

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова  
Кафедра социологии

**В. В. Загребин**

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ  
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Учебно-методическое пособие

Ярославль  
ЯрГУ  
2021

УДК 303.4(075.8)

ББК С5в6я73

З-14

*Рекомендовано*

*Редакционно-издательским советом университета  
в качестве учебного издания. План 2021 года*

Рецензент

кафедра социологии ЯрГУ

**Загребин, Владимир Владимирович.**

З-14

Организация и проведение социологического исследования : учебно-методическое пособие / В. В. Загребин ; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль : ЯрГУ, 2021. — 36 с.

В пособии описан полный цикл организации социологического исследования. Рассматриваются основные этапы, необходимые для проектирования, проведения социологического исследования, представления результатов исследования в русле количественной методологии.

Предназначено для студентов, изучающих дисциплину «Организация и проведение социологического исследования».

УДК 303.4(075.8)

ББК С5в6я73

© ЯрГУ, 2021

## Введение

Социология, изучая социальную жизнь, накапливает знания об обществе, которые могут быть направлены на реформирование самого общества, согласно крылатому выражению «знание — сила». Другими словами, кто понимает явления и процессы, протекающие в обществе, тот способен повлиять на них. Однако одних теоретических знаний зачастую недостаточно исследователю для понимания социальной реальности. Знания необходимо конвертировать в профессиональные навыки. Но навыки формируются, как известно, с помощью практики. Поэтому в основе учебно-методического пособия лежит проектный подход, позволяющий обучающимся поэтапно осваивать важные исследовательские компетенции, необходимые для профессиональной деятельности социолога. Кроме того, сами студенты, по мнению автора, имеют высокую заинтересованность применить знания, полученные на лекционных занятиях, и провести собственное исследование уже на 1 курсе бакалавриата.

Представленное пособие предназначено для обеспечения дисциплины «Организация и проведение социологического исследования» и адресовано студентам, обучающимся по направлению 39.03.01 «Социология» уровня «бакалавриат». Логика изложения материала обусловлена общими требованиями, предъявляемыми к проведению социологического исследования, а также личным опытом автора в преподавании социологических дисциплин в ЯрГУ им. П. Г. Демидова и проведении эмпирических исследований.

**Цель пособия** — помочь студентам-социологам овладеть базовыми навыками организации и проведения социологического анкетирования. Особое внимание уделяется трудностям, с которыми наиболее часто сталкиваются обучающиеся при организации и проведении собственных исследований. Кроме того, представленный материал может быть полезен студентам для проведения авторских теоретико-прикладных исследований, необходимых для подготовки курсовой или выпускной квалификационной работы.

Структура учебно-методического пособия, состоящего из семи базовых тем курса, соответствует основным этапам проектирования и проведения социологического анкетирования полного цикла: от зарождения идеи до презентации результатов исследования в русле количественной методологии. Каждая тема содержит формулировку задачи, которая должна быть

решена в результате освоения темы, краткое содержание темы, контрольные вопросы, практические задания к семинарским занятиям.

Методика, описываемая в пособии, предполагает проведение ряда практических занятий, поэтому предлагается использовать данное пособие в учебном процессе в комплексе с лекционным материалом, а также другой учебно-методической литературой по эмпирической социологии. Предложенные задания также можно использовать для проведения текущего контроля знаний студентов, поскольку они позволяют проверить сформированность у обучающихся ряда общепрофессиональных компетенций.

Для освоения тем курса полезно использовать работу с ключевыми терминами, которые составляют «когнитивный каркас» рассматриваемой проблемы. Она применяется по окончании каждого из тематических разделов курса и предполагает составление когнитивной карты темы. При этом рассмотренные понятия образуют узлы когнитивной карты, между которыми обозначаются связи. Упражнения выполняются в группах по 4–5 человек. Затем каждая группа делает презентацию своей когнитивной карты, рассматривая взаимосвязи между понятиями. Проводится обсуждение.

Пособие завершается списком рекомендованной литературы для более глубокого изучения методологии, технологии и методов социологического исследования.

# 1. Логика социологического исследования

*Задача* — определить место опроса как метода исследования в системе социологической науки, сформулировать основные требования к социологическому исследованию.

## *Краткое содержание темы*

В мышлении обывателя деятельность социолога ассоциируется непосредственно с организацией и проведением многочисленных опросов, прежде всего речь идёт об анкетном опросе. И не напрасно. Конечно, в арсенале социолога имеется множество неопросных методов, таких как анализ документов, в том числе визуальных, наблюдение, эксперимент, а также набирающие популярность в последнее время среди исследователей информационного общества методы анализа больших данных (Big Data) [12, с. 86–95]. Однако анкетный опрос остаётся наиболее распространённым методом сбора социологической информации. Согласно подсчётам Г. Е. Зборовского и Е. А. Шуклиной [5, с. 241], до 70 % всех отечественных и зарубежных эмпирических социологических и маркетинговых исследований базируется именно на опросах. Следовательно, одной из основных профессиональных компетенций социолога является проектирование анкетного опроса полного цикла. Рассмотрим общие методологические положения.

Социология изучает социальную жизнь как особую реальность. Но что это такое? Социальная жизнь — это, во-первых, отношения между устойчивыми общностями людей; во-вторых, это такие отношения между индивидами, в которых эти индивиды представляют устойчивые общности людей. Словом, это жизнь людей и то, что они о ней думают и верят в это независимо от того, правы они или заблуждаются. Социологи, следуя теореме Томаса: «Если люди определяют некоторые ситуации как реальные, эти ситуации реальны в своих последствиях» [15, с. 571–572], — исследуют социальную жизнь через опросы индивидов, представителей различных социальных групп и общностей, по различным вопросам. Именно мнение индивидов может повлиять на ход событий и привести к реальным событиям, например биржевой панике, митингам, победе или проигрышу оппозиционной партии на думских выборах и т. п. Важно помнить, что задача любого социолога заключается не в простом описании мнений людей, но в представлении максимально объективной картины социальной реальности. Для того чтобы получить объективное социологическое знание, необходимо проводить опросы по методологическим правилам.

Организация любого социологического исследования должна отвечать следующим требованиям: эксплицитность, системность, воспроизводимость, наличие гипотезы [7, с. 5–7].

*Правило эксплицитности* заключается в том, что объяснения и положения, используемые исследователем для описания социальной реальности, должны быть чёткими, аргументированными, следовать исследовательской логике и сформулированы в явном виде. Любая информация, используемая в социологическом исследовании, должна быть обоснована и объективно проверена. Социолог ничто не должен принимать на веру.

Под *системностью* подразумевается, что каждый выявленный в ходе исследования факт должен быть описан как элемент целого во взаимосвязи с другими фактами. При этом объяснение не должно противоречить предыдущими научными исследованиями. Если всё-таки были получены противоречивые результаты, то необходима дополнительная эмпирическая проверка.

*Правило воспроизводимости* состоит в том, что результаты исследований могут быть получены и другими исследователями при условии, что использовались те же методы в подобных условиях. Социолог, перед тем как описывать результаты исследования, должен «освободить своё сознание» от культурных ценностей, т. е. стремиться к объективности выводов.

*Требование наличия гипотез.* Цель всякого научного исследования является верификация гипотезы. *Гипотеза* — это научно обоснованное предположение относительно взаимосвязей между конкретными явлениями. Гипотеза, как главный методологический инструмент, выстраивает внутреннюю логику организации всего исследования. Гипотезы в научных исследованиях подобны маякам, функция которых вести исследователя к поставленной цели через анализ данных. Проще говоря, не дать ему «заблудиться» в массе информации.

Таким образом, *социологическое исследование* — процесс выдвижения гипотез и их верификация через анализ собранных данных по методологическим правилам.

Организация и проведение социологического анкетирования предполагает следующие этапы.

1. Постановка исследовательской проблемы, концептуализация объекта и формулировка цели социологического исследования.
2. Социологическая операционализация основных понятий.
3. Построение социологического инструментария.
4. Проектирование выборочной совокупности.

5. Проведение полевого этапа исследования, первичная обработка и анализ полученных данных.

6. Подготовка итогового отчёта и представление основных результатов исследования на научно-практической конференции.

Далее речь пойдёт о каждом этапе более подробно.

**Ключевые термины:** социальная реальность, эксплицитность, системность, воспроизводимость, гипотезы, социологическое исследование, этапы социологического исследования.

### **Вопросы для самопроверки**

1. Что такое «социальная жизнь»?

2. Назовите методы исследования социальной жизни. Какие методы наиболее популярны в современной социологии? Почему?

3. Сформулируйте определение социологического исследования.

4. Назовите основные методологические правила проведения социологического исследования.

### **Практическое задание**

#### *Круглый стол «Актуальные проблемы российского общества»*

Цель практического занятия — представить обзор актуальных проблем российского общества, которые чаще всего становятся предметом социологических исследований.

В ходе занятия каждый из участников, включая преподавателя, получает возможность назвать и кратко обсудить одну из проблем социологии, которую он считает актуальной и требующей изучения в ходе социологического исследования. При этом выступающий должен привести обоснования в пользу необходимости исследований, а также сформулировать несколько конкретных вопросов, которые должны быть изучены. Участники обсуждения могут задать вопросы, поддержать выступающего в обосновании актуальности или поставить её под сомнение. В конце занятия преподаватель подводит итоги обсуждения. Ожидается, что по результатам обсуждения студенты задумаются о теме исследования, которую будут разрабатывать в ходе освоения дисциплины.

Для подготовки к занятию студенты читают обзор ведущих социологических журналов — <https://www.fnisc.ru/jours.html> (Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН).

## 2. Постановка проблемы и формулировка цели социологического исследования

*Задача* — раскрыть суть исследовательской проблемы, определить основные требования к постановке проблемы, сформулировать определение объекта, предмета и цели исследования, изложить требования к гипотезе.

### *Краткое содержание темы*

Любое социологическое исследование начинается с постановки проблемы, которая задаёт концептуальные рамки всего исследования. Не стоит отождествлять тему исследования с его проблемой. Тема, как правило, указывает лишь на предмет исследования, не раскрывая специфику самой проблемы. Причём проблема, интересующая социолога, не всегда является таковой для других людей. В массовом сознании часто социальная проблема воспринимается как социальное напряжение или неблагоприятное обстоятельство, сложившее в обществе. В таком случае от социолога ждут конкретных рекомендаций для решения данной проблемы. Однако социальная проблема — это отсутствие понимания, как действует социальная система в целом [2, с. 41–42].

Можно выделить два типа социальных проблем [3, с. 551]. *Проблема-описание* — отсутствие информации о каких-либо социальных группах, общностях, институтах, процессах, феноменах и пр. В таком случае результаты исследования будут носить в основном описательный характер. Аналитическое социологическое исследование начинается с *проблемы-головоломки*, это не просто отсутствие информации, но «белое пятно» или некоторое противоречие в нашем понимании функционирования социальной системы или её элементов, поиск причинно-следственных связей.

Как правило, социолог формулирует исследовательскую проблему, исходя из личного жизненного опыта, общения с людьми, простого любопытства, анализа средств массовой информации, научных публикаций и других факторов, подталкивающих его к осознанию актуальности социальной проблемы. В другом случае социальную проблему формулирует заказчик исследования.

Успех социологического исследования во многом определяется правильной постановкой проблемы, которая должна быть актуальна, иметь научную и прикладную значимость. При постановке исследовательской проблемы необходимо раскрыть а) характер и суть проблемы, б) общий контекст, в рамках которого лежит проблема, в) хронологические рамки исследования. Обычно исследователь опирается на дедуктивную логику,

начинает с некоторой общей постановки вопроса и в дальнейшем уточняет его в серии более разветвленных формулировок, т. е. конкретизирует исследовательскую проблему.

Социолог в своём анализе должен стремиться к максимальной объективности выводов на всех этапах исследования. В связи с этим постановка исследовательской проблемы должна производиться на основании следующих источников: публикаций в различных средствах массовой информации, мнений экспертов, официальной статистики, результатов исследований центров изучения общественного мнения и результатов научных междисциплинарных исследований. Главная задача при постановке исследовательской проблемы — представить позиции всех заинтересованных сторон.

Основные требования к постановке и анализу проблемы:

- установить реальное наличие социальной проблемы;
- выявить уже известные аспекты проблемы и разграничить неизвестные;
- вычленив в проблеме главное и второстепенное по отношению к цели, чтобы определить основные направления исследования;
- проанализировать имеющиеся решения аналогичных проблем.

Конкретизация проблемы также влечет за собой выбор объекта и предмета исследования, а также цели и задач.

*Объект* социологического исследования — это социальное явление или процесс.

*Предмет* научного познания включает в себя наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения качества, свойства, особенности объекта, которые наиболее полно отражают исследовательскую проблему и подлежат непосредственному изучению [11, с. 65]. Таким образом, предмет социологического исследования отражает лишь одну из сторон объекта, но самую важную для цели исследования.

*Цель исследования* непосредственно связана с предметом и является ожидаемым конечным результатом исследования.

*Задачи исследования* направлены на уточнение и конкретизацию цели, представляют собой систему конкретных требований, предъявляемых к анализу и решению сформулированной проблемы. Цель и задачи должны быть сформулированы в терминах конечного результата, но не процесса. Пример неудачной формулировки задачи: «Исследовать отношение молодёжи к табакокурению». Лучше разбить на конкретные задачи: «оценить уровень и характер потребления табака молодёжью», «определить локальный и коммуникативный фон потребления табачных изде-

лий», «проанализировать взаимосвязи табакокурения с социально-демографическими характеристиками молодёжи». В литературе встречается множество видов задач: основные, частные, дополнительные, теоретические, эмпирические, описательные, объяснительные и пр. Задачи социологического исследования раскрывают содержание предмета и согласуются с гипотезами.

Гипотезы в социологическом исследовании конструируются из переменных. *Переменная* — это наблюдаемое свойство (эмпирический признак) социального объекта, которое может принимать различные значения. Например, материальный доход может быть высоким, низким или отсутствовать вовсе в случае иждивения. Различаются независимые и зависимые переменные. *Зависимые переменные* меняют свое значение при изменении значений *независимых переменных* [см. 6, с. 16–19]. Например, в гипотезе о том, что повышение образованности, как правило, влияет на повышение материального дохода, «образованность» будет независимой переменной, а зависимой — «доход». Доход не может повлиять на повышение образованности, для этого нужно учиться, т. е. приложить некие усилия. Поэтому не может быть независимой переменной.

Основные требования к выдвижению *гипотез*:

- 1) должна быть принципиально проверяемой, т. е. фальсифицируемой;
- 2) чётко и ясно формулирована, должна быть простой и опираться на однозначно определенные понятия;
- 3) должна быть составлена из переменных, имеющих эмпирических признаков;
- 4) применима ко всем выбранным процессам и явлениям, т. е. должны стремиться к объяснению как можно большего числа событий, происходящих в разных местах, в разное время и в различных условиях.

**Ключевые термины:** социальная проблема, проблема-описание, проблема-головоломка, постановка исследовательской проблемы, объект и предмет социологического исследования, цель и задачи исследования, переменные, независимые и зависимые переменные, требования к гипотезам.

### **Вопросы для самопроверки**

1. С чего начинается всякое социологическое исследование?
2. Назовите основные типы социальных проблем. На что необходимо обращать внимание при постановке социальных проблемы?
3. Назовите основные требования к постановке и анализу социальной проблемы.

4. Сформулируйте определения объекта, предмета, цели и задач в социологическом исследовании.

5. Что такое «переменные» в социологическом исследовании? Какие виды переменных вы знаете?

6. Назовите основные требования к выдвижению гипотез.

### **Практическое задание**

#### *1 этап исследовательского проекта*

#### *«Постановка проблемы и формулировка цели исследования»*

Студентам предлагается объединиться в рабочие группы. Важно создать такие условия, чтобы каждый учащийся принимал активное участие в групповой работе. Для этого необходимо распределить обязанности между членами рабочей группы и отразить в протоколе собрания группы. Оптимальное количество членов рабочей группы не больше четырёх человек.

Задание состоит из следующих задач.

#### *1. Идея исследования.*

Провести собрание членов рабочей группы. Методом «мозгового штурма» выбрать исследовательскую проблему, которая будет интересна для каждого члена рабочей группы. Сформулировать яркое название темы исследования для возможного привлечения интереса широкого круга людей к вашей работе. Название темы исследования должно быть сформулировано максимально лаконично, конкретно, отражать суть исследовательской проблемы.

#### *2. Обзор основных информационных материалов.*

Проанализировать публикации СМИ для обоснования актуальности исследования. Например, можно использовать высказывания известных политиков или экспертов.

Проанализировать доступные официальные данные Федеральной службы государственной статистики и по необходимости других государственных профильных ведомств за последние 5–10 лет.

Проанализировать результаты социологических исследований, опубликованных на официальных сайтах федеральных и региональных аналитических центров изучения общественного мнения [20–22].

Ознакомиться с новыми результатами социологических исследований по своей проблематике, опубликованными в научных журналах и монографиях за последние 10 лет. Для поиска научной литературы рекомендовано использовать ресурсы электронных библиотек и образовательных порталов [16–19].

Анализ основных информационных материалов должен заканчиваться основными выводами в рамках исследовательской проблемы.

### *3. Уточнение проблемы.*

Обозначить объект, предмет исследования в рамках сформулированной проблемы. Определить цель и задачи социологического исследования. Выдвинуть основную гипотезу и максимальное число дополнительных гипотез, которые будут описывать исследовательский объект. При этом необходимо опираться на анализ информационных материалов.

Оформить документально как один из разделов отчёта о результатах социологического исследования.

## **3. Социологическая операционализация**

*Задача* — раскрыть природу процедуры социологической операционализации и определить её место в структуре организации и проведения социологического исследования.

### ***Краткое содержание темы***

Операционализация является наиболее трудоёмким и важным этапом социологического исследования, от которого зависит качество всего проекта. Дело в том, что социологи «работают» с абстрактными понятиями, которые довольно часто используются в повседневной речи для объяснения действительности и считаются интуитивно понятными. Однако понятия, раскрываемые в рамках исследования, должны быть конкретными и однозначными для того, чтобы было возможно «измерить» их. Например, социологические концепты, такие как девиантное поведение, образованность, отношение к труду, религиозность, жизненные ценности и т. п., невозможно измерить напрямую, необходимо подобрать релевантные эмпирически наблюдаемые социальные характеристики и свойства изучаемого объекта, т. е. разложить понятие в логическую систему индикаторов (см. рис. 1). *Индикатор* — это доступная непосредственному измерению характеристика изучаемого объекта, раскрывающая его свойства. Результат такого измерения — построение числовой модели изучаемого объекта.

Преобразование абстрактного понятия в показатели, позволяющие осуществлять количественные сравнения, называется *операционализацией*. *Цель социологической операционализации* — подбор индикаторов, позволяющих измерять свойства исследуемого объекта, для построения



социологии), только потом стоит обратиться к узкопрофильной литературе (напр., научным статьям и монографиям). В результате теоретического анализа исследователь может сформулировать авторское определение понятия или выбрать из анализируемой литературы наиболее подходящее с точки зрения цели исследования.

2. *Эмпирическая интерпретация понятий* — поиск максимально наблюдаемых свойств и характеристик (эмпирические признаки), раскрывающих содержание социального объекта, которые возможно зафиксировать в ходе эмпирического исследования. Цель — конструирование упорядоченной системы характеристик и свойств «идеального типа» изучаемого объекта. Важно подчеркнуть, что выделяемые эмпирические признаки должны быть существенными в зависимости от поставленной цели исследования и выдвинутой гипотезы.

3. *Операциональная интерпретация понятий* предполагает дальнейшее расчленение эмпирических признаков, поиск индикаторов и определение операций, с помощью которых будет проводиться измерение этих признаков. Здесь социолог выбирает прямые показатели из каждого выделенного эмпирического признака, конкретные методы фиксации выделенных признаков (шкалы измерения [1, с. 49–65], индексы [8, с. 265–293]). Кроме того, возможно построение индексов и составных признаков, формируемых путем определенной комбинации частных показателей.



Рис. 2. Логическая схема этапов операционализации

Например, опираясь на социологические идеи Э. Мэйо социальный феномен труда можно раскрыть через теоретическое описание целого комплекса отношения к различным проявлениям труда: отношение к труду как жизненной ценности, к профессиональной деятельности, к конкретной специальности, к труду в условиях конкретного предприятия. Эмпирическая интерпретация понятия «отношение к труду» предполагает учитывать *объективные* (престиж профессии в обществе, производительность труда, дисциплинированность работников и т. п.) и *субъективные* (удовлетворённость трудом, мотивация работать в условиях конкретного предприятия и т. п.) эмпирические признаки. На следующем этапе необходимо привести эти признаки к измерительным показателям. Так, признак «удовлетворённость трудом» может быть операционализирован че-

рез ряд вариантов следующих индикаторов: удовлетворённость заработной платой, рабочим графиком, географическим положением предприятия, отношением в коллективе и пр. Далее измерительные показатели детализируются и подбираются конкретные шкалы и индексы (см. рис. 1).

Содержание абстрактного понятия никогда не переводится в конечное число его эмпирических признаков. Поэтому социологическая операционализация в любом случае приводит к частичному упрощению и утрате смысла исходного понятия, потому что числовой показатель лишь косвенным путем передает тот смысл, который имеет это абстрактное понятие.

**Ключевые термины:** операционализация, измерение в социологии, теоретическая эмпирическая и операциональная интерпретации.

### **Вопросы для самопроверки**

1. Что такое социологическая операционализация? Какова её цель?
2. Назовите этапы проведения процедуры операционализации. В чём их смысл?

### **Практическое задание**

#### *2 этап исследовательского проекта «Интерпретация основных понятий»*

На данном этапе студентам предлагается подробно описать интерпретацию основных понятий. Для выполнения теоретической, эмпирической и операциональной интерпретации понятий студентам необходимо выполнить ряд практических заданий:

- а) выбрать парадигму или социологическую концепцию, в рамках которой будет рассматриваться объект исследования;
- б) проанализировать определения основных понятий в контексте выбранной теории и исследовательской проблемы;
- в) конкретизировать определение с точки зрения цели исследования;
- г) составить список максимального числа переменных (эмпирических признаков) социального объекта в зависимости от цели исследования;
- д) найти релевантные индикаторы (измерительные показатели) для всех переменных (эмпирических признаков), включенных в анализ, классифицировать их, к примеру, на объективные и субъективные, обосновать выбор именно этих индикаторов;
- е) подобрать наиболее подходящую с точки зрения сформированных гипотез измерительную шкалу (номинальную, порядковую, интервальную и др.) или индекс для каждого индикатора.

Социологическую операционализацию основных понятий необходимо представить в виде логической схемы (напр. рис. 1) или таблицы [см. пример 1, с. 262–263]. Оформить документально как следующий раздел отчёта о результатах социологического исследования.

#### 4. Социологическая анкета

**Задача** — дать определение социологической анкете, раскрыть её функции и структуру, рассмотреть классификацию вопросов и правила формулирования вопросов.

##### ***Краткое содержание темы***

В самом широком смысле анкета — это перечень вопросов, на которые респондент должен ответить. Однако для социолога *анкета* состоит из индикаторов, систематизированных в тематические блоки вопросов. Тематический блок — это совокупность вопросов, объединённых общим содержанием, направленных на выявление количественных характеристик исследуемого объекта. Некоторые блоки могут включать индикаторы нескольких переменных.

Для того чтобы составить анкету, необходимо перевести индикаторы в вопросы, стандартизировать вопросы и ответы. Мы можем говорить о *достаточной полноте вопросов анкеты* только тогда, когда вопросы в анкете подобраны таким образом, чтобы можно было одно социальное явление объяснять через ответы респондентов на разные вопросы, используя разные индикаторы.

Основная задача анкеты — побудить опрашиваемого искренне ответить на поставленные вопросы.

##### ***Структура социологической анкеты.***

1. Во *вводной части* (преамбуле, или «шапке») части необходимо обратиться к респонденту; назвать организацию, проводящую исследование; кратко изложить цель исследования и инструкцию заполнения анкеты; подчеркнуть анонимность; поблагодарить за предстоящее участие в опросе.

Пример преамбулы:

***Добрый день!***

*Лаборатория прикладных социальных исследований ЯрГУ приглашает принять участие в опросе жителей г. Ярославля по оценке качества жизни в вашем городе. Внимательно прочтите вопрос и предлагаемые*

*варианты ответов. Отметьте любым способом (обведите кружком, галочкой, крестиком) номер ответов, которые соответствуют вашему мнению, или напишите свой ответ в строке «Другое». Сведения, полученные в ходе опроса, будут использованы только анонимно в обобщенном виде.*

***Заранее благодарим за сотрудничество!***

2. *Часть из разминочных вопросов* необходима для того, чтобы респондент сразу, не раздумывая начал заполнять анкету. Задача — заинтересовать респондента и наладить контакт с ним. Вопросы должны быть просты в формулировке, общего плана для получения предварительной информации об изучаемой проблеме.

3. *Основная часть анкеты* состоит из вопросов, обусловленных целью исследования. Здесь группируются тематические блоки, позволяющие фальсифицировать рабочие гипотезы исследования. Вопросы могут быть табличными, оценочными, требующими особого внимания и т. д.

4. *Заключительные вопросы* — простые вопросы, ответы на которые не требуют напряжения памяти и внимания. Задача — снять психологическое напряжение у респондента.

5. *Паспортчика* содержит вопросы, касающихся социально-демографического статуса и других личных характеристик респондента: пол, возраст, образование, занятость, уровень материального благосостояния, семейное положение, национальность, срок проживания в данной местности и др. Такие вопросы размещаются в конце анкеты. В противном случае, вопросы социально-демографического блока в начале анкеты могут вызвать сомнение в анонимности и повлиять на ответы респондента.

*Вопросы «паспортчики» позволяют:*

- составить социальный портрет усреднённого респондента в соответствии со свойствами генеральной совокупности в целом;

- проверить дополнительные гипотезы на наличие связи между ответами по основным вопросам и социально-демографическими характеристиками респондентов. Например, выявить различия ответов молодых и пожилых, мужчин и женщин и т. п.;

- проанализировать мнения об исследуемые вопросах определенных социальных общностей (например, социально-территориальных, социально-этнических, профессиональных, религиозных и т. п.).

В конце анкеты обычно благодарят респондентов за оказанную помощь.

Существует множество *классификаций анкетных вопросов.*

*По структуре:*

- закрытые вопросы содержат один или несколько вариантов предложенных стандартизированных ответов, из которых должен выбирать респондент;

- полузакрытые вопросы дают возможность респонденту выбрать ответ из перечня стандартизированных ответов или ответить по-своему. Здесь необходимо предусмотреть место для самостоятельного ответа;

- открытые вопросы предполагают самостоятельную формулировку ответа респондентом.

*По функциям:*

- программно-тематические вопросы направлены на решение основных задач опроса;

- вопросы-фильтры позволяют выделить из совокупности какую-либо более узкую группу респондентов;

- контрольные вопросы нацелены проверить достоверность и искренность ответов респондента.

*По форме:*

- прямой вопрос позволяет получить конкретную информацию от респондента, т. е. вопрос и ответ совпадают по смыслу;

- косвенный вопрос дает возможность респонденту высказаться не с личной точки зрения, а от третьего лица. Здесь исследователь может сделать вывод о скрытых установках респондента.

Кроме того, выделяют *по оформлению*: текстовые вопросы, вопросы-рисунки, табличные вопросы, шкальные вопросы и др. [1, с. 69–73].

В соответствии с *правилам формулирования вопросов* необходимо:

1) формулировать вопросы однозначно, просто, по возможности кратко;

2) использовать вопросы и варианты ответов, которые уже были успешно опробованы в проведённых исследованиях;

3) учитывать культурный и образовательный уровень респондентов;

4) избегать наводящих вопросов, которые могут подсказывать «правильный» ответ респонденту;

5) избегать отрицания в формулировках вопросов, использования в вариантах ответа такие слова, как «часто», «редко», «много», «мало» и т. п.;

6) учитывать возможное влияние фактора социальной желательности, например стремление людей к социальному одобрению, престижному поведению и пр.;

- 7) предусмотреть формулировку «затрудняюсь ответить», ведь некоторые респонденты могут не задумываться о некоторых вещах;
- 8) в анкете использовать несколько видов вопросов;
- 9) вопросы не должны ущемлять самолюбие, честь и достоинство респондента.

**Ключевые термины:** анкета, тематические блоки, полнота анкеты, структура анкеты, преамбула, паспортичка, классификация вопросов, правила формулирования вопросов.

### ***Вопросы для самопроверки***

1. Сформулируйте развёрнутое определение социологической анкеты. Какова её основная задача?
2. Опишите структуру социологической анкеты.
3. Какие виды анкетных вопросов вы знаете?
4. Сформулируйте правила формулирования анкетных вопросов.

### ***Практическое задание***

#### *3 этап исследовательского проекта «Построение анкеты»*

Студентам, объединённым в рабочие группы, предлагается разработать социологическую анкету для исследования выбранной проблемы, соблюдая названные правила. Требования: в основной части анкеты вопросов должно быть не менее 30, тематических блоков — не менее 4.

Задание состоит из нескольких шагов.

1. Распределить тематические блоки между членами группы. Закрепить распределение протоколом. Обосновать все тематические блоки анкеты, с учётом выдвинутых рабочих гипотез. Обратиться к переменным и их индикаторам, выделенным в ходе операционализации основных понятий, сформулировать максимальное число вопросов. Подумать, не стоит ли добавить ещё какие-либо индикаторы на случай непредвиденных обстоятельств, не отражённых в операционализации понятий, а также о том, не включить ли отдельные вопросы в состав основных блоков анкеты, не зафиксированных в гипотезах.
2. Выбрать социально-демографические переменные, которые целесообразно включить в паспортичку.
3. Скомпоновать анкету.
4. Оформить анкету.

## 5. Проектирование выборочной совокупности

*Задача* — рассмотреть программные требования к выборочной совокупности и проанализировать технологические особенности формирования вероятностных и случайных выборок.

### *Краткое содержание темы*

Сплошные исследования, когда опрашивается вся социальная когорта, являющаяся объектом исследования и генеральной совокупностью, практически никогда не проводятся. Социологи гораздо чаще обращаются к выборочному методу, задача которого состоит в том, чтобы опросить как можно меньше людей, но отобранных по определённой технологии, чтобы получить максимально надёжные результаты для достижения цели конкретного исследования. Поэтому объективность результатов анкетирования во многом зависит от способа формирования выборочной совокупности.

*Генеральная совокупность* — совокупность людей, а также организаций, событий, документов, относительно которой будут сделаны выводы по результатам исследования. *Выборочная совокупность (выборка)* — любая часть генеральной совокупности.

Основным *требованием к выборке* является *репрезентативность* — способность выборки отражать основные свойства всей генеральной совокупности.

*Объём репрезентативной выборки* рассчитывают, опираясь на правила теории вероятностей, с учётом 1) *случайной ошибки выборки* — статистического измерения несоответствия между свойствами выборочной совокупности и свойствами генеральной совокупности, 2) *доверительного интервала* — вероятности, с которой мы можем получить заданную ошибку выборки. Такие расчёты осуществляется по специальным формулам [10] или готовым таблицам (табл. 1) [6, с. 517]. В конкретных выборочных исследованиях ошибка выборки, как правило, составляет от 10 % до 3 %. При 5 % ошибки выборки можно получить достоверную информацию о свойствах генеральной совокупности, обследовав относительно небольшую выборку. В социологических исследованиях чаще всего принимают уровень доверительного интервала 95% и 99,7%. Итак, чем меньше ошибка выборки и больше доверительный интервал, тем больше должна быть по объёму выборка.

**Фрагмент таблицы расчёта выборки  
с учётом доверительного интервала 95 %**

Размер генеральной совокупности	Ошибка выборки			
	± 3 %	± 4 %	± 5 %	± 10 %
10 000	1 000	588	385	99
15 000	1 034	600	390	99
20 000	1 053	606	392	100
25 000	1 064	610	394	100
50 000	1 087	617	397	100
100 000	1 099	621	398	100
→ ∞	1 111	625	400	100

Кроме того, объём выборки зависит от уровня *однородности* состава генеральной совокупности. Чем однороднее социальные элементы в генеральной совокупности, тем меньше по объёму может быть выборка. И наоборот: чем разнороднее изучаемые социальные элементы в генеральной совокупности, тем больше по объёму потребуются выборка. Степень однородности — понятие относительное, именно исследователь выделяет те или иные характеристики в объекте, важные применительно к проблеме исследования.

Помимо случайной ошибки выборки, доверительного интервала и объёма выборки, на репрезентативность результатов исследования возможно влияние *систематических ошибок* — нарушений технологии организации и проведения социологического исследования, допущенных при подготовке и проведении полевых работ. Все систематические ошибки должны быть устранены либо минимизированы.

Различают *вероятностные (случайные)* и *неслучайные (целевые)* методы построения выборки. Выборочный метод достаточно подробно изложен в многочисленных учебных пособиях по методологии и методам социологического исследования [1; 4–7; 11; 12; 14], поэтому мы рассмотрим лишь основные особенности указанных методов.

Репрезентативный состав *вероятностной выборки* определяют на основе объективного вероятностного отбора, используя таблицу случайных чисел или компьютерную программу «Генератор случайных чисел», т. е. максимально исключено любое субъективное влияние. Выборка называется вероятностной, если выполняются два требования: а) любой

объект генеральной совокупности имеет равную возможность попасть в выборку; б) любое сочетание объектов генеральной совокупности имеет равную возможность попасть в выборку. Необходимое условие для проведения вероятностного отбора: а) должна быть информация о полном составе генеральной совокупности; б) состав генеральной совокупности должен быть однородным. Вероятностными методами формируются следующие виды выборок: *простая случайная, систематическая (механическая), многоступенчатая случайная (кластерная) выборки.*

На практике весьма затруднительно обеспечить проектирование строго репрезентативной выборки по всем параметрам. Зачастую отсутствует список всех элементов генеральной совокупности, а её объём известен только приблизительно и включает нескольких сотен тысяч элементов и более. В таких случаях прибегают к *неслучайным методам построения выборки.* К неслучайным выборкам неприменимы правила теории вероятностей. Отбор элементов производится по принципам доступности, типичности и т. п. Построение такой выборки направлено, как правило, на исследование конкретной когорты, а выводы не экстраполируют на широкие общности ввиду их уязвимости с точки зрения строгой научной объективности. Неслучайными методами формируются *стратификационная, квотная, гнездовая, серийная, стихийная выборки, «снежный ком» и основной массив.*

Подробнее рассмотрим технологию построения квотной выборки, получившую наибольшее распространение в прикладной социологии [13, с. 294]. *Квотная выборка* — микромодель структуры генеральной совокупности, которая строится в виде пропорций (квот) распределения социальных признаков изучаемых объектов. Здесь применяют данные официальной статистики о составе генеральной совокупности по следующим параметрам: а) наиболее важным с точки зрения исследовательской цели; б) наиболее устойчивым (половозрастному, социально-профессиональному, имущественному, их территориальной локализации и пр.), — на основе которых и строится выборка.

#### *Алгоритм расчёта квотной выборки*

1. Найти данные о составе генеральной совокупности по интересующим квотным признакам (пол, возраст, социальное положение, занятость, место проживания и т. д.).

2. Определить часть генеральной совокупности, которая будет исследоваться; рассчитать её структуру в % соотношениях исследуемых групп (напр., % соотношение мужчин и женщин конкретного возраста, проживающих в конкретной местности).

3. Рассчитать требуемый объём выборки.

4. С учётом % структуры генеральной совокупности составить структуру выборочной совокупности в виде квотной таблицы (пример квотной таблицы представлен в табл. 2).

Таблица 2

***Половозрастная структура городской молодёжи  
Ярославской области<sup>1</sup>***

Возраст	Ген. совокупность (чел.)				% в возрастных группах		Квоты (чел.)		
	муж.	жен.	всего	%	муж.	жен.	муж.	жен.	Всего
20-24 лет	26688	27740	54428	<b>24</b>	12	12	108	108	<b>216</b>
25-29 лет	40816	43178	83994	<b>38</b>	18	19	162	171	<b>333</b>
30-34 лет	41848	43476	85324	<b>38</b>	19	20	171	180	<b>351</b>
<b>Всего</b>	<b>109352</b>	<b>114394</b>	<b>223746</b>	<b>100</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>441</b>	<b>459</b>	<b>900</b>

**Ключевые термины:** генеральная совокупность, выборка, репрезентативность, надёжность выборки, ошибка выборки, доверительный интервал, вероятностные выборки, неслучайные выборки, виды выборок, алгоритм построения квотной выборки.

***Вопросы для самопроверки***

1. Сформулируйте определение выборочной совокупности. Назовите основное требование к выборке.

2. Какие критерии необходимо учитывать при расчёте объёма репрезентативной выборки?

3. Какие методы построения выборок вы знаете? Назовите их особенности. Какие методы построения выборок наиболее популярны в современной социологии? Почему?

4. Сформулируйте алгоритм расчёта квотной выборки.

---

<sup>1</sup> Данные представлены Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области (Ярославльстат). URL: <https://yar.gks.ru/> (дата обращения: 01.08.2021).

## **Практическое задание**

### *4 этап исследовательского проекта «Формирование выборочной совокупности»*

На данном этапе студентам необходимо выполнить следующее.

1. Определить максимально четко, какие именно когорты могут входить в состав объекта исследования, а какие не входят в него. Обосновать выбор социальных признаков, наиболее важных для достижения цели исследования, по которым будет формироваться выборка.

2. Исходя из сложности гипотез исследования, определить необходимый объем выборки исследования.

3. Определить конкретный механизм отбора единиц наблюдения (респондентов) — случайная или неслучайная выборка. Обосновать репрезентативность выборки. Описать структуру выборки.

4. Рассчитать выборку с использованием реальных статистических данных, например предоставляемых Ярославльстатом [23].

## **6. Проведение полевого этапа исследования и анализ полученных данных**

**Задача** — проанализировать особенности очного и заочного анкетирования, рассмотреть математико-статистические методы, критерии описания, объяснения и интерпретации социологической информации.

### **Краткое содержание темы**

Всё многообразие форм современного анкетирования можно разделить на очный и заочный сбор первичной социологической информации.

*Очное анкетирование* проходит в ходе непосредственного контакта с респондентом. Очное анкетирование может быть *раздаточным*, когда респондентам раздаются для заполнения анкеты в присутствии социолога или сам анкетер заполняет анкету, выслушивая ответы респондентов. Близким к данному методу является уличное интервьюирование.

При *заочном анкетировании* контакт респондента и социолога опосредован. Такой опрос можно организовать через почту, прессу или Интернет. С одной стороны, на респондента меньше влияют различные внешние факторы, он может заполнить анкету в удобном для него месте и в любое время. С другой — отсутствует возможность контролировать ход опроса, нет гарантии, что анкету не будут заполнять посторонние ли-

ца. Тем не менее в современной индустрии маркетинговых и социологических исследований наибольшую популярность приобрели сервисы интернет-опросов, такие как Google Формы, SurveyMonkey, Oproso, SimpleForms, Simpoll, Anketolog, LimeSurvey, Pollservice, Testograf и др. Результаты онлайн-анкетирования могут отображаться в виде текстовых таблиц, гистограмм и круговых диаграмм. Интерфейс сервисов обычно не позволяет осуществлять более сложные виды анализа, однако для опытных пользователей существует возможность экспорта баз данных в табличный редактор Excel и программы статистической обработки социологической информации SPSS или Vortex.

Первичная обработка собранной социологической информации, как правило, предполагает составление перечневых и перекрестных таблицы. *Перечневая таблица* — способ демонстрации результатов опроса в виде таблицы, состоящей из трех столбцов (табл. 3). В первом столбце представлены вопросы и варианты ответов, во втором указано количество респондентов, выбравших тот или иной вариант ответа, в третьем — соответствующие процентные соотношения ответов респондентов.

Таблица 3

*Данные исследования досуга молодёжи*

<b>Вопросы и варианты ответов</b>	<b>Число случаев</b>	<b>Данные в %, 100 % = 625</b>
<b>В вашем городе достаточно возможностей, чтобы интересно проводить свободное время?</b>		
1. Определённо да	62	10,0
2. Скорее нет	287	46,0
3. Скорее нет	182	29,1
4. Определённо нет	94	14,9

*Перекрестная таблица* отражает совместное распределение двух (иногда более) переменных с ограниченным числом категорий или различных значений (табл. 4).

*Распределение ответов респондентов в зависимости от возраста*

<b>В вашем городе достаточно возможностей, чтобы интересно проводить свободное время?</b>	<b>16–17 лет</b>	<b>18–19 лет</b>	<b>20–24 года</b>
1. Определённо да	5,7 %	13,0 %	10,4 %
2. Скорее нет	32,8 %	57,3 %	46,3 %
3. Скорее нет	30,3 %	24,4 %	30,1 %
4. Определённо нет	31,1 %	5,3 %	13,2 %

Далее можно перейти к содержательному анализу данных. В самом широком смысле под *содержательным анализом социологических данных* понимается обобщение математико-статистической обработки и интерпретация социологической информации, осуществляемая в соответствии с целью и задачами исследования. Аналитический этап работы с полученной социологической информацией включает:

1) *анализ линейного распределения* предполагает работу с массивом данных для выявления общих черт и тенденций, характерных для изучаемого объекта в целом;

2) *структурно-типологический анализ* нацелен на выявление структуры объекта и раскрытие специфических характеристик сознания и поведения его типичных представителей. Данный подход, как правило, предполагает *математико-статистическую обработку*, подразумевающую расчёт статистических коэффициентов и других математических показателей, позволяющих обосновать выводы относительно выдвинутых гипотез. Поэтому его можно рассматривать через следующие количественные операции [8, с. 311–408]:

- *корреляционный анализ* — измерение связи между двумя переменными или более;

- *регрессионный анализ* — поиск наиболее важных факторов, которые влияют на зависимую переменную;

- *кластерный анализ* — классификация единиц наблюдения по социальным признакам, описывающим эти единицы;

- *причинный анализ* — установление причинно-следственных связей между определенными переменными (построение каузальной модели);

- *факторный анализ* — измерение взаимосвязей между значимыми признаками изучаемого объекта;

- *структурно-латентной анализ* — выявление и распределение вопросов респондентов по определенному скрытому (латентному) признаку;

- *дисперсионный анализ* — выявление влияния отдельных независимых друг от друга признаков на некоторый наблюдаемый признак.

Формальные показатели математико-статистического анализа данных по своей сути ничего не доказывают и не опровергают. В рамках социологического исследования этот аппарат является лишь одним из инструментов. Доказательство или опровержение является результатом содержательного описания и интерпретации.

*Описание* — фиксация результатов эмпирического исследования в соответствующих терминах. Описание ограничивается перечислением свойств, группировкой по их выявленным признакам, установлением наблюдаемых зависимостей, не претендующим на раскрытие структуры феноменов и установление закономерных взаимосвязей их функционированием. В процессе описания подвергается упорядочиванию информация, полученная из таблиц, диаграмм, графиков вариационных рядов, анализа средних величин, коэффициентов корреляции и регрессии, социограмм и т. д., для подготовки к дальнейшему объяснению.

Важно отметить, что таблицы, диаграммы и графики используются лишь для наглядности. Не стоит включать в описание результатов таблицу или график, если по ним нельзя дать пояснений. Причём пояснения не должны состоять из простого изложения содержания таблицы. Они должны указывать на взаимосвязи и содержать выводы. Нельзя злоупотреблять визуальными материалами, ведь чрезмерное использование таблиц и рисунков усложняет восприятие текста.

*Объяснение* — это процесс выявления сущности наблюдаемых единиц, их структурных, функциональных, каузальных связей и отношений, тенденций, отражаемых в гипотезах, концепциях и теориях.

*Интерпретация данных* — это истолкование значения полученных числовых данных. В ходе исследования социолог получает массив цифр, который сам по себе не несёт никакой информации о содержании социальной реальности. Анализируя цифры, социолог выявляет смыслы, на основе которых строит теоретические модели.

*Принципы интерпретации полученных данных:*

- характер интерпретации социологических данных определяется ещё на этапе концептуализации объекта исследования и операционализации основных понятий;

- полнота использования информации, которую содержат в себе таблицы, схемы, графики и т. п., зависит от глубины предварительного изучения объекта и предмета исследования;

- влияние собственного опыта исследователя.

**Ключевые термины:** очное анкетирование, заочное анкетирование, сервисы интернет-опросов, математико-статистический анализ данных, описание, объяснение и интерпретация социологической информации.

### **Вопросы для самопроверки**

1. Какие виды анкетирования вы знаете? Назовите их особенности.
2. Что предполагает первичная обработка собранной социологической информации?
3. Что подразумевается под содержательным анализом социологических данных?
4. Назовите особенности описания, объяснения и интерпретации социологической данных.

### **Практическое задание**

#### *5 этап исследовательского проекта*

#### *«Проведение пилотажного исследования и первичной обработки полученных данных»*

На данном этапе проведения исследования студентам необходимо выполнить следующие задания.

1. Перед началом опроса респондентов необходимо критически оценить возможные системные ошибки, которые могут возникнуть при реализации полевого этапа исследования, проанализировать пути их устранения. Оформить документально как один из пунктов отчёта о результатах социологического исследования.

2. Провести пилотажное исследование ( $n = 50$  чел.). Желательно соблюсти основные параметры структуры выборки или выбрать для опроса конкретную когорту, предварительно обсудив с преподавателем.

3. После проведения полевого этапа анкетирования проанализировать недостатки анкеты. Подумать, какие формулировки вопросов в анкете были неудачны, какие вопросы были лишними, а каких вопросов, с вашей точки зрения, не хватило для всестороннего анализа. Аргументировать ответ. Оформить документально.

4. По результатам проведённого анкетирования составить перечневую таблицу.

## **7. Подготовка итогового отчёта и представление основных результатов исследования на научно-практической конференции**

*Задача* — рассмотреть особенности форм итогового отчёта о результатах социологического исследования, его структуру, представить рекомендации к написанию тезисов доклада на научно-практической конференции.

### ***Краткое содержание темы***

Итогом всей проектной работы социолога является подготовка *отчёта о результатах социологического исследования*. *Отчёт* — документ, в котором исполнитель передает заказчику информацию о событиях и фактах. Требование к отчёту и представлению результатов исследования согласуется с заказчиком ещё на этапе уточнения технического задания. Можно выделить три формы отчётов.

*Инфографика* представляется в виде таблиц линейного распределения и перекрестных таблиц измеряемых признаков, индексов, диаграмм, графиков по всем измеряемым показателям в соответствии с требованиями технического задания. Такой документ оформляется без дополнительного описания и интерпретации полученных данных, а его объём, как правило, не превышает 10 страниц формата А4.

*Аналитическая записка* имеет преимущественно описательный характер и представляет собой общее описание текущего состояния изучаемого явления или процесса. В отличие от инфографики в аналитической записке таблицы и диаграммы выполняют функцию лишь наглядности, а иногда могут вовсе отсутствовать. Каждый пункт в ней излагается в форме выводов о выявленных взаимосвязях измеряемых показателей и рекомендаций, а социологические данные приводятся лишь для их аргументации и обоснования. Объём — 10–30 страниц.

*Аналитический отчёт* представляет собой наиболее полный вариант комплексного описания результатов социологического исследования, представленный подробным анализом выявленных причинно-следственных связей, тенденций и выводами, рекомендациями и прогнозами в соответствии с техническим заданием. Объём — от 30 до 60 страниц. Отчёты в крупных фундаментальных научных проектах нередко составляют несколько сотен страниц.

*Аналитический отчёт имеет строгую структуру.*

*I. Вводный раздел.*

1. *Титульный лист*: название исследования; наименование формы отчётного документа; информация о заказчике, исполнителе и их организациях; даты сдачи и приемки отчёта; местоположение организаций заказчика и исполнителя; год и месяц проведения исследования.

2. *Оглавление*. Его функция — облегчить читателю ориентацию в тексте отчёта, для этого необходимо, чтобы названия пунктов отчёта отражали их содержание.

3. *Аннотация* — краткое изложение содержания отчёта, включающее формулировку проблемы и цели, характеристику выборки и метода исследования, основные выводы без дополнительных обобщений. Объем аннотации — 150–200 слов.

*II. Методологический раздел.*

4. *Постановка проблемы исследования* подразумевает всестороннее описание проблемной ситуации, чёткую локализацию центральной проблемы проекта, обоснование практической и научной актуальности, обзор литературы по выбранной теме.

5. *Описание объекта и предмета исследования*.

6. *Формулировка цели и задач*.

6. *Обоснование гипотез*.

7. *Интерпретация и операционализация основных понятий*.

*III. Процедурный раздел.*

8. *Дизайн исследования*: описание метода исследования, инструментария и условий проведения полевого этапа, изложение системных ошибок и трудностей, имевших место в ходе исследования.

9. *Обоснование выборочной совокупности*.

*IV. Аналитический раздел.*

10. *Описание и интерпретация результатов* социологического исследования. Логика данного раздела подчинена структуре исследовательского инструмента, поэтому его можно разбить на пункты в соответствии с тематическими блоками анкеты или задачами исследования, но их количество не должно быть слишком большим. Все таблицы и рисунки должны иметь сквозную нумерацию.

11. *Выводы и рекомендации*. «Заключение» пишется в логике поставленных задач и программных гипотез исследования. Здесь приводятся основные выводы, вытекающие из результатов проведённого исследования, предлагаются научно обоснованные в ходе анализа данных рекомендации и прогнозы, если имеется реальная возможность их практического

применения. Возможно также проанализировать направления дальнейших исследований для более глубокого изучения проблемы.

#### *V. Заключительный раздел.*

12. *Список использованной литературы и источников* необходимо оформить в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». См. правила составления библиографического описания и библиографической ссылки [24].

13. *Приложение к отчёту* содержит анкету; организационный план исследования; таблицы, не вошедшие в основной текст отчёта; статистические данные и т. п.

На основе аналитического отчёта можно подготовить *научный доклад на научно-практическую конференцию*. Научная публикация по итогу проведённой конференции называется «*тезисы доклада*»: краткое содержание устного доклада, в котором раскрыт наиболее интересный аспект результатов авторского исследования, имеющий прикладную или научную новизну. Научная публикация по сравнению с отчётом более концептуальна, имеет авторский характер. Текст состоит из следующих традиционных компонентов:

- краткое описание проблемы (1–2 предложения, определяющие, о чем именно пойдет речь в тезисах доклада);
- краткое описание актуальности (2–3 предложения, определяющих востребованность результатов исследований наукой или практикой);
- цель публикации;
- описание выборки (тип и вид, объём), перечисление используемых методов сбора, обработки и анализа данных;
- краткое описание основных результатов (приводятся результаты, служащие основой для формулирования выводов);
- основные выводы (содержательные утверждения, раскрывающие результаты изучения проблемы).

Доклад рекомендуется сопроводить презентацией. Презентация должна не дублировать текст доклада, а сопровождать его, выполняя функцию лишь наглядности. На слайды презентации необходимо вывести основные формулировки, графики, таблицы, рисунки, иллюстрирующие тезисы доклада, основные выводы.

***Ключевые термины:*** итоговый отчёт социологического исследования, инфографика, аналитическая записка, аналитический отчёт и его структура, научная публикация, тезисы доклада.

## **Вопросы для самопроверки**

1. Дайте определение отчёту о результатах социологического исследования. Какие виды итоговых отчётов вы знаете? Укажите их особенности.
2. Охарактеризуйте структуру аналитического отчёта.
3. Назовите традиционные компоненты текста научной публикации.

## **Практическое задание**

### *6 этап исследовательского проекта*

#### *«Написание аналитического отчёта и подготовка научного доклада»*

Задание состоит из двух этапов.

На *первом этапе* на основе анализа результатов проведённого опроса, а также предварительно выполненных пяти практических заданий необходимо подготовить итоговый отчёт о результатах социологического исследования, учитывая все требования к структуре аналитического отчёта. Распечатать итоговый отчёт и сдать на проверку преподавателю.

Для успешного написания отчёта студентам предлагается обратиться к первому этапу организации социологического исследования и соотнести то, что планировалось на предварительном этапе, и то, что получилось в итоге. Изложив результаты пилотажного исследования, необходимо проанализировать направления для дальнейшего изучения исследовательской проблемы. Отразить в отчёте.

На *втором этапе* на основании составленного отчёта о результатах социологического исследования необходимо подготовить научный доклад (тезисы доклада) для выступления на научно-практической конференции, а также презентацию.

#### *Требования к оформлению:*

- объём тезисов доклада — до 2 страниц, шрифт Times New Roman, 12 pt, выравнивание по ширине, красная строка — 10 мм, межстрочный интервал — 1,5 см.

*На странице материал располагается в следующем порядке:*

- УДК (выравнивание по левому краю);
- заголовок статьи (выравнивание по центру);
- инициалы и фамилия авторов (выравнивание по центру);
- инициалы и фамилия научного руководителя, его учёная степень и должность (выравнивание по центру);
- название организации, представляющей доклад (выравнивание по центру, курсив);
- текст доклада;

- ссылки на используемую литературу оформляются арабскими цифрами в квадратных скобках в порядке упоминания. Наименования источников приводятся общим списком в конце статьи в порядке упоминания;

- рисунки и таблицы располагаются по тексту с обтеканием: рисунки — по контуру, таблицы — сверху и снизу.

Итоговое занятие пройдёт в виде конференции, на которой каждая рабочая группа представит результаты своих проектов. Регламент доклада — до 7 мин. Вопросы — до 10 мин.

# Литература

## Основная

1. Горшков, М. К. Прикладная социология + практикум в ЭБС / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги, Б. З. Докторов. — М. : Юрайт, 2021. — 334 с.

## Дополнительная

2. Бергер, П. Л. Приглашение в социологию. Гуманистическая перспектива / П. Л. Бергер ; пер. с англ. под ред. Г. С. Батыгина. — М. : Аспект Пресс, 1996. — 168 с.

3. Гидденс Э. Социология / Э. Гидденс. — М. : Едториал УРСС, 2005. — 632 с.

4. Добренев, В. И. Методы социологического исследования / В. И. Добренев, А. И. Кравченко. — М. : ИНФРА-М, 2004. — 768 с.

5. Зборовский, Г. Е. Эмпирическая социология / Г. Е. Зборовский, Е. А. Шуклина. — Сургут : РИО СурГПУ, 2016. — 313 с.

6. Мангейм, Дж. Б. Политология : Методы исследования / Дж. Б. Мангейм, Р. К. Рич ; пер. с англ. — М. : Весь Мир, 1997. — 544 с.

7. Ненашев, М. И. Методы исследований в количественной социологии / М. И. Ненашев. — Киров : Радуга-Пресс, 2016. — 267 с.

8. Попова, О. В. Политический анализ и прогнозирование / О. В. Попова. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 464 с.

9. Радаев, В. В. Как организовать и представить исследовательский проект : 75 простых правил / В. В. Радаев. — М. : ГУ-ВШЭ : ИНФРА-М, 2001. — 203 с.

10. Статистика / И. И. Елисеева [и др.] ; отв. ред. И. И. Елисеева. — М. : Юрайт, 2021. — 572 с.

11. Тезаурус социологии. Кн. 2 : Методология и методы социологических исследований / под ред. Ж. Т. Тощенко. — М. : Юнити-Дана, 2013. — 416 с.

12. Фарахутдинов, Ш. Ф. Современные методы социологических и маркетинговых исследований. Ч. 1 / Ш. Ф. Фарахутдинов. — Тюмень : ТИУ, 2018. — 190 с.

13. Шляпентох, В. Э. Проблемы качества социологической информации : достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал / В. Э. Шляпентох. — М. : ЦСП, 2006. — 664 с.

14. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования : Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. — М. : Омега-Л, 2011. — 567 с.

15. Thomas, W. I. The Child in America : Behavior Problems and Programs / W. I. Thomas, D. S. Thomas. — N.-Y. : Knopf, 1928. — 614 p.

### **Ресурсы сети «Интернет»**

16. Научная электронная библиотека «Elibrary». — URL : <http://elibrary.ru>

17. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». — URL : <https://cyberleninka.ru/>

18. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». — URL : <http://www.ecsocman.hse.ru/>

19. Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. — URL : <https://www.fnisc.ru/jours.html>

20. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Официальный сайт. — URL : <https://wciom.ru/>

21. Фонд «Общественное мнение» (ФОМ). Официальный сайт. — URL : <https://fom.ru/>

22. Институт развития стратегических инициатив (ИРСИ г. Ярославль). Официальный сайт. — URL : <https://indsi.ru/>

23. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области (Ярославльстат). — URL : <https://yar.gks.ru/>

24. Научная библиотека Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. — URL : [http://www.lib.uni Yar.ac.ru/content/userinfo/usl\\_bibl/snoska2019.doc](http://www.lib.uni Yar.ac.ru/content/userinfo/usl_bibl/snoska2019.doc)

## Оглавление

Введение .....	3
1. Логика социологического исследования .....	5
2. Постановка проблемы и формулировка цели социологического исследования .....	8
3. Социологическая операционализация.....	12
4. Социологическая анкета .....	16
5. Проектирование выборочной совокупности .....	20
6. Проведение полевого этапа исследования и анализ полученных данных.....	24
7. Подготовка итогового отчёта и представление основных результатов исследования на научно-практической конференции ....	29
Литература.....	34

---

---

Учебное издание

**Загребин Владимир Владимирович**

## **Организация и проведение социологического исследования**

Учебно-методическое пособие

Редактор, корректор М. Э. Левакова

Верстка М. Э. Леваковой

Подписано в печать 11.10.2021. Формат 60×84 1/16.

Усл. печ. л. 2,09. Уч.-изд. л. 1,5.

Тираж 2 экз. Заказ

Оригинал-макет подготовлен в редакционно-издательском отделе ЯрГУ.

Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова.

150003, Ярославль, ул. Советская, 14.