**Введение**

Сегодня для российской социологии характерны поиски путей развития, в которых участвуют все без исключения социологи. Эти поиски осуществляются каждым исследователем, приступающим к новому проекту. Любой из них, планируя свои научные исследования, должен решить для себя, по крайней мере, три важнейших вопроса:

1. определиться с типом исследования и его целью
2. какие методы использовать;
3. какие новые темы развивать.

Болезнью российского социологического сообщества можно считать наличие противостояния “качественников” и “количественников”. Но даже признавая право на существование обоих подходов в эмпирическом исследовании, большинство исследователей продолжают оставаться убежденными приверженцами какой-либо одной из стратегий. Собственно, это мало меняет ситуацию, поскольку и здесь намечаются перекосы, одностороннее восприятие социальной реальности.

**Цель данного реферата** - показать значение стратегии качественных методов эмпирических исследований. Эмпирические исследования в области социальной работы, которых сейчас проводится, к сожалению, очень мало, являются исходным началом для разработки методологических, теоретических и методических вопросов. В настоящее время в практике исследовательской работы доминируют разработки проблем взаимоотношений между социальным работником и клиентом, вопросов организационного плана, мотивации или ориентации социальных работников.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи**:

1)раскрыть сущность качественной стратегии; определить сферы применения качественных методов;

2) дать их общую характеристику;

**Предмет исследования** – социологические исследования.

**Объект исследования** – качественные методы социологических исследований.

**1. Количественные и качественные методы в социологии: историческая ретроспектива**

Термины "качественные методы исследования" и "качественная социология" сегодня уже прочно вошли в лексикон российских социологических публикаций, о чем свидетельствует, например, следующий отрывок:

«В течение длительного времени в западной социальной науке почти безраздельно господствовала позитивистская методология с ее ориентацией на естественнонаучные исследовательские схемы, критерии и стандарты. Многие годы доминирующее положение в эмпирической социологии занимали исследования, цель которых состояла в проверке заранее выдвинутых гипотез с помощью формализованных методов и измерительных процедур. Лишь начиная с 50-х годов стала звучать усиливающаяся критика традиционной эмпирической социологии, которая стала определяться в научной литературе как количественная, позитивистская, нормативная и тд. Эта критика исходила главным образом от сторонников феноменологических, интернационистских и этнометодологических направлений и сосредотачивалась не только на применяемых в количественной социологии процедурах форма­лизации и квантафикации, но была нацелена на базисные (часто имплицитные) предпосылки о природе социальной реальности, лежащие в основании количественного подхода. В ходе дискуссии с позитивистски ориентированной социологией развивались не только альтернативные теоретические программы, но и осуществлялась активная полевая работа, в которой ставка делалась на так называемые свободные, неструктурированные, интерпретативные, качественные методы сбора данных. В конечном итоге эта исследовательская сфера стала рассматриваться как вполне самостоятельная область социологии со своим собственным теоретическим, методологическим и методическим арсеналом, а для ее характеристики в настоящее время все чаще используюттермин «качественная социология». В западной социальной науке качественная социология представляет собой научное направление, имеющее парадигмальные характеристики, проявляющиеся в общности и взаимосвязанности теоретических концепций, методологических подходов и конкретных методов исследования» [13, с 3-4,121].

Приведенное выше описание, в целом является правильным, но вместе с тем нуждается в некоторых уточнениях Главное из них должно состоять в том, что так называемая «качественная социология» не является столь целостным и интегрированным теоретическим, методологическим и методическим научным направлением, как это описывает цитируемый выше автор. Учитывая, что указанное описание является довольно типичным, причем не только для российских, но и для многих западных публикаций последних лет, представляется необходимым рассмотреть вопрос о взаимоотношении методов в более конкретном контексте их возникновения.

В качестве преамбулы отметим, что любая научная дисциплина, будь то физика, биология или социология, не является чем-то целостным, а скорее представляет собой сложный и далеко не всегда упорядоченный конгломератразличных субдисциплин. Это можно пояснить на примере физики, поскольку в ее состав входят такие разные субдисциплины, как астрофизика, квантовая механика, термодинамика, а также такие сугубо практические области, как электротехника, теплотехника, сопротивление материалов и тд. Сходные примеры можно привести из области химии, биологии и других наук.

Достаточно очевидно, что социология в этом ряду не только не является исключением, но и, пожалуй, демонстрирует еще большую степень дезинтеграции, чем традиционные естественные науки. Чтобы не быть голословными, приведем мнение признанного специалиста Н.ФЛаумовой, которая следующим образом характеризует состояние западной социологам последних лет «Наиболее значительная, заслуживающая внимания тенденция связана с тем, что в 70-е — 80-е годы естественный процесс дифференциации науки приобрел формы, позволяющие делать вывод о резком ослаблении в ней внутренних теоретических и предметных связей... Социетальные проблемы рассматриваются практически вне теоретических предпосылок, на эмпирическом уровне... Продолжается процесс обособления прикладной социологии. Прикладные работы все больше образуют автономную область, до которой очень смутно доносятся теоретические споры» [24, с. 292-294].

Тезис о теоретической, предметной и методической неодородности социологии важен для нас потому, что возможности любого метода и его роль среди других методов не могут быть правильно поняты вне контекста его возникновения и тех задач, которые он первоначально был призван решать, а также вне понимания процессов «экспансии» этого метода на другие предметные области.

Предельно упрощая, история развития методов эмпирической социологии с момента ее зарождения и до наших дней выглядит следующим образом.

Как известно, основным эмпирическим методом, которым пользовались социологи первого поколения (Ф.Теннис, Э.Дюркгейм, Г.Зиммель и другие) было наблюдение, причем не включенное наблюдение в современном понимании этого слова, а обыденное, или «жизненное» наблюдение, дополнявшееся изучением литературы, общением с коллегами и тд.

Первые попытки использования в социологической работе систематического эмпирического материала относятся к началу XX века. Основными ввдами эмпирических данных в те годы были: письма, дневники, материалы судебных дел, устные истории, позднее — автобиографии, а еще позднее — методы агентурной работы, заимствованные у спецслужб (разновидность включенного наблюдения). Таким образом, первый этап развития социологии с точки зрения используемых методов должен быть охарактеризован как «качественный». Одним из главных направлений эмпирических исследований тех лет было изучение социальных причин преступности, особенно молодежной и подростковой. Позднее, после начала «великой депрессии», фокус интересов сместился в сторону криминальных *сфер* теневой экономики.

В 20-е годы в США были разработаны и быстро вошли в моду количественные стандартизированные опросы. Для нас важно, что сфера возникновения количественных опросов изначально не имела ничего общего ни с теоретическими трудами отцов-основателей социологии, ни с первыми эмпирическими исследованиями, посвященными генезису личности преступников и некоторым другим изучавшимся в те годы проблемам. Если исследования, в рамках которых осущеста-лялся сбор автобиографий, были научно-поисковыми, то массовые опросы с момента своего возникновения имели в основном не просто прикладной, а коммерческий характер, поскольку были востребованы и финансировались газетами и политическими партиями для решения вполне конкретной практической задачи: замера рейтингов политических деятелей и прогноза результатов выборов. В те же годы были предприняты первые попытки количественного изучения аудитории средств массовой информации и рекламы.

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

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

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

Технология массовых опросов и сопутствующие ей математические методы оказали огромное влияние на социологию в целом, включая все ее отрасли. Это влияние неоспоримо, но неоднозначно. Целостный анализ данной проблемы выходит за рамки нашего рассмотрения. Для наших целей важно лишь установить, где и почему возникла «...растущая неудовлетворенность исследователей поверхностью массовых опросов» [7, с.5].

Прежде, чем дать ответ на этот вопрос, необходимо отметить, что если до 50-х годов мы могли упрощенно рассматривать эмпирическую социологию как нечто единое, и выделять в ее развитии «качественный» и «количественный» периоды, то в дальнейшем такое упрощение становится уже неправомерным. В связи с этим необходимо рассмотреть методическую динамику, как минимум, в трех автономных областях: в теоретической социологии, в системе социологического образования и в коммерческих социологических исследованиях.

Развитие теоретической социологии и связанных с ней эмпирических исследований, как уже говорилось, шло автономно от коммерческих, и путь этот оказался извилист.

Данный вопрос уже был частично описан в предыдущем учебнике. Избегая повторов, напомним, что в 30-е годы в США сформировалась сильная теоретическая школа, получившая название структурно-функциональной. В тот же период на очень высокий уровень вышел ряд других социологических школ, связанных, в частности, с исследованием организаций, культуро-антропологическими исследованиями и некоторыми более частными направлениями. Для нас важно, что эти направления характеризовались не только высокой теоретической, но и очень высокой методологической культурой. Поэтому приписывание им примитивных «количественных» или позитивистских ориентации было бы грубой ошибкой. Обладая очень высокой квалификацией (см., например, статью П.Лазарсфельда в сборнике «Социология сегодня»[30]), названные школы в совершенстве владели всем арсеналом эмпирических методов, модифицируя и комбинируя их в зависимости от возникавших исследовательских нужд. Основными средствами эмпирической работы этих школ были: наблюдение (включенное и обыденное), эксперименты, в т.ч. групповые, индивидуальные неструктурированные интервью, стандартизованные количественные опросы. Что же касается групповых интервью, то они применялись сравнительно редко и не находились в фокусе методического внимания теоретиков и эмпириков тех лет.

Для более правильного понимания роли эмпирических исследований в социологической теории следует отметить, что «теоретический уровень науки относительно самостоятелен, он способен развиваться и без непосредственной опоры на данные эмпирические исследования, поскольку теоретические и эмпирические гипотезы могут появляться в результате уточнения и развития содержания понятий, а не в результате эмпирического анализа связей между теми явлениями, в которых эти понятия операционализированы» [24, с. 297].

Идейный конфликт между «количественной» и «качественной» социологией обозначился в конце 60-х годов на волне критики структурного функционализма со стороны возникшей в те годы феноменологической социологии и смежных с ней направлений. В нашей предыдущей книге мы уже писали, что этот конфликт сопровождался сильными идеологическими перехлестами. Сейчас для нас важно отметить, что критика феноменологов имела два аспекта: теоретический и методический, причем критикующие в пылу полемики, по-видимому. плохо осознавали, что эти аспекты критики должны были быть направлены на разные объекты.

Анализ теоретических аспектов спора не входит в нашу задачу, однако методические аспекты имеют прямое отношение к нашей теме. С нашей точки зрения, методическая революция, происходившая одновременно с теоретической, имела две основные причины. Первая, достаточно очевидная, состояла в том, что для сторонников феноменологической и этаометодологической ориентации «живая речь» и «живое наблюдение» действительно были более релевантны их теоретическим взглядам, чем данные стандартизованных опросов. Иллюстрацией могут служить использовавшиеся А,Сикурелом такие методы сбора данных, как участвующее наблюдение, запись на пленки дискуссий, изучение протоколов судебных заседаний и тд. Позднее под влиянием работ основоположников феноменологической социологии возродился интерес к биографическому методу и методу устных историй, причем оба они получили существенное методическое и теоретическое развитие.

Если не считать отмеченных выше идеологических перехлестов, описанный выше процесс смещения фокуса методических интересов в целом следует считать нормальным, поскольку для каждой специфичной системы концептуальных представлений и для соответствующего ей специфичного объекта существует свой естественный баланс методов, определяемый не идеологическими пристрастиями, а объективными свойствами изучаемых проблем (это отмечают и сами социологи феноменологической ориентации). Для полноты картины добавим, что, с нашей точки зрения, снижение интереса к количественным методам в области теоретической социологии связано с падением интереса к зонам релевантности этих методов, но не с исчезновением этих проблемных зон как таковых.

Вторая причина критики количественных методов, по-видимому, более важная, чем первая, но до сих пор плохо осознанная, состоит в том, что теоретики феноменологической ориентации, по крайней мере, наиболее молодые из них, выступая против «социологического истеблишмента», соединили в единый объект структурно-функциональную теоретическую социологию и, как это ни странно, сложившуюся в университетах и колледжах систему преподавания методов эмпирического социологического исследования. Если засилие количественных и математических методов никоим образом не было характерно для теоретической социологии, то оно, несомненно, имело место в системе методического образования социологов, в основу которого был положен весьма искусственный гибрид между описанием прикладных количественных методик и обоснованием их валидности в духе позитивистской философии, причем сами прикладные исследования и их реальная специфика в таких описаниях вообще как бы игнорировались.

В предыдущей книге мы уже подробно писали, что основной недостаток позитивистской методологической концепции состоял в том, что концентрируя внимание на точности измерений и математической проверке гипотез, она ничего не говорила о том, что такое содержательные теории и гипотезы и откуда они берутся. Такая неадекватность системы социологического образования имеет, на наш взгляд, достаточно глубокую причину. Трагедия социологии как научной дисциплины, состоит в том, что она создала множество высочайших теоретических трудов, но не создала жанра теоретического учебника, в котором эти труды нашли бы адекватное обобщение. Вследствие этого каждое новое поколение социологов в процессе своего профессионального роста в очень большой степени вынуждено опираться на самообразование. Отсюда — периодическая идеологизация социологии, «конфликты поколений», периоды подъемов и спадов, крутых идеологических поворотов и тд. Отсюда же — ощутимый крен социологического образования в сторону изучения методов исследования, опасность которого недвусмысленно выразил экономист Ф.Хайек: «..К несчастью, технические приемы исследовательской работы сравнительно легко осваиваются, поэтому и в положении учителей часто оказываются люди, владеющие техникой, но слабо разбирающиеся в предмете исследования, так что и их работа с научной точки зрения оказывается несостоятельной» [33].

Исходя из вышеизложенного, следует попытаться определить ту реальную область, применительно к которой критика количественных методов опросов действительно была обоснованной. Такая критика явно не была направлена в адрес организованных по принципу поточного производства коммерческих опросов, которые осуществлялись автономно, имели независимые источники финансирования и успешно решали ставившиеся перед ними практические задачи. Кроме того, как будет показано ниже, качественные методы активно использовались в коммерческих опросах еще в начале 50-х годов, т.е. задолго до возникновения описываемых академических споров.

С другой стороны, объектом методической критики не была и структурно-функциональная социология, которая, как уже говорилось, весьма корректно и с высоким уровнем рефлексии пользовалась всем арсеналом социологических методов, включая и количественные, и качественные опросы. Чтобы не быть голословными, укажем, что нам не известна ни одна публикация, в которой с методической точки зрения критиковались бы результаты количественных опросов, положенные в основу теоретических работ Р.Мертона, П.Лазарсфельда, С.Стауфера и других наиболее известных социологов структурно-функционального направления, проводивших эмпирические исследования. Еще меньше оснований считать объектом методической критики социологию организаций, поскольку в этой области стандартизованные массовые опросы хотя и использовались, но никогда не были доминирующими (исключение составляют различные анкеты и формуляры, распространяемые так называемыми «специалистами по управлению», но их деятельность лишь с большой натяжкой может быть охарактеризована как социологическая). Что же касается третьей из названных нами высокоразвитых теоретико-эмпирических школ, а именно, культур-антропологии, то эта область никогда не страдала от засилия количественных методов, о чем свидетельствует, к примеру, следующее высказывание КЛеви-Стросса:

«Подлинность существования корреляции, даже основанной на впечатляющих статистических данных, зависит в конечном счете от правильности производимого заранее выделения тех явлений, между которыми устанавливаются корреляции, что создает опасность возникновения порочного круга... Статистический метод всегда оказывается эффективным для обнаружения неправильно установленных корреляций» [20, с.275].

Итак, если учесть, что растущая неудовлетворенность поверхностью количественных опросов не могла быть адресована ни сфере коммерческих опросов, ни ведущим теоретико-эмпирическим направлениям исследовательской социологии тех лет, остается констатировать, что эта неудовлетворенность вызывалась в первую очередь специфичным освещением методических вопросов в самой университетской среде, т.е. в сфере преподавания социологии, а также в связи с поверхностностью работ, выполнявшихся под непосредственным влиянием рекомендаций учебных курсов по методике социологических исследований.

При осмыслении этого вывода следует учесть, что текущая социологическая периодика в существенной мере заполнялась публикациями неадекватно сориентированных исследователей, чаще всего молодых. В принципе такое явление следует считать нормальным, поскольку публикации выполняют, в том числе, и учебные функции. Однако неадекватное и некритическое использование количественного инструментария в этих публикациях просто бросалось в глаза и поэтому стало естественной мишенью для критики. В нашей предыдущей книге мы уже приводили примеры результатов опросов, в которые трудно вложить какой-либо определенный смысл. Число таких примеров легко умножить.

Охарактеризовав причины сдвига методических ориентации в направлении качественных методов в академической социологии, нам остается определить, какой вклад внесла в этот процесс сфера коммерческих опросов. Вновь следует подчеркнуть, что, хотя обе эти сферы оказывали и оказывают друг на друга определенное, а временами и очень существенное влияние, динамика их развития по всем существенным признакам является автономной. Яркой иллюстрацией этого являются различия в показателях их ресурсной динамики. По сравнению с «золотым веком» западной теоретической социологии 40-60-х годов, к 80-м годам резко упала ее общественная популярность, сократилось число социологических кафедр и численность изучающих социологию студентов, сильно возрос средний возраст преподавателей, сократились ассигнования, сузилась аудитория читателей фундаментальных теоретических трудов [11, с.57]. Университетская революция 60-х годов в социологии привела к классической форме отраслевой депрессии. Только в последние годы эта депрессия, возможно, начинает преодолеваться, причем в первую очередь за счет роста удельного веса преподавания предметов, ориентированных на прикладные и коммерческие цели.

Что же касается сферы коммерческих опросов, то за весь послевоенный период она переживала устойчивый рост, опережая по темпам роста экономику в целом и не испытывая никаких признаков депрессии.

Как уже говорилось, в 20-е годы сфера коммерческих исследований создала технологию массовых количественных опросов и распространила ее на всю социологию. Однако в 50-е годы при освоении новой предметной области, а конкретно маркетинговых исследований, именно коммерческая сфера первой почувствовала недостаточность и неадекватность количественного аппарата, причем по чисто прагматическим соображениям. Далее важно отметить, что основным дополняющим методом в этой сфере стали не качественные методы вообще, а именно фокус-группы, а также, хотя и в меньшей степени, — индивидуальные неструктурированные интервью. Все авторы современных монографий по фокус-группам сходятся в том, что в США фокус-группы активно применялись в маркетинговых исследованиях уже с середины 50-х годов, а по мнению некоторых — даже с конца 40-х [63,114 и др.].

Как могло получиться, что метод группового фокусированного интервью, широко применявшийся на практике, не составлявший особой тайны и описанный во многих публикациях, в том числе и учебных, три десятилетия оставался практически незамеченным, а затем в середине 80-х годов вдруг вошел в моду, перехлестнув по своей популярности все прочие методы вместе взятые? Этот факт трудно объяснить рациональными причинами. Продолжительная "незамеченность" метода, возможно, объяснялась инерционностью системы образования. Одна из очевидных причин внезапной «за-меченности» заключалась в том, что к нему проявили интерес социологии-теоретики феноменологической ориентации. Другая, совершенно независимая причина, состояла в том, что ряд исследователей, занимавшихся маркетинговыми фокус-группами и имевших стаж работы в этой области от 20 до 30 лет, примерно в одно и то же время независимо друг от друга написали несколько сильных учебников, которые просто не могли стать незамеченными.

Появление еще одного «качественного» метода было с восторгом встречено теми академическими кругами, которые придерживались качественной ориентации. Эта восторженная встреча была вызвана, по-видимому, двумя причинами: с одной стороны, этот метод соответствовал победившей качественной идеологии, а с другой, отвечал требованиям неафишируемого поворота системы социологического образования в сторону практически ориентированных и коммерческих исследований.

Однако описанные выше рациональные причины выглядят явно недостаточными для объяснения того громадного идеологического перехлеста, с которым по мировой социологии прокатился фокус-групповой «бум». В странах США и Западной Европы нашлись университеты и спонсоры, направляющие своих миссионеров для обучения других народов этому прогрессивному методу (побывали они и в России: имеется в виду организация ROSCON и некоторые другие). Удивляет, конечно, то, что, по крайней мере в России, эти миссионеры не столько разъясняли принципы проведения маркетинговых фокус-групп, сколько проповедовали идеи социального партнерства и мира, средством для достижения которых они считали фокус-группы, проводимые не профессиональными модераторами, а непосредственно лидерами соответствующих организаций: профсоюзов, предприятий, местных властей и тд. (утопизм этих идей в чем-то перекликается с идеями Я.Морено. который стремился к достижению сходных целей с помощью социометрии и психодрамы).

Сегодня, в 1996 году, уже стало очевидно, что «перехлесты» фокус-групповой моды сходят на нет, и метод фокус-групп возвращается в свои естественные границы, т.е. границы тех областей и сфер применения, где он всегда был наиболее эффективен. Полезный вклад фокус-группового «бума» в развитие методов эмпирической социологии состоял в том, что он привлек внимание к этому методу широких кругов исследователей и активизировал поиск новых областей релевантности. Не исключено, что в какой-то мере этот поиск был эффективен, однако окончательные итоги подводить пока рано. Все же, с нашей точки зрения, в ближайшее время следует ожидать усиления методических позиций индивидуального неструктурированного интервью как более универсального метода.

Описывая, по необходимости очень кратко, генезис метода фокус-групп в соотнесении с генезисом других методов эмпирической социологии, нам хотелось избежать некоторых упрощенных трактовок, связанных с разъяснением методических функций фокус-групп и качественных методов вообще. Само деление социологии на «количественную» и «качественную», с нашей точки зрения, правомерно только применительно к области эмпирических методик. Различные теоретические подходы и различные практические задачи могут в той или иной мере тяготеть к количественному или качественному инструментарию, но характеризовать их как «количественные» или «качественные» было бы, с нашей точки зрения, большой натяжкой.

Далее, хотя биографический метод, включенное наблюдение, дневники и личные документы, устные истории, различные виды индивидуальных неструктурированных интервью, а также фокус-группы обладают определенными общими свойствами, позволяющими объединить их в категорию «качественных методов», не следует забывать не только о существенной разнородности этих методов, но и об их «привязке» к различным проблемным областям. В частности, можно смело утверждать, что биографический метод никогда не найдет широкого применения в маркетинговых исследованиях. С другой стороны, биографический метод незаменим при изучении долгосрочных социальных сдвигов и ряда других проблем, где фокус-группы, неизбежно концентрирующиеся на весьма узкой проблеме обсуждения, вряд ли станут доминирующим инструментом исследования. В исследованиях организаций, преступных группировок, теневой экономики и ряда Других проблемных областей, как нам кажется, фокус-группы никогда не станут главным инструментом исследования, в частности потому, что в этих областях не всегда могут быть вычленены так называемые популяционные группы — необходимое условие проведения группового интервью.

Сохраняется и, с нашей точки зрения, сохранится в будущем существенное различие в балансе качественных методов, используемых в академических и коммерческих исследованиях. В академических исследованиях, вообще говоря, используется весь арсенал количественных методик, и фокус-группы никоим образом не являются доминирующими. Значительные усилия, предпринятые во времена фокус-группового «бума», по распространению этого метода за пределы его традиционного использования имели весьма ограниченный успех. Правда, надо сказать, что в сфере социологического образования практика проведения групповых дискуссий, пусть даже по некоторой условной и учебной проблематике, является эффективным средством обучения.

В сфере коммерческих исследований «индустрия опросов» раскололась в настоящее время на две крупные подотрасли:

количественную и качественную. В качественной доминируют фокус-групповые исследования, которые ведутся с очень большим, все возрастающим размахом. Используются в этой подотрасли и индивидуальные глубокие интервью. Прочие качественные методы в коммерческих исследованиях практически не используются.

1. **Характеристика количественных и качественных методов социологического исследования**

Все методы сбора информации в социологических исследованиях можно разделить на две большие группы: количественные и качественные.

Количественные исследования предназначены для изучения объективных, количественно измеряемых характеристик поведения людей. Количественные исследования являются преимущественно описательными.

Обработка информации в таких исследованиях осуществляется с помощью упорядоченных процедур, количественных по своей природе. К выборке в количественных исследованиях предъявляются жесткие требования, базирующиеся на теории вероятности и математической статистике. В связи с этим возможен перенос выводов, полученных на основе изучения выборочной совокупности, на всю генеральную совокупность.

Качественные исследования предназначено для получения с помощью специальной техники так называемой глубинной информации. Качественное исследование можно назвать интерпретационным. Качественное исследование позволяет получить информацию о мотивах поведения, установках людей, то есть получить ответ на вопрос: «Почему?». Жесткие требования к выборке и математическому подтверждению достоверности полученной информации к таким исследованиям неприменимы.

«Качественное исследование – это процесс открытия, тогда как количественное – это процесс доказательства и подтверждения» [10, с.5]

Основные отличия качественных методов от количественных сведены в табл.1., которая составлена с учетом аналогичных таблиц К.Пламера и В.В. Семеновой, но отличается от них[8, с. 204-205].

Таблица1

**Сопоставление количественных и качественных методов социологических исследований**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Основания сравнения | Количественные методы | Качественные методы |
| 2 | 3 | 4 |
| Цель применения | Макросоциологическое исследование | Микросоциологическое исследование |
| Цель применения | Дать объяснение причин изучаемого явления | Понять изучаемое явление |
| Исследовательские задачи | a.      Измерить параметры явления;  b.     Установить взаимосвязи между отдельными параметрами; | a.      Выявить обую картину явления;  b.     Концептуализировать явление, интерпретировать его |
| Позиция исследователя | «сторонний» наблюдатель | «сочувствующий» участник |
| В центре внимания исследователей | a.      Социальные структуры и институты;  b.     Объективные факторы;  c.     Общие социальные процессы | a.      Человек;  b.     Субъективные факторы;  c.     Особенные, частные процессы |
| Исследовательские гипотезы формулируются | До начала сбора данных | По мере овладения данными |
| Исследовательские инструменты | a.      Разрабатываются до полевого этапа;  b.     Формализованы, во многом одинаковы для всех исследователей | a.      Определяются как до полевого этапа, так и в его ходе;  b.     Неформализованы, отражают индивидуальный исследовательский опыт |
| Исследовательские процедуры | Стандартизованы; предполагается их дублирование | Менее стандартизованы; дублируются редко |
| Единицы анализа | Факты, события, высказывания, акты поведения | Субъективные значения фактов для индивида |
| Логика анализа | Дедуктивная: от абстракции к фактам путем операционализации понятий | Индуктивная: от фактов к концепциям |
| Основные способы анализа | a.      Классификация путем отождествления случаев;  b.     Статистическими способами;  c.     Систематизация | a.      Описание случаев без их отождествления;  b.     Путем обобщения выявленных оценок;  c.     вообржение |
| Данные исследования представляются в виде: | Статистических распределений, шкальных показателей, индексов и т.п | Высказываний, документов, интеллектуальных продуктов групповых дискуссий и т.п. |
| Валидность (надежность) достигается достоверным | Повторением установленных связей | Описанием случаев и выявленных мнений |
| Стиль исследования | Жесткий, холодный | Мягкий, теплый |

Количественные и качественные исследования нельзя противопоставлять, так как они взаимосвязаны и дополняют друг друга. Только при таком подходе к их применению возможно получение достоверной информации. Результаты качественных исследований могут быть переведены в количественную форму с помощью, например, такого количественного метода, как контент-анализ. При проведении количественных исследований часто используются качественные технологии получения информации (ассоциации, незаконченные предложения, вопросы-ловушки и т.д.).

Тем не менее, необходимо помнить, что количественные и качественные методы имеют свои специфические исследовательские цели, предназначения, предпочтительные объекты изучения.

1. **Общая характеристика качественных методов**

В социологической практике под качественными данными понимают данные, которые выражаются нечисловым способом. Их носителями могут быть рисунки, фотографии, видеоматериалы, различного рода символы и знаки, вещи, предметы и пр. Но чаще всего они представлены в виде вербальной информации - текста или речи. От количественных данных качественные отличаются тем, что содержание последних несет в себе смысл, непосредственно характеризующий самого их носителя, в то время как количественные указывают на масштаб, объем, интенсивность характеристик изучаемого явления. Качественные данные позволяют раскрыть значения социального явления, количественные показывают, насколько часто оно случается или насколько интенсивно представлено в социальной реальности. Качественные данные обозначают предмет исследования, количественные - показывают, насколько сильно он проявлен в объекте. Продолжая такого рода рассуждения, можно сделать вывод, что одни данные в большей степени ориентированы на создание суждения о социальном явлении, другие - на оценку значимости или тестирование этого суждения. Эти различия в природе двух типов данных привели к тому, что так называемые качественные исследования (исследования, основанные на сборе и анализе качественных данных) стали связывать в большей степени с этапом генерирования или построения теории, а количественные исследования - с ее верификацией.

Качественные методы дают возможность выделить мотивационную составляющую восприятия людьми объектов социологического исследования, повышая таким образом информативность выводов и даже серьезно изменяя их.

Можно выделить две основные проблемы социологического исследования, основанного только на анализе статистических данных:

* большинство опрошенных не задумывается о причинах своих поступков, а в ответ на подобные вопросы приводит рациональные основания;
* при анализе стандартизированных анкет невозможно определить источники и причины высказанного отношения - мнения, что существенно снижает их информативность и практическую ценность.

Зачастую заказчик, получив пухлую папку с результатами стандартного социологического исследования, не понимает, что ему дальше с этим делать.

Качественные методы направлены на изучение максимально широкого спектра мнений. Раскрытие наиболее полной картины ситуации является одним из условий, позволяющих анализировать внутреннюю структуру и взаимосвязи изучаемого явления, а значит - воздействовать на него.

Качественные методы наиболее применимы для решения практических задач по анализу общественного мнения в сфере средств массовой информации и маркетинга. Они позволяют исследовать глубинные механизмы процесса влияния массовой коммуникации на индивидуальное сознание и увидеть закономерности восприятия социальной информации. Меняя набор методик, можно задать уровень получаемой информации: от социально обусловленных реакций до их подсознательной мотивации. Можно выделить несколько уровней анализа:

* Сознательных факторов, доступных для структурированных опросчиков;
* Личных чувств и языка, для которых требуется «сочувствующее» интервью;
* Интуитивных ассоциаций, для выявления которых используются невербальные методы или игры, выявляющие внутренний мир респондентов;
* Бессознательных, спонтанных реакций, не подверженных цензуре сознания факторов, поддающихся проективным методам.

Качественные методы можно использовать не только для уточнения внутренней структуры и динамики общественного мнения, но и как вспомогательные при подготовке количественных исследований - например при формировании анкеты (получение спектра ответов, их предварительная кластеризация), или при разработке рабочей гипотезы исследования (выяснение специфических закономерностей восприятия изучаемого феномена и уточнение направлений исследования).

Общий фокус качественных исследований концентрирует внимание на частном, особенном в описании целостной картины существования общества. Представителями качетвенного направления в социологии мы можем назвать Г.Зиммеля, Дж.Мида, М.Вебера, Ю.Хабермаса, А.Шюца, Г.Гарфинкеля. Каждый из них строил свои теоретические концепции на основе субъективного подхода к исследования жизни общества. Представители данного направления считают неоправданным отход "количественников" от жизни конкретного человека, его переживаний и повседневных практик.

Далее приведена таблица, характеризующая качественные методы социологии.

Таблица1- Характеристика качественных методов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Метод** | **Решаемые задачи и сфера применения** | **Кол-во участников** | **Ст-ть** |
| экспертный опрос | Получение предварительной "карты" изучаемого феномена, формирование структурного описания и рабочей гипотезы исследования | 1-3 | От 600 |
| peer-группа | Выявление и формулировка проблем, которые могут быть исследованы с помощью количественных опросов. | 3-5 | От 200 |
| фокус-группа | Формирование либо корректировка анкеты для стандартизированного опроса на основе полученного широкого спектра реакций, мнений и оценок относительно изучаемого явления. Моделирование социодинамики для получения информации о влиянии коммуникативных процессов в обществе на формирование или изменение реакций, мнений и оценок относительно изучаемого феномена. Составление "портрета" социальной группы при экспертной оценке социально- экономической ситуации. Контент- анализ материалов фокус- групп позволяет выявить не наиболее часто упоминаемые, а принципиально новые, редко называемые факторы (используется при исследовании социальной динамики и составлении прогнозов). Дополнение и корректировка данных количественного исследования при их анализе и составлении прогнозов и рекомендаций | 8-15 гомогенного социального состава | От 400 |
| диадическое интервью | Изучение разногласий противостоящих друг другу позиций и углубленное исследование их причин. Выявление механизмов противостояния мнений или их идентичности.Изучение иерархически организованных взаимодействий руководства и подчиненных.Изучение интимных вопросов, в том числе, связанных с полом. | 2 | От 500 за серию |
| ECG (расширенная креативная группа) | Сопоставление различных аспектов групповой коммуникации (устный, письменный, невербальный, прожективный). Изучение потребностей и мотивов (подавляемых и явных), лежащих в основе того или иного социального поведения. Проверка исследовательских гипотез и корректировка материалов, рассчитанных на предъявление широкой аудитории (в социологических исследованиях таковыми являются стандартизированные анкеты, а в маркетинговых или политологических - рекламная, PR-продукция или товар, услуга). | 5-15 | От 300 |
| глубинное интервью | Сбор данных о психологических механизмах формирования мнения (источники, причины, мотивация, обусловленность, контекст). | 1 | От 300 |

1. **Сферы применения качественных методов**

1. Получение реальной картины мнений, что используется, в частности, для корректировки вопросов анкеты количественного социологического исследования;

2. Тестирование материалов для рекламной или политической кампании (листовок, плакатов, аудио- и видеороликов, статей, программных положений);

3. Диагностика восприятия имиджа, фирменного, поведенческого стиля и выработка путей его улучшения;

4. Диагностика социальных групп с целью выявления механизмов влияния на их поведение.

Соответственно, использование качественных методов удешевляет как сам процесс исследований, так и процесс проведения политической или рекламной кампании, позволяя избежать лишних шагов и использовать наиболее эффективные методы воздействия.

Аналитической центр "Нью имидж" - единственная исследовательская организация в Челябинской области, которая регулярно проводит подобные исследования в течение 5 лет и накопила уникальный опыт в практическом применении их результатов. [16]

**Заключение**

В заключении следует отметить, что качественные методы наиболее применимы для решения практических задач по анализу общественного мнения в сфере средств массовой информации и маркетинга. Они позволяют исследовать глубинные механизмы процесса влияния массовой коммуникации на индивидуальное сознание и увидеть закономерности восприятия социальной информации.

Качественные методы социологических исследований - незаменимый инструмент для моделирования политических и рекламных кампаний, широко используемый во всем цивилизованном мире.

Грамотно проведенное исследование этих методов дает возможность четко сформулировать понятный и близкий потребителю образ организации, товара, политика и выбрать наиболее эффективные технологии воздействия на общественное мнение.

**Список литературы**

1.Арефьева Г.С. Общество как объект социально-философского анализа. М.,1995.

2.Балабанова Е.С. Вынужденные мигранты: жизненные трудности и ресурсы из преодоления / Куда идет Россия? Власть, общество, личность / Под общ. ред. Т.И. Заславской. - М., 2000.

3. Балабанова Е.С., Грудзинский А.О. Институциональные условия трансфера технологий // Социол. исслед. - 2001. - № 4.

4. Барулин В.С. Социальная философия. М.,1999.

5. Бернгард Г. Качественные и количественные методы исследования в социальной работе // Социол. исслед. - 2001. - № 1.

6. Бутенко И.А. Постмодернизм как реальность, данная нам в ощущениях // Социол. исслед. - 2000. - № 4. - С. 5-9.

7. Девятко И.Ф. Включенное наблюдение // Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 1998. - С. 15 - 43.

8. Кирдина С.Г. Импорт концепций, прежние подходы или новые самостоятельные теории? // Социол. исслед. – 2001. - № 8. - С. 39.

9. Клюшкина О.Б. Построение теории на основе качественных данных // Социол. исслед. – 2000. - № 10. - С. 92-101.