в ходе теоретического анализа и поискового опроса среди предпринимателей малого бизнеса, не вошедших в выборку. При конструировании опросника был использован подход, базирующийся на выделении групп тесно связанных личностных признаков. Оценка социально-психологических факторов личностной организации предпринимателя включает определение его профессионально - квалификационного уровня, организаторских способностей, личностных характеристик, направленностей, ориентации, а также предпочитаемого стиля деятельности. Таким образом, в структуру опросника было включено 5 блоков характеристик: общая компетенции предпринимательской деятельности, квалификационные характеристики предпринимательской деятельности, коммуникативные характеристики, характеристики деловой активности предпринимателя, нравственные качества.

При разработке методики конкретного социально-психологического исследования по оценке факторов личности руководителя имелась в виду его конкретно – практическая направленность. Поэтому использованные для оценки личности черты были представлены как характеристики, в различной степени способствующие успешности карьеры предпринимателя. Это позволило избежать социально-желательных ответов и повысило объективность собранных данных.

Применение созданной методики позволяет определить, какие из личностных характеристик считаются предпринимателями наиболее важными для достижения успеха в карьере, проверить насколько это представление адекватно действительному распределению изучаемых характеристик.

В исследовании участвовали организации с малой и большой численностью персонала (от 3 до 42 человек). Графически и математически было установлено отсутствие связи между численностью персонала фирм и величиной субъективной успешности (r=0,166 при Р=0,38 (Р>0.05), р=0,267 при Р=0,154(Р>0,05)).

По сферам деятельности исследуемые организации распределились следующим образом: оптовая торговля (23%), производство продуктов питания (20%)строительство (16%), розничная торговля (16%), наука и научное обслуживание (10%), общественное питание (3%), транспорт (3%), информационно-вычислительное хозяйство (3%), непроизводственные виды бытового обслуживания (3%) и ЖКХ (3%). В связи с тем, что опрошенные предприниматели работают в различных отраслевых направлениях, выявляемые закономерности возможно распространить на малый бизнес в целом, а не на отдельные отрасли.

74% опрошенных занимаются бизнесом более 5 лет, что говорит о достаточной опытности в бизнесе опрошенных предпринимателей, а также свидетельствует о сформированности и устойчивости внутренней и внешней среды их фирм. Более 2/3 опрошенных до основания своей нынешней фирмы в бизнесе не работали. Предпринимательская деятельность привлекла изначально возможностью зарабатывать «большие» деньги, независимостью и возможностью принимать самостоятельно решения, возможностью распоряжаться своим временем.

Все предприниматели задумывались над вопросом карьеры, но целенаправленно строить карьеру старались лишь половина опрошенных. Об успешности карьеры предприниматели судят по успешности своей компании. Успешность компании определяется по продолжительности и стабильности существования на рынке (60%), по финансовым показателям (90%), удовлетворенности клиентов (40%), получении госзаказов (10%), хорошей репутации среди партнеров, особенно честности и порядочности (100%).

Как фактор повышения карьерного успеха предпринимателями рассматривается наличие связей в среде других успешных предпринимателей, имеющих хорошую деловую репутацию. Также, по мнению интервьюируемых, необходимо работать над профессиональной компетентностью сотрудников, повышать их мотивацию, заинтересованность и вовлеченность в дела фирмы. По отношению к внешней среде удачная бизнес-стратегия должна быть направлена на формирование близких дружеских отношений с партнерами по бизнесу, основанных на доверии.

Предприниматели в основном оценивают свою карьеру оптимистично. Но о пограничном состоянии (стабильность и переменный успех) заявили соответственно 27% и 20% респондентов. Именно эти предприниматели нуждаются в научно обоснованном продвижении своей карьеры, и именно им адресованы результаты, полученные в ходе эмпирического исследования. Важность для бизнеса определенных социально-психологических характеристик и ориентации личности не очевидна более чем для трети респондентов (36%).

Проведение исследования по методике определения субъективной успешности позволило разделить две группы предпринимателей, составляющих выборку, на три группы. Первую группу составили 12 предпринимателей, успешных по объективным и субъективным признакам. Во вторую группу вошли 11 предпринимателей, успешных лишь по субъективным признакам. В третью группу попали 7 неуспешных по субъективным признакам предпринимателей. Такая дифференциация позволяет анализировать социально-психологические факторы, оказывающие преимущественное влияние в каждой из групп, а следовательно, можно выявить их связь с успешностью.

Связь карьерной успешности со стилем руководства, показателями социально-психологического климата организации, эмоциональными оценками подчиненных руководителя.

Для того, чтобы математически проверить наличие связи между карьерной успешностью и стилем руководства, применялся одно-факторный дисперсионный анализ (One-Way ANOVA) и метод одномерного дисперсионного анализа непараметрический тест Краскела-Уоллеса (К independent test Kruskal-Wallis). По дисперсионному анализу значимость дисперсии Sig.=0,504 (> 0,05), средние значения успешности карьеры у предпринимателей с различным стилем руководства примерно одинаковы и практически не отличаются по величине стандартного отклонения от общей средней величины карьерной успешности. Это совпадает с результатами теста Краскела-Уоллеса, в котором уровень значимости критерия Асимпт.знч.=0,479 (> 0,05), что указывает на однородность ранжирования величин субъективной успешности по стилям руководства. В результате был сделан вывод об отсутствии согласованности, а значит и отсутствии связи между оцениваемыми показателями. Вывод: успешность карьеры не зависит от стиля руководства.

Для проверки наличия связи между индикаторами социально психологического климата и успешностью применен одно-факторный дисперсионный анализ (One-Way ANOVA). При этом установлено отсутствие связи между карьерной успешностью и уровнем текучести кадров, степенью контроля предпринимателем работы подчиненных, жесткостью дисциплины и требовательностью к подчиненным.

Для выделения связанных индикаторов, ведущих факторов использовался факторный анализ методом главных компонент с вращением VAKIMAX. Связанность характеристик оценивалась по матрице корреляций. Удалось установить взаимосвязь в матрице карьерно успешных бизнесменов между следующими показателями:

- включенность в работу подчиненных - широта контактов с подчиненными - взаимопомощь(R =0,949).

Другую группу близких по значению корреляции факторов образовали:

- проявление интереса к проблемам работника - заинтересованность в личности работника - хорошее знание подчиненных (R=0,846).

В матрице карьерно неуспешных бизнесменов коррелирующими оказались:

- отклик на просьбы руководителя - проявление интереса к проблемам работника (R=0,756);

- доверие к работникам - эмоциональное отношение к подчиненным -желание продолжать взаимодействие с коллективом (R=0,535).

Было получено 6 главных факторов среды для успешных предпринимателей, на 84,27% объясняющие разброс предпринимателей по признаку успешности:

• единение с подчиненными в работе (включенность в работу подчиненных (t=0,869 при Р<0,01); широта контактов с подчиненными (r=0,884 при Р<0,01); взаимопомощь (r=0,871 при Р<0,0!));

■ формальность в отношениях (неформальность рабочей обстановки (r=0,783 при Р<0,01); дружественность отношений с подчиненными (t=0,781 при Р<0,01));

■ персонал-ориентированность (проявление интереса к проблемам работников (t=0,707 при Р<0,01); заинтересованность в личности работника (t=0,663 при Р<0,01); хорошее знание подчиненных (r=0,701 при Р<0,01));

• допуск персонала к управлению (участие персонала в разработке политики компании (t=0,554 при Р<0,01); распределение важной информации (r=0,522 при Р<0,01»;

• адекватность самооценки руководителя (r=0,798 при Р<0,01);

• неформальное лидерство (r=0,707 при Р<0,01).

Было получено 6 главных факторов среды для неуспешных предпринимателей, на 100,0% объясняющие разброс предпринимателей по признаку успешности:

■ взаимная заинтересованность предпринимателя и подчиненных (отклик на просьбы руководителя (r=0,897 при Р<0,01); проявление интереса к проблемам работников (r=0,845 при Р<0,01));

• эмоциональное единство (доверие к работникам (r=0.701 при Р<0.01); эмоциональное отношение к подчиненным (r=0.679 при Р<0.01); отношение к руководителю (r=0.662 при Р<0.01));

■ формальность в отношениях (неформальность рабочей обстановки (r=0,549 при Р<0,01); дружественность отношений с подчиненными (r=0,551 при Р<0,01));

• допуск персонала к управлению (участие персонала в разработке политики компании (г=0,522 при Р<0,01); распределение важной информации (г=0,549 при Р<0,01»;

■ напряженность в отношениях (конфликтность в организации (r=0,623 при Р<0,0!); соревновательность (r=0,658 при Р<0.01));

■ адекватность самооценки руководителя (r=0,525 при Р<0,0!).

Стержневым фактором карьерной успешности является *единение предпринимателя с персоналом.* И руководитель и большинство подчиненных понимают необходимость принятия совместных решений, обсуждения глобальных вопросов, оказания взаимной помощи, что иначе можно назвать сплоченностью. Сплоченность же является залогом прочности и устойчивости межличностных взаимодействий и взаимоотношений в группе. Работать в малом бизнесе предпочтительней в атмосфере неформальности. Безусловно, подчиненным нравится, что руководителю они интересны как личности, на что они откликаются желанием выполнять любые просьбы и распоряжения.

Для субъективно неуспешных в карьере предпринимателей определяющими факторами стали отсутствующая *линейная* *заинтересованность* у предпринимателя и персонала, низкий уровень *эмоционального единства,* формализация отношений и отстраненность персонала от участия в определении основных стратегий компании, а так же конфликтная атмосфера работы.

Установлена корреляционная зависимость между успешностью в карьере и эмоциональным отношением подчиненных к предпринимателю. Коэффициенты корреляции Пирсона t=0,965 и Спирмена р=0,945 значимы на уровне Р<0.01. Отдельно по группам коэффициенты распределились так: 1 гр. r=0,928 и р=М),928 (Р<0.01); 2 гр. t=0,816 и р=0,835 (Р<0.01); 3 гр. r=0,919 и р=0,896 (P<0.01). Также по группам наблюдается достаточная однородность оценок эмоционального отношения. Отсюда вывод, что в каждой группе присутствует типичная для этой группы величина эмоционального отношения, чем больше эта величина, тем успешнее предпринимательская карьера.

**2.2. Зависимость социальной успешности от степени социализации**

Проведенный теоретический анализ позволил прийти к единственному пониманию карьеры, которое применимо к термину «предпринимательская карьера» в малом бизнесе – это не служебное должностное продвижение, а развитие профессионализма и социально-психологическое развитие, достижение общественного признания в профессиональной среде. Исходя из этого, оценка успешности карьеры не может осуществляться лишь по объективным внешним проявлениям (таким как смена должностей), и строится в системе объективных (достижение, получающее социальную оценку) и субъективных критериев (самооценка, строящаяся на основе соотношения ожиданий достижениям).

В предпринимательской среде успешность карьеры идентифицируется с успешным развитием собственной фирмы. При этом предпринимателями признается существование пробела в знаниях о возможных способах и средствах развития карьеры. Как правило, бизнес и карьера строятся интуитивно, допускается много ошибок, нередко приводящих к развалу бизнеса.

Сложность достижения карьерного успеха в малом бизнесе определяется обусловленностью ее множеством факторов, которые были разделены на внутренние и внешние. При этом под внутренними факторами понимаются социально-психологические характеристики организации личности предпринимателя, а к внешним факторам относятся факторы среды, в которой развивается карьера.

Для системного и комплексного исследования социально-психологических детерминант карьерного успеха предпринимателей малого бизнеса были разработаны необходимые методики определения успешности карьеры, актуального состояния карьерной среды и социально-психологического содержания личности предпринимателя.

Проведенное эмпирическое исследование позволило выявить связи между социально-психологическим и факторами, определяющими карьерную успешность, и установить на практике в каждой выделенной теоретически группе факторов ведущие детерминанты.

Эмпирически доказано, что успешность карьеры предпринимателя в малом бизнесе определяется доминирующей ролью неформальных взаимоотношений, основанных на единении предпринимателя с персоналом, взаимной поддержке и положительных эмоциональных связях между предпринимателем и сотрудниками. Характерно, что успешные предприниматели принимают активное участие в рабочем процессе наравне с подчиненными. Установлено, что узловым фактором успешности карьеры является персонал-ориентированность, выражающаяся в проявлении интереса руководителя к каждому работнику как личности. Так же в среде успешных предпринимателей определился фактор неформального лидерства, проявляющийся в виде готовности персонала при необходимости пойти навстречу руководителю. Для успешных организаций малого бизнеса оказалось характерным участие персонала в процессе управления.

Вычислено, что существует высокая корреляция между карьерной успешностью и эмоциональной оценкой руководителя персоналом: чем выше эмоциональная оценка подчиненных, тем выше показатель субъективной карьерной успешности.

Обнаружена тенденция в оценке важности для достижения успеха в карьере определенных социально-психологических личностных качеств. Успешные бизнесмены к числу этих качеств отнесли порядочность, постоянство деловых контактов, ориентир на сотрудничество, компромисность, персонал-ориентированность и клиентоориентированность при ведении бизнеса и т.д. Неуспешные бизнесмены считают важными другой набор качеств: опытность, профессионализм, лидерство и т.д. При этом установлено, что определяющие успешность факторы в большей степени совпадают со списком важных для успешных бизнесменов качеств. Это означает большую адекватность оценки необходимых для карьеры социально-психологических качеств личности успешными бизнесменами по сравнению с неуспешными.

**Выводы:**

Полученные в ходе показанного исследования данные подтверждают выдвинутые гипотезы и позволяют сделать следующие выводы:

1. Карьерная успешность предпринимателя зависит от социально-психологических факторов среды. В число ведущих факторов внутренней среды вошли индикаторы хорошего социально-психологического климата и гомфотерности коллектива. Среди факторов внешней среды первостепенную роль играют инвариантность деловых отношений с партнерами, конкурентами и клиентоориентированность при ведении бизнеса.

2. Степень успешности карьеры в малом бизнесе определяется организацией личности предпринимателя из определенного набора социально-психологических качеств, которые образуют связанные группы: ориентация бизнеса «на людей», настрой на сотрудничество и компромиссность, инвариантность поведения, порядочность.

3. Чем ближе лежит оценка степени важности для карьеры выявленных социально-психологических факторов, тем ближе предприниматель придвигается к поставленным карьерным целям.

4. Карьерный успех может быть достигнут путем накопления предпринимателем социально-психологического потенциала за счёт усиления действия положительных и нивелировки отрицательных социально-психологических факторов, выделенных в диссертационной работе.

Полученные и проанализированные в ходе исследования данные, сформулированные теоретические выводы позволяют выдвинуть практические рекомендации и наметить направления дальнейших исследований по проблематике карьеры в малом бизнесе:

1. В ходе осуществления предпринимательской деятельности рекомендуется проводить систематический анализ актуального состояния внутренней и внешней социально-психологической среды фирмы, осуществлять оценку своего личностного потенциала.

2. В работе с подчиненными предпочтительней стремиться к согласованию целей и ценностей, эмоциональных настроений, к максимальной степени единения. Рекомендуется соблюдать принцип соразмерности собственного продвижения с общим продвижением созданной команды.

3. Основным приоритетом в личностном развитии должны стать обучение компромиссному поведению, проявлению толерантности, порядочности и т.д.

4. В дальнейшем построенная концепция может быть доработана и конкретизирована путем выявления специфики и закономерностей достижения карьерной успешности по отраслям деятельности, стадиям развития организаций, половому, возрастному, национальному и пр. разделениям предпринимателей.

Во все времена одним из критериев потенциальной успешности было творческое отношение к собственной жизни. Можно искать удобные ниши, приспосабливаться, адаптироваться. Создавать новые – не более сложно, стоит лишь ощутить себя гармоничной частью мира – имеющей право не только на существование, но и на творчество.

Для признания социальной успешности потребуется выполнение дополнительных необходимых шагов:

1. Проблематизация. Определиться с причиной будущих действий - найти проблему, требующую вашего активного вмешательства. Что в жизни вы хотите решить/изменить/улучшить, что сделает вас более счастливым? Превратить проблему в цель.

2. Предмет. Определиться с задачами, какие конкретные шаги нужно предпринять, чтобы достичь поставленной цели – отсечь второстепенное, обозначить главное.

3. Общественная целесообразность. Определиться с пользой: найти зоны, в которых достижение ваших личных целей совпадает с нуждами окружающей среды – общественными, экологическими, производственными.

4. Инструментарий. Определиться со средствами: использовать весь арсенал внутренних и внешних факторов, помогающих наиболее эффективному движению вперед.

5. Стратегия поведения. Быть решительным и гибким в достижении цели - высокая готовность к непредвиденным обстоятельствам позволит более точно выбрать соотношение средств, наиболее удачного момента времени и пространства, в которых реализуется поставленная цель.

6. PR. Внедрить идею собственной успешности в умы окружающих. Хорошо организованная связь с внешним миром позволит создать наиболее благоприятные условия для использования имеющихся в арсенале и привлечения новых средств.

Один из необходимых инструментов достижения статуса успешности сегодня – информация, которой коммерсант владеет и управляет, её количество и качество. Умение добывать, использовать и создавать информацию, правильно выбрать социальный круг, в котором она будет обладать наибольшей ценностью, увеличение количества знаний, контактов, связей – то, без чего немыслима успешность бизнеса. Информация позволяет не только верно чувствовать веяния рынка и ожидания потребителя, но и укрепляет позиции.

То, как вы обозначаете себя на рынке, в целевой аудитории, будет вам помощью или нанесет вред. «Заберите у меня все, чем я обладаю, но оставьте мне мою речь, и скоро я обрету все, что имел» – знаменитая фраза Дэниэла Уэбстера справедлива для того, кто способен дать обществу позитивную информацию о себе, кто в состоянии любые события своей жизни интерпретировать как успешные. Хорошая репутация создаётся не только из поступков и личных качеств коммерсанта, но и из того, в каком свете он их подает, как он сам к ним относится.

**Список использованных источников и литературы:**

1. Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С.; «Социологический словарь»; Казань,
2. 1997 г.;
3. Андреева Г.М.; «Социальная психология»; М., 1994 г.;
4. Деларю В.В.; «Социальная экология и массовое сознание»; Волгоград, 2000 г.;
5. Клеймёнова Ю.Э.; «Влияние социально-психологических факторов на успешность карьеры в малом бизнесе»; М., 2007 г.;
6. Клейменова Ю.Э.; «Социально-психологические критерии успешности карьеры предпринимателя» // Вестник университета (ГУУ). Серия: Социология и управление персоналом. №5 (21) /2006 г.;
7. Комаров М.С., Яковлев М.А.; «Социология. Словарь-справочник.»; М., 1990 г.;
8. Осипов Г.В., Кабыща А.В.; «Социология. Учебник для вузов.»; М., 1995 г.;
9. Рябова Ю.Э.; Социально-психологическая диагностика предпринимателей и их карьеры в малом бизнесе. // Актуальные проблемы управления - 2006: Материалы международной научно-практической конференции: Вып. 4 / ГУУ. - М., 2006 г.;
10. Слепенков И.М., Аверин Ю.П.; «Основы теории социального управления»; М., 1994 г.;
11. Ядов В.А., Семенова В.В. ; «Стратегия социологического исследования»; М., 1998 г.;
12. Ядов В.А.; «Методы сбора социологической информации»; М., 1990 г.

1. Ядов В.А. «Стратегия социологического исследования» [↑](#footnote-ref-1)
2. Осипов, Г.В.: «Рабочая книга социолога» [↑](#footnote-ref-2)