**Введение**

Существует много различных социологических методов, но самым популярным на сегодняшний день является метод интервью.

Изучение интервью как социологического метода сегодня является актуальной темой, главным достоинством интервью считается возможность получения глубинной информации о мнениях, мотивах, ценностных ориентациях респондентов, так как в ходе него интервьюер получает не только количественную информацию, но и качественную. Интервью позволяет выявить те социальные явления, которые нельзя выявить с помощью других методов.

Степень разработанности данной темы довольно глубока. В частности ее рассматривали Г.Е Зборовский, Е. А. Шуклина занимавшиеся типологизацией метода интервью, Г. В. Осипов, Е.М. Бабосов, С. Ю. Головин – дали свое определение интервью. Горшков М.К., Ф.Э. Шереги описывали процедуру проведения социологического интервью. Оттар Хеллевик рассматривал этот метод в трактовке изучения общественного мнения[[1]](#footnote-1).

Объектом изучения данной курсовой работы является интервью как социологический метод.

Предметом является содержательные характеристики, типология, процедура проведения интервью.

Целью курсовой работы является изучение содержательных характеристик, типология, процедура проведения интервью.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. определить специфику социологического метода;
2. рассмотреть типологизацию социологических методов;
3. определить понятие и виды интервью;
4. рассмотреть процедуру проведения интервью как социологического метода;

При написании данной работы были использованы такие методы как описательный, синтез данных, анализ работ ученых.

Курсовая работа состоит из двух глав: первая описывает социологический метод, его специфику, типологизацию. Вторая направлена на изучение использования интервью в социологических исследованиях, его виды и процедуры проведения интервью как социологического метода, также описывается изучение проблемы социальных установок студентов в отношении религии по средствам интервью.

**Глава 1. Социологический метод**

**1.1 Специфика социологического метода**

Внутри социологии в качестве методологической категории сегодня используется термин социологического метода, в который включены конкретные познавательные ориентации, подходы, приемы, события и инструменты, применяемые в социологическом исследовании. Существует несколько определений к этому термину:

* Социологический метод – это средство получения и построения научного знания о социальной реальности[[2]](#footnote-2).
* Социологический метод – это собирательное понятие, характеризующее основные онтологические и методологические установки социолога, реализуемые в процессе исследования социологического и ведущие к расширению и углублению сферы социологического знания[[3]](#footnote-3).
* Социологический метод – это специальные процедуры и операции, повторяющиеся при проведении различных по целям и задачам социологических исследований и направленные на установление конкретных социальных фактах[[4]](#footnote-4).

При разработке методов сбора социологических данных происходит перевод теоретического уровня исследовательской проблемы на уровень эмпирического описания и анализа. Это обеспечивает основу для проверки рабочих гипотез и получения нового теоретического знания. Поэтому очень важно выбрать правильно метод. Существуют следующие методические стратегии:

1. Какие первичные данные нужно получить, чтобы описать и проанализировать предмет исследования на эмпирическом уровне?

2. Из какого источника можно получить необходимую (искомую) информацию?

3. Каким методом искомая информация может быть получена?

Всякий сложившийся социологический метод состоит из ряда элементов: области приложения (круга объектов или исследовательских ситуаций, к которым он эффективно приложим); процедуры применения метода; инструментария (если таковой имеется); критериев оценки правильности применения метода и достоверности полученных результатов. Отдельные элементы метода могут существовать в неявном виде, в форме практического индивидуального искусства, передаваемого от учителя к ученику и не имеющего дискурсивного методологического описания или теоретического обоснования. Особое значение для успешного функционирования метода имеет наличие стандартного, общепризнанного научным сообществом, эталонного на данном этапе примера применения метода[[5]](#footnote-5).

Каждый социологический метод может выполнять специфические функции:

1. обеспечивает переход от теоретического знания о предмете исследования к его эмпирическому описанию и анализу.

2. позволяет получить количественные значения изучаемых переменных, составляющие необходимое условие качественного анализа предмета исследования.

3. предопределяет возможности использования математического аппарата на этапе обработки и анализа собранных данных.

4. обеспечивает надежность и достоверность эмпирических данных, определяя адекватность получаемых результатов изучаемой социальной реальности.

Таким образом, мы можем сказать, что главной спецификой социологического метода то, что посредством его производится сбор эмпирических фактов, необходимых для проверки гипотез в социологическом исследовании.

**1.2 Типологизация социологических методов**

Для сбора социологических данных существуют много методов, к числу же основных относят: наблюдение, анализ документов, опрос и его варианты (анкетирование и интервью).

Вначале следует рассмотреть базовый метод, без которого ни полноценное использование других методов, ни подготовка и проведение прикладного исследования невозможны. Это метод анализа документов.

Анализ документов - совокупность методических приемов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации при изучении социальных процессов и явлений для решения определенных исследовательских задач.

Во всем многообразии исследовательских приемов, используемых при изучении документов, выделяются два их основных вида — качественный анализ (иногда его называют традиционным) и формализованный, носящий название контент-анализа. Эти два, во многом различных подхода к изучению документальной информации, тем не менее, могут дополнять друг друга.

Качественный анализ зачастую служит предпосылкой последующего формализованного изучения документов. Как самостоятельный метод он приобретает особое значение при изучении уникальных документов: их число всегда невелико, поэтому нет надобности в количественной обработке информации. На первый план в таких случаях выдвигаются углубленное логическое исследование содержания документа, обнаружение возможных «умолчаний», оценка своеобразия авторского языка и стиля изложения.

Стремление в максимальной степени избежать субъективизма, потребность в социологическом изучении и обобщении большого объема информации, ориентация на использование современной компьютерной техники при обработке содержания текстов привели к становлению метода формализованного, качественно-количественного изучения документов — контент-анализа.

Согласно этому методу, содержание текста определяется как совокупность имеющихся в нем сведений, оценок, объединенных в некую целостность единой концепцией, замыслом. Формализованный анализ документов имеет дело с текстом, но ориентирован, прежде всего, на изучение стоящей за ним реальности. Особо подчеркнем, что внетекстовой реальностью являются не только события, факты, человеческие отношения, отраженные в текстах, но и используемые при их подготовке принципы отбора материалов. Другими словами, для исследователя может быть в равной степени важно и то, что вошло в содержание текста, и то, что оказалось вне его рамок.

Процедура формализованного изучения документов начинается с выделения двух единиц анализа — смысловых (качественных) и единиц счета. При этом главной смысловой единицей должна быть социальная идея, социально значимая тема, отображенная в операциональных понятиях. В тексте она выражается по-разному — словом, сочетанием слов, описанием. Цель исследования — отыскать индикаторы, указывающие на наличие в документе темы, значимой для анализа, и раскрывающие содержание текстовой информации. Например, при изучении роли газеты в распространении технических знаний к публикациям на эту тему могут быть отнесены статьи, очерки, заметки, фотографии, где прямо или косвенно, с различной степенью достоверности говорится о новых достижениях в области техники и технологии.

При анализе текстов плодотворным оказывается деятельностный (проблемный) подход. В этом случае весь текст или его часть рассматриваются как описание конкретной проблемной ситуации, в которой есть свои «действующие лица» и рассказано об отношениях между ними. При формализованном анализе документов всесторонне рассматривают саму деятельность, а также выделяют ее субъекты, цели и мотивы совершаемых ими поступков, обстоятельства, причины, породившие потребность в той или иной деятельности (бездеятельность — это тоже вид деятельности); объект ее направленности. Подобное «проблемное» прочтение содержания совокупности писем населения или газетных публикаций способствует преодолению многих трудностей, которые обусловлены разнообразием излагаемых в них ситуаций и языковых средств, используемых различными авторами. При соотнесении содержания текстов с социально-демографическими характеристиками и словарным багажом их авторов описанный прием анализа документов открывает самые широкие и благоприятные возможности для применения компьютерного анализа, позволяет получить интересные содержательные выводы о явлениях, процессах, отраженных в документах.

Социологическая информация, содержащаяся в документах, иногда дублирует данные, получаемые другими методами, и тогда служит средством взаимопроверки и контроля их надежности. Одним из таких методов является наблюдение.

Наблюдение в социологическом исследовании представляет собой метод свора первичной социальной информации об изучаемом объекте путем непосредственного восприятия и прямой регистрации всех факторов, касающихся изучаемого объекта и значимых с точки зрения целей исследования. Систематичность, планомерность и целеустремленность — характерные черты наблюдения как метода конкретного социологического исследования в марксистско-ленинской социологии.

Этот метод основан на какой-то определённой цели или задачах исследования. Наблюдение всегда располагает какими-то техническими средствами и концептуальными средствами.

Наблюдение может быть как скрытым, так и явным, а так же включённым и не включённым.

Результаты наблюдения иногда требуют сопоставления с итогами других методов, используемых для одной и той же проблемы.

Так одним из основных и наиболее популярных в социологии является метод опроса.

Социологический опрос – это метод получения первичной информации, основанный на непосредственной или опосредованной связи между исследователем и респондентом с целью получения от последнего необходимых данных в форме ответов на поставленные вопросы[[6]](#footnote-6).

Искусство опроса состоит в правильной формулировке и расположении вопросов. Социолог, опрашивающий множество людей, интересуется общественным мнением. Индивидуальные отклонения, субъективные предубеждения, предрассудки, ошибочные суждения, намеренные искажения - если их обработать статистически - взаимопогашаются. В результате социолог получает усреднённую картину реальности. Cоциолог получая статистическую информацию, выявляет социальные типы личности.

Среди множества видов опросов основным принято считать письменный (анкетирование) и устный (интервью). Начнем с анкетирования.

Анкетирование – это письменный опрос, в котором осуществляется общение между исследователем и респондентом, ответы которого фиксируются в анкету.

Как составление анкеты, так и способы работы с ней имеют свои методические приемы и характеристики, соблюдение которых является необходимым условием успешной реализации этого метода, нацеленного на получение достоверной информации.

Логика построения вопросов в анкете соответствует целям исследования и служит получению только такой информации, которая проверяет гипотезы.

Достоинство анкетирования в быстроте получения тех или иных объектов.

Анкетирование может быть:

- почтовое;

- прессовое;

- групповое.

Анкета состоит :

1. вводная часть (цель проведения исследования, методы заполнения анкеты, благодарность за участие в анкетировании).

2. вопросник (закрытые вопросы, открытые вопросы, полуоткрытые вопросы).

3. паспортичка (статус и положение участника).

Однако, при проведении анкетного опроса, чаще всего, интервьюер пассивен, содержание и смысл вопросов интерпретируется самим респондентом, в соответствии с теми представлениями и убеждениями , которое сложилось у него по исследуемой проблеме.

Но, как уже отмечалось, существует еще один метод опроса – интервьюирование.

Если анкету респондент заполняет самостоятельно, то в интервью вопросы зачитывает специалист (интервьюером).

Структура интервью:

1. начало (проблема беседы);

2. опрос (вопросы по теме);

3. заключение (итоги).

По цели исследования интервью бывает ретроспективным т.е. когда исследуемая проблема в её прошлом состоянии, интроспективным - это исследование текущего момента, прожективным - это дальнейшее развитие того или иного объекта.

В интервью контакт между социологом-интервьюером и опрашиваемым осуществляется именно интервьюером: он задает вопросы, организует И. и ведет беседу, направляет ее, фиксирует полученные ответы. Этот совершенно особый статус интервьюера как мобильной, активной и направляющей беседу личности, делает сам процесс интервьюирования наиболее чутким, креативным, гибким, что позволяет получить максимум информации об изучаемом объекте исследования. Интервьюер может пояснять формулировку задаваемых вопросов в случае непонимания их респондентом (если это допускается инструкцией), а также уточнять точку зрения респондента, требовать от него дополнительной информации с целью наиболее адекватного, точного представления ее в опросном листе.

Таким образом, можно сказать, что из всего многообразия методов, со своими особенностями и процедурами проведения, самым популярным в социологической практике на сегодняшний день является метод интервью. Это можно объяснить тем, что он наиболее универсален: с его помощью можно получить информацию о прошлом, настоящем и будущем изучаемых людей, а так же субъективную и поведенческую информацию.

**Глава 2. Использование интервью в социологических исследованиях**

**2.1 Интервью: понятие, виды**

Интервью, как уже отмечалось, относится к опросным методам социологического исследования. Это специфический метод исследования, характерный для социального познания. Макс Вебер называл его «королевским[[7]](#footnote-7)».

Сущностная характеристика этого метода, как, впрочем, и других опросных методов, — целенаправленное, «заданное» социально-психологическое общение интервьюера и респондента (информанта). При этом для интервью характерно непосредственное общение интервьюера и респондента. Эта целенаправленность, заданность ситуации общения проявляется в нескольких смыслах.

Понятие интервью имеет несколько толкований:

* Интервью - наиболее гибкий метод сбора социологической информации, предполагающий проведение беседы (по определенному плану) с респондентом, основанной на непосредственном, личном контакте социолога и респондента[[8]](#footnote-8).
* Интервью (с психологической точки зрения) — способ получения социально-психологической информации с помощью устного опроса.[[9]](#footnote-9)
* Интервью – метод сбора данных социологического исследования, заключающийся в том, что специально обученный интервьюер, как правило, в непосредственном контакте с респондентом устно задает вопросы, предусмотренные программой исследования.(социологический словарь)
* Интервью – особый вид исследовательского общения с индивидом, применяемый в качестве метода сбора информации[[10]](#footnote-10).

В основе интервью лежит беседа, при которой роли собеседников жестко закреплены, а цели ее заданы извне программой и задачами социологического исследования.

Достоинства интервью:

1. возможность получения глубинной информации о мнениях, мотивах, ценностных ориентациях респондентов;
2. повышается искренность и достоверность сведений вследствие непринужденной обстановки ситуации интервью;
3. возможность вести наблюдение за психологическими реакциями респондента и проводить корректировку получаемой информации (возможность сочетания с наблюдением);
4. повышается полнота реализации познавательных возможностей вопроса;
5. усиливается положительная ориентация респондента на серьезное отношение к опросу;
6. снимается проблема непоследовательного восприятия вопросов респондентом. интервью социологический анкета эмпирический

Недостатки интервью:

1. требует больших материальных и временных затрат; следовательно высоко влияние интервьюера на содержание получаемой информации;
2. высокая трудоемкость;
3. требует привлечения высокопрофессиональных специалистов.

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

В социологических исследованиях используется разнообразный спектр интервью, где существует множество классификаций, сконструированные по разным основаниям. В современной социологии выделяют ряд обязательных классификаций интервью, сформулированных по критериям.

1. По степени формализации, стандартизации и структуризации интервью как комплексный критерий:

а) Стандартизация представляет собой унификацию параметров интервью в рамках конкретного исследования, что обеспечивает возможность сопоставления его результатов;

б) Формализация – придание вопросам определенной формы, облика.

в) Структурирование – установление связи между элементами интервью: вопросами, темами[[11]](#footnote-11).

2. По количеству опрашиваемых респондентов:

а) Индивидуальные, где источником информации является индивид;

б) Групповые – одновременно опрашивается группа людей.

3. По процедуре:

а) однократное;

б) многократное (панельное) интервью предполагает сбор информации от одной и той же аудитории респондентов по единому вопроснику на протяжении определенного временного интервала;

в) фокусированное, ставящее целью изучение мнений относительно конкретно заданных ситуаций, явлений;[[12]](#footnote-12)

г) глубинное интервью (клиническое, интенсивное), которое используется: для зондажа общественного мнения по различным вопросам; в разведывательных исследованиях; при изучении мотивов и ориентаций опрашиваемых;

д) ненаправленное интервью (дает возможность высказаться респондентам по "наболевшим" вопросам, актуальным, злободневным проблемам дня. В данном случае инициатива в большей степени принадлежит респонденту, который сам выбирает и называет проблему, ее содержание и даже возможные пути решения.

3. По способу общения социолога и респондента:

а) личное интервью, проводимое в условиях непосредственного социального взаимодействия;

б) телефонное интервью, опосредованная форма общения с респондентом.

4. По месту проведения Интервью:

а) Интервью по месту жительства;

б) Интервью по месту работы, в ситуациях, когда проблема связана с изучением производственных ситуаций;

в) Интервью на улице.

5. По цели исследования:

1) Разведывательное, при необходимости получить предварительную информацию о проблемном поле;

б) Контрольное с целью проверки результатов проведенного интервью, или пилотаж инструментария;

в) Основное, где сбор информации по проблеме исследования на соответствующей выборке.

Все эти особенности и виды интервью свидетельствуют об инвариантности форм метода, ориентирующих на возможность выбора и использования того или иного вида интервью с учетом специфики исследовательских задач и целей, а также особенностей его организации, проведения и ситуации применения. Проведение же интервью предполагает определенную процедуру.

**2.2 Процедура проведения интервью как социологического метода**

Использование метода интервью требует тщательной разработки методических процедур и приемов его использования. Существует три основных этапа проведения интервью:

1. Выбор объекта (т.е. лица, с которым следует проводить интервью);
2. Определение места и времени проведения интервью;
3. Запись ответов и оформление материалов.

Выбор объекта производится в строгом соответствии со структурой выборки исследования либо социологом, либо интервьюером. Чтобы интервьюер мог самостоятельно отобрать людей для интервью, социологи снабжают его инструкцией, описывающей процедуру отбора и требуемые характеристики. Инструкция предусматривает также возможность замены опрашиваемого, если тот отказывает в беседе или по какой-то причине отсутствует. « Выбор объекта - довольно трудоемкая процедура, требующая настойчивости, умения общаться с людьми, большой добросовестности».

На втором этапе – определения места и времени проведения интервью важны особенности, по-разному проявляющиеся в различных его организационных формах:

* Интервью по месту работы, занятий, то есть в служебном помещении, которое наиболее целесообразно, когда изучаются производственные или учебные коллективы, предмет исследования связан с производственными или учебными делами.
* Интервью по месту жительства становиться предпочтительным, если предметом опроса касается таких проблем, о которых удобнее говорить в неофициальной обстановке, свободной от влияния служебных или учебных отношений.
* В домашней обстановке человек располагает большим временем. В привычных условиях респондент охотнее отвечает на острые вопросы, требующие сообщения критической информации от отрицательных факторах и явлениях. Беседа приобретает менее официальный характер, чем в служебном помещении[[13]](#footnote-13).

Независимо от места проведения интервью стоит позаботиться об устранении или хотя бы уменьшении влияния "третьих лиц". Иногда даже молчаливое присутствие во время интервью "третьего" лица (сослуживца, члена семьи, гостя, соседа), как правило, оказывает влияние на психологический контекст интервью и может вызвать смещение в содержании ответов респондента. Если же проводится групповое интервью, то отвечающих на вопросы желательно разместить так, чтобы они не мешали друг другу.

При проведении интервью многое зависит от подготовки, опыта самого интервьюера. Мужчины предпочитают опрашивать мужчин. Отрицательно сказывается большая разница в возрасте между респондентом и интервьюером[[14]](#footnote-14).

Третий этап, как уже отмечалось, это запись ответов и оформление материалов. Как правило, в беседе с опрашиваемым интервьюер сам записывает его ответы. В некоторых случаях, чтобы облегчить его работу, не отвлекать от беседы, прибегают к помощи ассистента интервьюера, который ведет подробную запись. Нередко запись беседы проводят с использованием технических средств (диктофонов, магнитофонов).

Таким образом, можно сказать, что интервью – это специфический метод, характерный для социального познания, имеющий разнообразный спектр классификаций и имеющий уникальные познавательные способности, применяемые в социологическом исследовании для решения заданных проблем, выделяющийся спектром особенностей: во-первых, непосредственным контактом исследователя с испытуемым; во-вторых, устная форма этого контакта; в третьих возможность наблюдать психологические реакции респондента и корректировать беседу.

**2.3 Изучение проблемы социальных установок студентов в отношении религии по средствам интервью**

В современном обществе существует мнение, что российская молодежь абсолютно не религиозна, что на ее духовное развитие не оказывает никакого влияния религия. На этой основе актуализируется проблема, где и был использован социологический метод – интервью.

Проблема: социальные установки студентов факультета социологии и политологии ВИ ЭУиП (Филиала) Южного Федерального Университета в отношении религии

Объект – студенты третьего курса кафедры Социологии и Социальной работы.

Предмет исследования – религиозные представления студентов.

Целью является выявление социальных установкок студентов в отношении религии.

Задачи исследования:

1. Определить уровень религиозности студентов.
2. Изучить религиозные представления современной молодежи, в частности студентов.
3. Определить отношение молодежи к религии.

Гипотеза данной проблемы является то, что в социальных установках студентов кафедры социологии и социальной работы ВИ ЭУиП (Филиала) Южного Федерального Университета религия занимает не значительное место, а их религиозные представления не достаточно развиты.

Операционализация:

Религия – это мировоззрение и мироощущение, а так же соответствующее поведение и специфические действия (культ), основанные на вере в существования Бога или богов, сверхъестественного.

Религиозные представления – это совокупность идей и образов, в религии.

Религиозные представления молодежи отражает то, что знает он о ее основных положениях.

Студе́нт — учащийся высшего, учебного заведения.

В выборочную совокупность попали студенты третьего курса факультета социологии и политологии ВИЭУиП (Филиала) Южного Федерального Университета.

Таблица. Выборочная совокупность

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Курс | Социология | Социальная работа | Итого  |
| мужчины | женщины | мужчины | женщины |
| III | 2 | 6 | 2 | 10 | 20 |

Инструментарием данного социологического исследования является бланк интервьюера, который включал в себя закрытые и открытые вопросы, что позволило получить наиболее полную информацию о предмете исследования.

Было опрошено 20 студентов третьего курса факультета социологии и политологии ВИЭУиП (Филиала) Южного Федерального Университета. Среди респондентов было 20 % мужчин и 80 % женщин. По возрастному критерию респондентов разделили на 2 группы:

1. 19-20 – 65 %;
2. 20-21 – 35 %.

В бланке интервьюера для интервью было предложено 6 вопросов.

Первый вопрос отражает влияние религии на духовность студентов.

Во втором же вопросе показывается религиозное представление студентов третьего курса факультета социологии и политологии ВИЭУиП (Филиала) Южного Федерального Университета.

Третий, четвертый и пятый вопросы интерпретируют насколько студент верующий и в чем его вера выражается.

На основе проведенного интервью, мы можем сказать, что у студентов третьего курса факультета социологии и политологии ВИЭУиП (Филиала) Южного Федерального Университета, уровень религиозного представления выше среднего, так как 80 % опрошенных ответили, что религия это вера в Бога или богов, и всего 20 % считают ее идеологией и определенным культом, как отображено на рис.1.



«Рис.1»

Большинство опрошенных считают себя верующими людьми, но при этом только 60 % студентов посещали религиозные институты (Приложение рис 4).

Таким образом, в ходе изучения проблемы социальных установок студентов в отношении религии, поставленная нами гипотеза подтвердилась частично.

**Заключение**

В данной работе было дано определение социологического метода его главная специфика, которая является тем, что посредством него производится сбор эмпирических фактов, необходимых для проверки гипотез в социологическом исследовании. Кроме этого, были показаны основные типы социологического метода, указавшие, что из всего многообразия методов, со своими особенностями, самым популярным в социологической практике на сегодняшний день является метод интервью.

Интервью - наиболее гибкий метод сбора социологической информации, предполагающий проведение беседы (по определенному плану) с респондентом, основанной на непосредственном, личном контакте социолога и респондента. В социологических исследованиях используется разнообразный спектр интервью, где существует множество классификаций, сконструированные по разным основаниям. В современной социологии выделяют ряд обязательных классификаций интервью, сформулированных по критериям:

* по степени формализации, стандартизации и структуризации интервью как комплексный критерий;
* по количеству опрашиваемых респондентов;
* по процедуре;
* по способу общения социолога и респондента;
* по месту проведения интервью;
* по цели исследования.

Все эти особенности и виды интервью свидетельствуют об инвариантности форм метода, ориентирующих на возможность выбора и использования того или иного вида интервью с учетом специфики исследовательских задач и целей, а также особенностей его организации, проведения и ситуации применения. Проведение же интервью предполагает определенную процедуру, включающую в себя: выбор объекта ,определение места и времени проведения интервью, запись ответов и оформление материалов.

Таким образом, интервью – это специфический метод, характерный для социального познания, имеющий разнообразный спектр классификаций и имеющий уникальные познавательные способности, применяемые в социологическом исследовании для решения заданных проблем, выделяющийся спектром особенностей: во-первых, непосредственным контактом исследователя с испытуемым; во-вторых, устная форма этого контакта; в третьих возможность наблюдать психологические реакции респондента и корректировать беседу.

На основе всего сказанного можно сделать вывод, что поставленная цель курсовой работы достигнута, задачи решены.

**Список литературы**

1. Агабекян Р. Л. Математические методы в социологии. Анализ данных и логика вывода в эмпирическом исследовании: Учеб. пособие для вузов / Р.Л . Агабекян, М.М. Куличенко. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005 – 192с.
2. Бабосов Е. М. Прикладная социология: Учеб. пособие – Минск: ТетраСистемс, 2000. – 496 с
3. Головин С. Ю. Словарь психолога - практика. - 2-е изд., нерераб. И доп. - Мн.: Харвест, - М.: АСТ, 2007. - 976 с.
4. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие/ М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. — М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. - 416 с.
5. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественные подходы. Методология исследование практики: учеб. пособие / А. С. Готлиб – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта:МПСИ,

2005. – 384 с.

1. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования.- Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 1998.- 208 с.
2. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. – М.: Инфра-М,2004. – 768 с.
3. Зборовский Г. С. , Шуклина Е. А. Прикладная социология : Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2004. – 176 с.
4. Как провести социологическое исследование / Под ред. М.К.Горшкова, Ф.Э.Шереги. М.:Политиздат, 1990. – 288с.
5. Капитонов Э.А. Социология XX века. – Ростов-на-Дону Ростов-на-Дону: издательство «Феникс»,, 1996. – с. 364
6. Кравченко А.И.. Социология: Общий курс: Учебное пособие для вузов. – М.: ПЕРСЭ; Логос, 2002.–640 с.
7. Пузанова Ж., Троцук И., Витковская М. Практикум по курсу «Методология и методика социологических исследований» – М.: Издат. Дом «Высшее образование и Наука», 2007 г. – 272 с.
8. Рабочая книга социолога / Под общей ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 3-е. М.: Едиториал УРСС, 2003. – 480c.
9. Российская социологическая энциклопедия / Под ред. академика РАН Г.В. Осипова. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1998. 672 с.
10. Смехнова, Г.П. Основы прикладной социологии: Учебное пособие – М.: Вузовский учебник, 2008. - 240 с.
11. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. — Мн.: Книжный Дом, 2003. — 1312 с.
12. Тавокин, Е. П. Основы методики социологического исследования : учеб. пособие для вузов. - М. : Инфра-М, 2009. - 239 с.
13. Филатова О.Г. Методика и техника социологического исследования. Конспект лекций – СПб: Изд-во Михайлова В.А.., 2000. – 480 c.
14. Фролов С.С. Социология. Учеб. Для высших учебных заведений. М.: Наука, 1994/ - 256 с.
15. Хелевин Отар. Социологический метод / пер. с норв. – М. : Издательство «Весь мир» 2002. –192 с.
16. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара. Изд-во "Самарский ун-т, 1995. – с. 541.
17. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание соц. реальности: учеб. пособие / В. А, Ядов. – 4-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега –Л», 2009 – 567c.
1. Зборовский Г. С. , Шуклина Е. А. Прикладная социология : Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2004, Бабосов Е. М. Прикладная социология: Учеб. пособие – Минск: ТетраСистемс, 2000., Головин С. Ю. Словарь психолога - практика. - 2-е изд., нерераб. И доп. - Мн.: Харвест, - М.: АСТ, 2007., Российская социологическая энциклопедия / Под ред. академика РАН Г.В. Осипова. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1998., Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие/ М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. — М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009., Хелевин Отар. Социологический метод / пер. с норв. – М. : Издательство «Весь мир» 2002. [↑](#footnote-ref-1)
2. Рабочая книга социолога/Под общ.ред.и предиссл. Г.В. Осипова. Изд.3-е. М.: Едиториал УРСС, 2003. – С.466 [↑](#footnote-ref-2)
3. Российская социологическая энциклопедия/ Под общей редакцией академика РАН Г.В.Осипова, 1998 – C.268-278 [↑](#footnote-ref-3)
4. Зборовский Г.Е., Шуклина Е. А. Прикладная социология: Учеб. пособ. – М.: Гардарики, 2004. – С.108 [↑](#footnote-ref-4)
5. В.Б.Голофаст. <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/56029.html> [↑](#footnote-ref-5)
6. Зборовский Г.Е., Шуклина Е. А. Прикладная социология: Учеб. пособ. – М.: Гардарики, 2004. – С.121 [↑](#footnote-ref-6)
7. Зборовский Г.Е., Шуклина Е. А. Прикладная социология: Учеб. пособ. – М.: Гардарики, 2004. – С. 128 [↑](#footnote-ref-7)
8. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко., 2003 г. [↑](#footnote-ref-8)
9. Словарь психолога-практика; Изд. 2-е, перераб. , доп Головин С.Ю; 2007 г.- С. 835-836 [↑](#footnote-ref-9)
10. Российская социологическая энциклопедия/ Под общей редакцией академика РАН Г.В.Осипова, 1998 – С.163-164 [↑](#footnote-ref-10)
11. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: учеб. пособие/А.С. Готлиб – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: МПСИ, 2005. – С.267-270 [↑](#footnote-ref-11)
12. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. — Мн.: Книжный Дом, 2003. — С. 512 [↑](#footnote-ref-12)
13. Как провести социологические исследование/ под. ред. М.К. Горшкова М, 1990 С. 98 [↑](#footnote-ref-13)
14. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности: учеб. пособие/В.А. Ядов. – 4-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2009.С. 249-248 [↑](#footnote-ref-14)