Реферат

«Методы социологических исследований»

Анкетный опрос

Из многочисленных методов сбора социологической информации по интересующим социолога проблемам наиболее распространенным методом опроса респондентов является анкетный опрос, поскольку с его помощью можно получить разнообразную и качественную социологическую информацию. Такой метод основывается на высказываниях отдельных лиц и проводится с целью выявления тончайших нюансов в мнении опрашиваемых (респондентов).

Анкетный опрос — важнейший источник информации о реально существующих социальных фактах, о социальной деятельности. Начинается он с формулировки программных вопросов, с «перевода» поставленных в программе исследования проблем в вопросы, исключающие различные толкования и доступные пониманию опрашиваемых.

Требования, предъявляемые к анкетному опросу

Проводимый опрос должен отвечать следующим требованиям:

длительность не должна превышать 30-40 мин, поскольку усталость респондента не позволит получить полноценных ответов;

интерес к предмету опроса должен не снижаться, а постепенно нарастать. Поэтому более сложные по содержанию (и пониманию) вопросы должны следовать за более простыми;

первый вопрос не должен быть ни дискуссионным, ни настораживающим, а лучше всего — нейтральным;

трудные вопросы целесообразно располагать в середине анкеты, чтобы «подвести» респондента к теме;

вопросы должны быть ясными, четкими, понятными опрашиваемым (всем без исключения). Например, вопрос анкеты: «Каков размер Вашего месячного заработка?» — неясен. О чем здесь идет речь? Только о заработке или о доходе? О заработке с учетом вычетов налогов или о начисляемой сумме заработной платы, содержащей сумму подоходного налога? Входят ли в заработок, о котором идет речь, премиальные?

вопросы должны отвечать требованиям логики: вначале речь должна идти об установлении того или иного факта (события), а потом уже о его оценке — это важнейшее требование социологического исследования. Например, первый вопрос: «Испытываете ли Вы какие-либо трудности на работе?». Ответы: «Да», «Нет». Второй вопрос: «Если да, то в чем эти трудности выражаются?». В ответе приводится ряд факторов, затрудняющих работу. Третий вопрос: «Ваши предложения по преодолению трудностей».

Если в анкете появляется новый раздел, то необходимо «подвести» опрашиваемого к новой теме. Обычно это делается с помощью обращения в определенной форме к респонденту, например: «А теперь мы просим Вас высказать свое мнение о ...».

В подобной же форме строится и обращение к респонденту с просьбой принять участие в проводимом исследовании. Это обращение предшествует постановке вопросов и является своего рода введением, оно должно быть кратким, понятным и четким.

Классификация вопросов анкеты

Вопросы анкеты различаются между собой по содержанию и форме.

Деление вопросов по содержанию обусловлено характером информации, которую представляет ответ на тот или иной вопрос. Информация о фактах и отношении к ним, о нормах и мотивах поведения, об интенсивности мнения, о поведении в настоящем и прошлом служит основанием деления их по содержанию.

Ответы на вопросы, дающие информацию, например, о факте, содержат объективные сведения об отвечающем на анкету (возраст, образование, профессия, доход и т.п.). Они могут также давать сведения о поведении опрашиваемого и каких-либо событиях в его жизни. Цель такого рода вопросов состоит в отсеивании тех лиц, которые не могут дать нужную информацию. Неточность в формулировке вопроса о поведении в прошлом приведет к неточности в информации.

По форме вопросы делятся на три основные группы:

открытые, закрытые и полузакрытые;

прямые и косвенные;

личные и безличные.

Первая группа вопросов.

Вопрос открытого типа предусматривает свободную форму ответа: «Скажите, пожалуйста, что могло бы содействовать повышению Вашего интереса к работе?»

Вопрос закрытого типа: «Что Вам нравится в Вашей работе? Просим отметить те из перечисленных ниже вариантов, которые совпадают с Вашим мнением: 1) разнообразная работа; 2) работа, требующая смекалки; 3) не вызывает физического переутомления; 4) хороший заработок».

Вопрос полузакрытого типа основан на добавлении к списку ответов фразы: «Другие (моменты, причины, мотивы и т. д.). Укажите, какие именно». Вопрос как бы расшифровывается, дает возможность не только выбрать один из тех ответов, которые приводятся в анкете, но и высказать что-то свое.

Вторая группа вопросов. Прямой вопрос — это вопрос как бы «в лоб», например: «Доставляет ли Вам работа моральное удовлетворение или Вы трудитесь ради денег?». Такие вопросы применяются лишь для получения информации о наличии или отсутствии факта. Когда речь идет о мнении или мотивах поведения, прямой вопрос следует заменить косвенным, например: «Если бы случилось так, что Вам снова пришлось выбирать профессию, то избрали бы Вы свою нынешнюю профессию?».

Третья группа вопросов — личные и безличные. Обычно в анкете чередуются открытые и закрытые, прямые и косвенные, личные и безличные вопросы.

Достоверность получаемой информации

Перед исследователем, который проводит социологический опрос, постоянно стоит проблема достоверности получаемой информации. Проверка и контроль достоверности данных опроса осуществляются несколькими способами. Один из них — контрольные вопросы.

В группе вопросов на одну и ту же тему нетрудно выбрать основные и контрольные. Роль основного может играть тот вопрос, который задается в более широком смысловом диапазоне, в прямой форме. Например, рабочему предлагается вопрос: «Отметьте на шкале то суждение, которое соответствует Вашему мнению: 1) работой вполне доволен; 2) скорее доволен, чем недоволен; 3) отношусь к работе безразлично; 4) скорее недоволен, чем доволен; 5) совершенно недоволен; 6) не могу сказать».

Для того чтобы проконтролировать ответ, следует задать такие контрольные вопросы: «Хотели бы Вы перейти на другую работу?» (да, нет, не знаю) или «Предположим, что по каким-то причинам Вы временно не работаете. Вернулись бы Вы на свое прежнее место работы?» (да, нет, не знаю).

Контрольные вопросы обычно располагаются в анкете на некотором расстоянии как от основного, так и друг от друга.

Разновидностью контроля может быть повторный опрос с соблюдением тех же условий — на весь объем выборки (панельный опрос) или на 5—10% лиц, уже опрошенных ранее.

Одно из самых надежных средств контроля достоверности данных анкетного опроса — сочетание нескольких методов: анкетирование и наблюдение, анкетирование и свободное интервью.

Как составляется анкета?

Первый шаг — подготовка ее проекта; второй—пробный опрос (опрос-разведка), который охватывает небольшое число лиц (20—30 человек), отобранных по основным характеристикам, определяемым темой, целями и задачами исследования. Проба необходима для проверки плана опроса, уточнения вопросов, их формулировки и расположения. После тщательного анализа результатов пробы и исправления ошибок в анкете можно приступать к массовому опросу.

Интервью

Достаточно распространенной формой социологических опросов является интервью (англ. interview), которое представляет собой своеобразную целенаправленную беседу «с глазу на глаз» с опрашиваемым. Вначале интервью применялось в основном в медицине в качестве клинической беседы с пациентом как средство получения достоверной информации о больном. Впоследствии, по мере развития эмпирических исследований, наряду с анкетированием оно стало одним из распространенных методов получения социологической информации об изучаемом объекте.

Интервью — целенаправленная, заранее запрограммированная беседа с респондентом. Характер общения, степень контакта, взаимопонимание интервьюера (лица, ведущего интервью) иопрашиваемого во многом определяют глубину и качество получаемой информации о том или ином социальном факте или явлении. При проведении интервью социолог исходя из ситуации и наблюдения за поведением собеседника может получить ту информацию, которая не стала бы его достоянием в случае осуществления анкетного опроса (анкетирования).

Виды интервью

Различают несколько видов интервью: «от полной свободной беседы с опрашиваемым до полностью формализованной процедуры опроса»1.

Свободное интервью, как правило, не имеет плана и заранее сформулированных вопросов. Его проводят в основном не специально выделенные лица (интервьюеры), а социологи, которые сами определяют тему беседы, формулируют вопросы, их последовательность, уточняют тему и т.д. Чаще всего свободное интервью применяется при опросах экспертов в начальной (разведывательной) стадии социологического исследования.

Глубинное интервью преследует цель получить информацию, свидетельствующую не только о наличии того или иного социального факта, явления, но и объясняющую причины появления данных фактов, явлении. Как правило, применяется для выяснения общественного мнения по тому или иному кругу вопросов.

Цель фокусированного {направленного) интервью — изучение общественного мнения относительно конкретного факта, ситуации. Опрашиваемые в этих случаях знакомы с объектом, интересующим социолога, и высказывают свое отношение к нему и мнение о нем, давая ему оценку.

При проведении интервью вопросы, с которыми интервьюер обращается к своим респондентам, могут иметь открытый или закрытый характер.

Интервью с открытыми вопросами проводится по заранее разработанному плану, представляющему собой целый набор открытых вопросов, расположенных в определенной последовательности. Задавая эти вопросы респонденту, исследователь выслушивает ответы на них, фиксируя их полное содержание с помощью магнитной записи или стенографии.

При интервью с закрытыми вопросами, которое обычно называют стандартизованным, исследователь обращается к респондентам с вопросником, являющимся по сути дела анкетой, в которой содержатся в основном вопросы закрытого типа. Респондент должен выразить свое согласие или, наоборот, отрицательное отношение к одному из поставленных вопросов. Интервьюер при проведении этого рода интервью выступает в роли простого исполнителя-информатора, он лишен возможности изменять содержание вопросов, их последовательность или задавать какие-либо дополнительные вопросы. Стандартизованное интервью — наиболее распространенный вид и чаще проводится при переписи населения.

Факторы, влияющие на проведение интервью

Как видим, классифицирующим признаком всех видов интервью является прежде всего степень их формализованности.

На проведение интервью существенное влияние оказывают место и время, стратегия и тактика его проведения, состав участников.

Опрос на рабочем месте для многих категорий респондентов чрезвычайно неудобен, так как отвлекает от дел, создает излишнюю напряженность во время интервью. На рабочем месте человек торопится, не в состоянии обдумывать ответы даже на относительно простые вопросы. Его могут отвлекать сослуживцы, их присутствие может помешать полному, откровенному ответу на тот или иной вопрос. Л следствие этого рабочее место не всегда подходит для проведения опроса.

Достоинство опроса по месту жительства респондента состоит в том, что человек в домашних условиях держится непринужденнее, отвечает с большей охотой, даже если вопросник длинный. При опросе на дому больше возможностей для того, чтобы человек подумал над вопросом и ответил более полно и точно.

Однако при опросе по месту жительства резко увеличивается время, затрачиваемое на каждое интервью, так как возрастает подготовительно-заключительный этап (знакомство, введение в курс дела и т.д.), а также увеличиваются затраты времени на дорогу от одного места интервьюирования к другому. Кроме того, при опросе на дому на ответы респондента могут влиять третьи лица — члены семьи, а это отрицательно сказывается на объективности полученной информации.

Специальное место опроса, куда респондент вызывается заранее или непосредственно перед началом интервьюирования, наиболее удобно для проведения беседы, так как оно лишено перечисленных выше недостатков. Это может быть комната отдыха, класс технической учебы и т.д. Основное преимущество опроса в неслужебном помещении — сокращение сроков интервьюирования, что положительно сказывается на качестве получаемых материалов. Кроме того, исключается влияние третьих лиц, появляется возможность создания неофициальной обстановки при проведении опроса.

Однако окончательное решение необходимо принимать, руководствуясь конкретными условиями, возникающими в каждом отдельном случае.

Большое влияние на достоверность и полноту информации, получаемой с помощью опросов, оказывает фактор времени. Его действие проявляется прежде в том, сколько времени может выделить респондент для беседы, в выборе удобного для него времени. Если интервьюер добивается беседы, например, с респондентом, только что вернувшимся из ночной смены, с дежурства или из длительной командировки, то возможности получения объективной и полной информации сокращаются.

Большое значение имеет информирование респондента о целях и значимости опроса. Активность респондента, его готовность серьезно и вдумчиво отвечать на вопросы заметно возрастают, если он видит, что интервьюер не торопится, с интересом его слушает, помнит его ответы на предыдущие вопросы и т.д.)

Важное значение имеет умение интервьюера плавно переходить от одной темы к другой.

Качество интервью заметно снижается, если во время беседы респондент занимается домашними делами, убирает рабочее место, служебное помещение или решает какие-либо профессиональные вопросы. Если в ответ на вашу просьбу об интервью респондент высказал намерение уйти, то не следует принуждать его к беседе, лучше договориться о новой встрече.

Следовательно, для проведения опроса необходимо выбирать время, наиболее удобное для респондента.

Влияние интервьюера на ответы респондента может сказаться в самых различных направлениях. С первого мгновения интервьюер невольно как бы подгоняет опрашиваемого под некий свой эталон. Это мешает ему объективно воспринимать респондента.

Задача интервьюера состоит в том, чтобы постараться максимально непредвзято и объективно зарегистрировать ответы респондента, ставить вопросы тактично, ровно, ненавязчиво, в затруднительные моменты проявляя находчивость, быстроту реакции и умение вести разговор в нужном направлении.

Интервьюер во время опроса должен стремиться создать благоприятную атмосферу. Ни одеждой, ни манерой разговора не следует подлаживаться под опрашиваемого: надо держаться спокойно и естественно.

На ход беседы также влияют возраст и пол ее участников. Интервьюер примерно того же возраста, что и опрашиваемый, но противоположного пола, как правило, добивается лучшего результата. Женщинам-интервьюерам удается получать более искренние ответы, чем мужчинам. Влияние различия полов в наибольшей степени сказывается на вопросах, затрагивающих принятые в обществе нормы, ценности и т. д. Если респондент и интервьюер разного пола, в ответах респондента намечается тенденция приукрашивать собственное положение, уровень развития и т. д. Поэтому в работе с анкетой, где много вопросов, имеющих целью выяснить ценностные ориентации опрашиваемого, целесообразно, чтобы интервьюер и респондент были одного пола и примерно одного возраста.

Ответы респондента на открытые вопросы будут более откровенными, пространными, если интервьюер улыбается собеседнику, поддерживает его рассуждения одобрительными кивками, восклицаниями и т.д. Положительные результаты дает опрос, который проводит интервьюер, хорошо знакомый респондентам, пользующийся у них уважением и доверием. Вместе» V с тем недопустимо, чтобы интервьюер находился в прямых служебных отношениях с респондентом.

Существенное влияние на качество ответов может оказать присутствие третьих лиц. Особенно это влияние возрастает при невысоком уровне образования респондента. Эти лица нередко включаются в беседу, высказывают свое мнение, поправляют респондента, уличают его в том, что он говорит неправду, дает неправильные оценки фактам и т.д. Иногда они создают ироническую атмосферу во время беседы, побуждают респондента к несерьезным ответам. Нередко сами респонденты обращаются к присутствующим за помощью, например, если нужно что-либо вспомнить.

Негативное влияние «третьих лиц» во время опроса очевидно, и их присутствие надо исключить. При необходимости интервьюер должен предпринять усилия, чтобы обеспечить беседу с глазу на глаз.

Правила ведения беседы

При установлении первого контакта необходимо создать благоприятную атмосферу для предстоящего разговора. Интервьюер представляется респонденту и разъясняет задачи и цель социологического исследования. Во время первой беседы интервьюер подчеркивает, что соблюдение анонимности гарантируется, это снимет внутреннюю неуверенность респондента. Для того чтобы внести в контакт с респондентом что-то личностное, интервьюеру рекомендуется начать беседу с разговора на какие-либо отвлеченные темы: о погоде, семье, детях, спорте. Как правило, в заключение своего вступительного обращения интервьюер указывает, сколько времени займет беседа.

Приступая к опросу в соответствии с планом интервью, важно подчеркнуть, что задаваемые вопросы интересны. Сомнения интервьюера в компетентности респондента и другие настораживающие вопросы при закреплении контакта недопустимы.

При проведении опроса интервьюер должен соблюдать следующие правила:

не допускать своей интерпретации формулировки вопросов. Изменение формулировок разрешается лишь в исключительных случаях, и о первом же подобном факте следует ставить в известность научных руководителей опроса;

не допускать своего толкования ответа на вопрос;

задавать вопросы строго в той же последовательности, которая предусмотрена анкетой;

исключить сознательный пропуск каких-либо вопросов, зафиксированных в анкете, кроме специально оговоренных.

Если опрашиваемый не понял вопроса, то интервьюеру рекомендуется еще раз медленно повторить его и дать возможность подумать респонденту.

Те вопросы, цель которых — выявление мнения респондента о каких-либо фактах, более всего требуют точности формулировок, и интервьюеру надо придерживаться только той формулировки, которая дана в анкете. При постановке вопросов о фактах интервьюер может уточнять, разъяснять вопрос, чтобы добиться правильного понимания.

Приведем наиболее распространенные средства, которые используются большинством интервьюеров для стимулирования ответов респондентов, получения наиболее полной и точной информации.

Выражение согласия — внимательный взгляд, кивок, улыбка, поддакивание.

Использование коротких пауз.

Повторение основного вопроса.

Частичное несогласие, например: «Вы говорите, что... Однако некоторые люди полагают, что... ».

Просьба пояснить, например: «Мне не совсем ясно, как... Не могли бы Вы объяснить, что имеете в виду...», «Итак, Вы только что сказали, что... Уточните, пожалуйста...».

Уточнение с помощью неправильного повторения ответа, например:

Указания на противоречия в ответах.

Повторение последних слов респондента (метод «эхо»).

Нейтральное требование добавочной информации, например: «Это интересно, я хотел бы знать больше о проведении Вами свободного времени. Не могли бы Вы рассказать об этом немного подробнее?».

Требование определенной добавочной информации, например: «Почему Вы думаете именно так? Как вы пришли к этому выводу? Когда?».

После всякого выраженного сомнения или несогласия и получения на них разъяснения интервьюер должен выразить свое понимание, согласие, одобрение: «Да, да, вы правы. Сейчас мне ясно. Это очень интересно» и т.д.

Если интервьюер получил ответ типа «Не знаю», то обязательно должен понять, что скрывается за ним: а) действительное ли незнание; б) непонимание смысла вопроса; в) неумение выразить свое мнение; г) боязнь выразить его вслух; д) боязнь дать «неправильный» ответ, т.е. не то, что могли сказать другие. В зависимости от этого интервьюер должен выбрать линию поведения. Например, если есть подозрение в некомпетентности респондента, рекомендуется детализировать вопрос; если не понял содержания, — повторить; если респондент боится высказать мнение, поставить вопрос в косвенной, безличной форме.

Записывать ответы надо сразу, по ходу интервью. Регистрировать ответ может сам респондент, но интервьюер обязан контролировать эти записи. При регистрации «открытых» вопросов важно, чтобы респондент наиболее полно записывал ответ. Если ответы записывает сам интервьюер, то он должен это делать полно и дословно, не допускать никаких обобщений, улучшения речевого стиля респондента и пр. Записывать ответы надо быстро, чтобы не замедлять скорость интервьюирования.

В заключение беседы интервьюер может вернуться к вопросам, на которые получены неполные ответы. Закончив беседу, интервьюер спрашивает о согласии респондента принять участие в последующих социологических исследованиях: они могут проводиться в форме почтовой анкеты или телефонного опроса (по проблемам, требующим оперативного решения). Затем интервьюер интересуется, сколько, по мнению респондента, продолжалась беседа. Уход из ситуации «домашнего интервью» должен быть вежливым по отношению ко всем членам семьи респондента.

Наблюдение. Эксперимент

Один из методов социологического исследования — наблюдение, под которым понимается сбор первичной специальной информации путем прямой и посредственной регистрации исследователем событий и условий, в которых они имеют место.

Наблюдение в социологии — простейший метод сбора первичной информации, лежащий в основе других методов. Он заимствован из естественных наук, куда пришел из жизни. Однако наблюдение в обыденной жизни и научное наблюдение — не одно и то же. Научное наблюдение отличается планомерностью, систематичностью, последующей проверкой результата. В социологической литературе можно встретить различные виды наблюдений: формализованные и неформализованные, включенные (когда исследователь является участником событий (например, журналист, социолог меняет профессию, становясь грузчиком, водителем такси, токарем и т. д.) и не включенные, когда наблюдение осуществляется при невмешательстве исследователя в изучаемые события. Есть полевые наблюдения, проводимые в естественной среде, в естественных условиях, и лабораторные, чаще всего используемые в психологических и социально-психологических экспериментах.

Наблюдения бывают систематические, проводимые по заранее жестко разработанному плану изучения объекта в течение определенного времени, и несистематические (кратковременные), когда они проводятся на стадии «разведки» как первичная основа для формулирования гипотез исследования или для контроля данных, полученных другими способами (из документов, с помощью опросов и т. д.).

Каждый вид (тип) наблюдения имеет свои положительные и отрицательные стороны. Положительная сторона включенного наблюдения — возможность узнать все тонкости событий, их подоплеку, движущие мотивы главных действующих лиц. Негативные его стороны — опасность потерять объективность оценки изучаемого явления, так как исследователь нередко отождествляет себя с наблюдаемыми. В этой связи возникает сложность с подбором исполнителя. Целый ряд сфер жизни почти или полностью невозможен для наблюдения.

Не включенное наблюдение значительно проще, но оно дает более поверхностную информацию об изучаемом явлении. При таком наблюдении затруднен учет мотивов действий людей, сравнительно пассивна роль наблюдателя.

Наблюдение открытое и скрытое — это виды включенного наблюдения. В первом случае объект знает, что за ним наблюдают, и, естественно, вносит соответствующие коррективы в свое поведение, т.е. исследователь оказывает возмущающее воздействие на объект. При этом теряется чистота эксперимента, опыта, исследования. При скрытом наблюдении данный недостаток устраняется, но возникает вопрос об этической стороне сбора первичной информации.

При всей привлекательности наблюдения как метода сбора социальной информации (простоте и сравнительно небольших финансовых затратах) у него есть немало слабых мест. Прежде всего, это трудности с гарантированием репрезентативности (достоверности) данных. Наблюдатель фиксирует относительно локальные события, факты. Практически трудно охватить большое количество явлений. Отсюда возникает вероятность ошибок в интерпретации событий, поступков людей с точки зрения мотивов действующих лиц.

Вероятность ошибок возможна еще и потому, что социолог не только наблюдает, у него всегда есть своя система (мера) отсчета. Опираясь на эту систему, социолог по-своему толкует, интерпретирует те или иные факты, события. Но при всей субъективности восприятия основное содержание материалов отражает также и объективную ситуацию. Практика не только подтверждает принципиальную способность наблюдения давать объективную информацию, но и служит решающим средством выявления и преодоления субъективности в результатах наблюдения. С целью получения объективной информации об изучаемом явлении, социальном факте используются способы контроля: наблюдение за наблюдением;, контроль другими методами; обращение к повторному наблюдению; исключение из записей оценочных терминов и т.п.

Наблюдение считается достоверным, если при повторении его в тех же условиях и с тем же объектом дает те же результаты.

Эксперимент — это общенаучный метод получения в контролируемых и управляемых условиях нового знания. В социологию он пришел из области естественных наук. Различают натурный (лабораторный, полевой) и мысленный (модельный) эксперименты. Каждый из них имеет свои положительные и отрицательные стороны.

Проведение натурных экспериментов в социологии, общественной жизни — дело далеко не простое и ограничено природой социальных объектов исследования, состоящих из людей и требующих от исследователя строгого соблюдения моральных и юридических принципов и норм, суть которых сводится к одному: не навредить объекту исследования. Поэтому большинство натурных социологических экспериментов проводится на малых группах и имеет много общего с социально-психологическими экспериментами. Широкую известность в свое время получили эксперименты ученых под руководством Э.В. Ильенкова в Загорском интернате слепоглухонемых детей. Результаты, полученные ими, еще долго будут поражать всех, кто знает об этих экспериментах.

Мысленные социологические эксперименты распространены довольно широко. Практически они имеются в каждом социологическом исследовании, где есть методы статистического анализа. Мысленные эксперименты являются основными при моделировании социальных процессов на ЭВМ. В этом случае эксперимент характеризуется двумя группами элементов: формализованными и неформализованными параметрами. Формализованные параметры представлены системой языка машины, а неформализованные параметры — это концепции, сценарии, ценностные ориентации человека. Они взаимодействуют с формальной стороной в диалоговом режиме.

Мысленные (модельные) эксперименты позволяют более точно определить стратегию натурного социального эксперимента, но полностью его заменить никогда не смогут. По этому поводу уместно вспомнить слова гения русской науки М. В. Ломоносова: «Один опыт я ставлю выше, чем тысячу мнений, рожденных только воображением».

Для выявления эффективности эксперимента целесообразны его многократные проведения, в ходе которых отрабатывается чистота эксперимента и проверяются основные варианты решения одной социальной проблемы. Добиться чистоты эксперимента — задача очень сложная, так как его результат часто искажается воздействием более сильной системы.

Анализ документов

В социологических исследованиях часто применяется анализ документов, имеющихся в каждом обществе, вступившем на путь цивилизованного развития.

Как правило, под документом в социологии подразумевают те или иные источники, содержащие информацию о социальных фактах и явлениях общественной жизни, о тех или иных социальных субъектах, функционирующих и развивающихся в обществе.

Анализ документов открывает социологу возможность увидеть в отраженном виде многие стороны социальной действительности. Документы обычно содержат богатую и емкую информацию об этой действительности. Поэтому не следует планировать, а тем более выходить на полевые исследования, не получив предварительно официальные статистические данные, не только центральные, но и местные, не изучив прошлые и настоящие исследования по данной теме (если они имеются), материалы книг и журналов, отчеты различных ведомств и т.д. Например, социологическое исследование, посвященное изучению свободного времени жителей того или иного города, может быть начато с получения статистических данных об использовании библиотек, посещении театров, концертов и т.д.

Классификация документов

Однако чтобы использовать возможности, предоставляемые документами, следует в свою очередь получить системное представление о всем их многообразии. Ориентироваться во всем многообразии документов в наибольшей степени помогает классификация, основанием которой служит фиксация в том или ином документе содержащейся в нем информации. От формы, в которой зафиксирована информация, зависит то, для каких целей может быть использован этот вид документа и каким методом он наиболее успешно может быть проанализирован. По форме фиксации информация делится на:

письменные документы (текстовая форма изложения);

статистические данные (цифровая форма изложения);

иконографическая документация (кино-, фотодокументация);

фонетические документы.

Традиционный анализ

Существуют самые разнообразные методы анализа документов, однако наиболее распространенными, прочно утвердившимися в практике социологических исследований являются традиционный (классический) и формализованный (количественный).

Под традиционным, классическим анализом «понимается все многообразие умственных операций, направленных на интеграцию сведений, содержащихся в документе с определенной точки зрения, принятой исследователем в каждом конкретном случае... Фактически же это не что иное, как интерпретация содержания документа, его толкование». Традиционный анализ документов дает возможность социологу проникнуть вглубь изучаемых явлений, выявить логические связи и противоречия между ними, оценить эти явления и факты с определенных нравственных, политических, эстетических и иных позиций. Такой анализ направлен на полное, всеобъемлющее выявление их содержания. Однако слабостью традиционного анализа документов является субъективизм; как бы ни был добросовестен социолог-исследователь, как бы ни старался он предельно беспристрастно, предельно объективно рассмотреть, оценить информацию, содержащуюся в документе, его интерпретация всегда в большей или меньшей степени будет субъективной, «его» интерпретацией.

Контент - анализ

Стремление преодолеть субъективность традиционного анализа породило разработку принципиально иного, формализованного (количественного) метода анализа документов, или контент-анализа, как иногда называют этот метод.

Контент-анализ, или научный анализ содержания текста (документа), — это метод исследования, применяемый в самых различных дисциплинах, областях гуманитарного знания: в социальной и общей психологии, социологии и криминологии, исторической науке и литературоведении и др. Развитие контент-анализа преимущественно связано с социологическими исследованиями, он применяется всюду, где решаются те или иные исследовательские задачи, связанные с углубленным пониманием содержания текста, способов его подготовки и ретрансляции, обращения в обществе, восприятия читательской, слушательской, зрительской аудиторией. Там, где есть текст, документы, их совокупность, там возможно контент-аналитическое исследование.

При своем рождении контент-анализ был использован для изучения текстовых газетных материалов. И сейчас наибольшее применение он находит при изучении средств массовой информации: прессы, телевидения, радио. Но он используется и при анализе документов: любого вида отчетности, протоколов собраний, конференций, межправительственных договоров, соглашений и т.п. Этот метод часто используется различными спецслужбами: до 80% самой секретной информации добывается с его помощью и поныне.

В социологическом исследовании газетные тексты, соглашения, протоколы, договоры и т.д. выступают в качестве объекта анализа. На основании изменений в текстах газет, журналов, передач телевидения и радио, в текстах договоров, коммюнике и т.п. можно судить о тех или иных тенденциях, политических и идеологических установках, раскладе политических сил, функционировании интересующих социальных институтов, общественных организаций и партий, имеющих непосредственное отношение к объекту анализа.

Социолог-аналитик исходит из того, что те или иные персонажи (автор, режиссер, редактор, критик) оказывают воздействие на подготовку и восприятие текста (что-то усиливая, что-то затушевывая, лакируя, убирая вообще) в своих личных, групповых или партийных интересах. Это объясняется тем, что их деятельность включена в систему соответствующих институтов и организаций. Задача же социолога, исследователя — по содержанию и структуре объекта анализа (текста, документа и т.п.) определить характер взаимоотношений в тех системах, где родился текст, документ. «Состыковав», проанализировав ряд опосредовании, можно изучить объективные закономерности функционирования и развития интересующего социального института. Как великий ученый-палеонтолог Кювье по одной кости умершего миллионы лет назад животного восстанавливал его облик, так и социолог по отдельному или отдельным фрагментам должен восстановить эмпирическое бытие идеологического или политического процесса, подчиненного сложным социальным закономерностям.

Прагматические модели контент-анализа глубже рассматривают исследуемые тексты. Они отходят от чисто описательной постановки вопроса и сосредоточивают внимание на тех признаках текста, которые прямо или косвенно свидетельствуют о позициях или намерениях автора. С точки зрения технического исполнения такой подход более сложен, так как исследуемые признаки выражаются в тексте чаще всего неявным образом. Следует различать методологические принципы и технические приемы исследования.

Методологические принципы определяют содержательную интерпретацию исследуемых явлений. А технические приемы выполняют такую же роль, как VI другие методы социологического исследования, например статистическое наблюдение или опрос. Технические приемы — это средства сбора социологической информации. А информация может быть по-разному интерпретирована в зависимости от позиции исследователя, сущности его теоретической концепции. Специфика использования контент-анализа проявляется не в приемах счета единиц наблюдения, а в содержательном толковании самого объекта исследования.

Контент-анализу подвергается содержание текста. Возникает вопрос, что мы понимаем под содержанием? Даже если речь идет об одном и том же факте, но рассказывают об этом специалисты разных сфер (например, историк и литератор), то и содержание текстов будет существенно различаться. Логическое и историческое не всегда в равной степени овладевают сердцем автора. Ясно, что содержание текста тесно связано со способом отражения объективной реальности. Способ отражения детерминирован формами общественного сознания, они наложили на него свой отпечаток. Без учета специфики данного явления не могут быть сформулированы задачи изучения содержания текста.

Текст и его содержание представляют для исследования реальность первого порядка. Задача социолога состоит в том, чтобы выяснить связь текста с фактами, событиями, отношениями, о которых идет речь в тексте, по кроме этого ему важно установить те позиции, интересы, установки, которые определяют принципы отбора материала для данного текста: что подано ярко, броско, на чем сделан акцент и, наоборот, что заретушировано, а что и вовсе осталась за кадром.

Эти проблемы относятся в большей степени к методологической стороне контент-анализа. Но есть еще и его методическая, техническая стороны. К ним, например, можно отнести такие вопросы, как формулировка задач, выделение категорий и единиц содержания, сведение грамматических структур к единообразным формам, обеспечение надежности, сопоставимости полученных данных. Следовательно, сущность контент-анализа заключается в подсчете того, как отражены в некотором информационном массиве (тексте, микрофонном материале и т.п.) интересующие исследователя смысловые единицы. Наиболее сложный и ответственный для исследователя момент — наметить эти смысловые единицы. Это могут быть социальная принадлежность упоминаемых в тексте персонажей, определенные эпитеты, характеристики, качества личности, порядок перечисления государственных, политических деятелей, позитивная или негативная позиция автора по отношению к тому или иному вопросу. Могут выделяться различные виды субъекта (объекта) действия: группа, личность, ролевая функция, орган общественной организации, партия, толпа и т.д.

Как мы отмечали, одно и то же смысловое содержание может быть выражено с помощью разных языковых средств. Значит, исследователь должен сформулировать их конкретные эмпирические показатели.

Следующий технический вопрос: как считать"! Что положить в основу счета? Частоту упоминаний единицы счета? Да, чаще всего делают именно так. Но, кроме того, считают и число строк или минут эфирного времени, отданных данной смысловой единице, площадь газетной полосы. Но и это еще далеко не все. Специалисту-аналитику о многом расскажут еще и такие «мелочи», как шрифт публикации, место на газетной полосе или в теле-, радионовостях, тональность, в которой подается материал, и т.д. Чем тщательнее была проведена подготовка к контент-анализу, сформулирована система четких правил, подготовлена математическая программа анализа текстовой информации, тем глубже, объективнее будет исследование.

Вместе с тем контент-анализу документов в определенной мере присуща своеобразная ограниченность, которая заключается в том, что далеко не все богатство содержания документа может быть измерено с помощью количественных (формальных) показателей.

Обширная практика использования контент-анализа в социологических исследованиях дает возможность определить условия, при которых его применение становится крайне необходимым:

при требовании высокой степени точности и объективности анализа;

при наличии обширного по объему несистематизированного материала;

при работе с ответами на открытые вопросы анкет и глубоких интервью, если категории, важные для целей исследования, характеризуются определенной частотой появления в изучаемых документах;

когда большое значение для исследуемой проблемы имеет сам язык изучаемого источника информации, его специфические характеристики.

В связи с развитием вычислительной техники и средств научного познания контент-анализ — один из важнейших и перспективных методов.