

Н.Л. МИКИДЕНКО

**ДИЗАЙН И МЕТОДЫ
НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Новосибирск 2020

ББК: 30.18в6
М

Рецензенты:
докт.экон.н., профессор А.А. Борисова
докт.соц.н., профессор С.А. Ильиных

Микиденко Н.Л.

Дизайн и методы научного исследования: учебное пособие / Н.Л. Микиденко. – Новосибирск, издательство НГТУ, 2020. – 123с.

ISBN:

Пособие предназначено для студентов, обучающимся по направлениям 38.04.02 – «Менеджмент». 38.04.01 – Экономика, а также студентам, интересующимся вопросами научных исследований и заинтересованным в развитии исследовательских компетенций. Учебное пособие может быть использовано при изучении дисциплины «Методология и методы исследований в менеджменте», в организации и проведении социологических и маркетинговых исследований, В пособии представлен теоретический материал в сопровождении методического материала (контрольные вопросы, темы эссе, практические задания, тестовые задания, задания по работе с текстом).

ISBN:

ББК: 30.18в6

© Микиденко Н.Л., 2020
© Новосибирский государственный
технический университет, 2020

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Глава 1. Теоретические основы научного исследования.....	6
1.1. Становление науки как вида профессиональной деятельности	6
1.2. Научная революция. Тенденции развития науки	10
1.3. Структура науки как особого вида знаний.....	15
1.4. Типология научных исследований.....	21
Контрольные вопросы и задания.....	22
Библиографический список.....	26
Глава 2. Дизайн исследования как конструирование знания о социальной реальности	29
2.1. Направления исследований в сфере экономики, менеджмента и маркетинга	29
2.2. Методология исследования.....	33
2.3. Основные этапы исследования	37
Контрольные вопросы и задания.....	42
Библиографический список.....	46
Глава 3. Методы исследований	48
3.1. Методы исследований: определение, классификация	48
3.2. Неопросные методы сбора социологической информации	56
3.3. Опросные методы сбора социологической информации	69
Контрольные вопросы и задания.....	74
Библиографический список.....	78
Глава 4. Цифровые технологии и методы исследований	80
4.1. Социальные сети как ресурс сбора эмпирической информации: возможности и ограничения	80
4.2. Возможности социальных сетей в рекрутировании целевой выборки.....	82
4.3. Он-лайн-интервью: возможности и ограничения	87
4.4. Геймификация он-лайн-опросов как способ вовлечения и повышения качества ответов респондентов	94
Контрольные вопросы и задания.....	97
Библиографический список.....	101
Глава 5. Форма представлений результатов научного исследования	104
5.1. Основные формы представления результатов, их характеристики	104
5.2. Оформление научной публикации	109
Контрольные вопросы и задания.....	119
Библиографический список.....	122

ВВЕДЕНИЕ

Трендами развития современной исследовательской индустрии стали *новые требования клиентов* (высокие требования к качеству аналитики, в том числе к аналитике данных в режиме реального времени, прогнозным моделям и сценариям, анализу множественных источников данных, а также высокие требования к качеству представления данных: инфографика¹, дэшборды²); *развитие технологий* (доступность интернета, рост числа используемых мобильных устройств, появление новых типов устройств, в том числе переносных устройств, развитие социальных сетей). Большие данные становятся частью аналитики. Полевые исследования совмещаются с анализом больших данных (данные социальных медиа, данные собираемые он-лайн, в том числе он-лайн-опросы, MROC³, clickstream⁴, данные с устройств смартфоны). Есть данные, согласно которым ежегодно проводится до 500 тыс. исследований (опросов) разной направленности, тематики и жанров

Среди трендов, которые окажут существенное влияние на развитие исследовательской индустрии в ближайшие 10 лет эксперты называют: изменения в области сбора данных, изменения в поведении клиентов, изменения в области аналитики данных, геополитическая нестабильность, упрощение доступа к внешним рынкам⁵.

Эксперты рассматривают возможные сценарии развития исследовательской индустрии:

¹ Инфографика — это графический способ подачи информации, или информация, представленная в виде картинок. Источник: https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_infografika_5_besplatnykh_servisov_dlya_eyeye_sozdaniya/

² Дашборд (или дешборд) — специальный сервис, предназначенный для сбора и также визуализации данных. С его помощью можно генерировать информацию из таблиц, аналитических сервисов, социальных сетей и также баз данных. Дашборд показывает объективную информацию про те или иные рабочие процессы. Обладая такой информацией, можно значительно увеличить эффективность бизнеса и более точно прогнозировать его развитие. Источник: <https://reklamaplanet.ru/biznes/dasbord>

³ MROC — он-лайн-сообщества маркетинговых исследований.

⁴ Clickstream-данные — это инструмент исследования рынка в реальном времени, отчет о перемещениях пользователя по web-сайту, с помощью которого организации могут узнать о своих клиентах разную информацию как о потребителях: кто они, что, как и когда покупают

⁵ Форсайт-сессии «Индустрия маркетинговых исследований — 2025». Источник: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2016/doklady/2.4_klimanova.pdf

1. «ОТКРЫТЫЙ МИР»: оптимистичный, вероятный и сложный сценарий для игроков рынка. Ключевые характеристики: максимальная доступность и открытость данных, высокая скорость изменений в поведении индивидуума, высокоинтеллектуальные решения, основанные на синтезе количественных и качественных данных;
2. «RESEARCH БЕЗ ДАННЫХ»: депрессивный сценарий, в котором отсутствуют данные. Ключевые характеристики: ограниченность доступа к данным и высокая скорость изменений в поведении индивидуума основная компетенция исследователей - создание источников данных;
3. «СЧАСТЛИВЫЙ ОДНОМЕРНЫЙ ЧЕЛОВЕК»: сбор данных останется за высокотехнологичными компаниями, агрегаторами и владельцами Big Data. Ключевые характеристики: максимальная доступность и открытость данных и низкая скорость изменений поведения потребителя, сценарий может место при ухудшении ситуации в экономике и спаде потребительской активности⁶.

Представления об организации и тенденциях исследований являются частью профессиональных знаний и компетенций студентов. Освоение материала, представленного в пособии, позволяет расширить кругозор студентов в области исследовательских практик.

Целью учебного пособия является формирование у студентов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика», теоретических знаний и практических навыков в сфере исследовательской деятельности будущих специалистов в области менеджмента, формирование представлений о состоянии исследовательской индустрии на современном этапе и роли научных исследований в развитии научного подхода к управлению, специфике методов, использующихся для получения информации о социальных процессах, явлениях, феноменах, детерминирующих экономические процессы.

⁶ Форсайт-сессии «Индустрия маркетинговых исследований – 2025». Источник: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2016/doklady/2.4_klimanova.pdf

Глава 1. Теоретические основы научного исследования

1.1. Становление науки как вида профессиональной деятельности

Жизнь современного человека уже невозможно представить без научного знания. И если в более ранние времена наука, научное знание и ученые – это были явления далекие от повседневной жизни человека, то сегодня – это часть повседневности, встроенная в жизнь каждого человека. А знаменитая фраза «британские ученые доказали» знакома уже младшим школьникам.

Наука сегодня – это движущая сила развития общества. Вложения в научные разработки являются фактором, создающим конкурентное преимущество в развитии страны. Лидерами по абсолютному объему средств на исследования и разработки являются США (более 350 млрд. долларов в год), Япония (более 100 млрд. долларов в год), Германия (более 50 млрд. долларов в год); по удельному весу расходов на науку в ВВП наиболее наукоемкие – Швеция (3,7%), Финляндия (3,4%), Япония (3,2%), США (2,7%), Германия (2,5%), Франция (2,1%) [Ларин С.Н.]. Помимо вложений в науку критериями, характеризующими инновационное развитие страны, стали показатели расходов на дизайн, маркетинг, численности занятых в научной сфере, количества патентов, полученных внутри страны и за рубежом, степень защиты интеллектуальной собственности, развитие сферы образования. По этим показателям лидерами считаются США, Финляндия, Швейцария. Объем научных знаний в мире и количество ученых в мире удваивается каждые 15-20 лет, а 50% полученного знания внедряется в производственный процесс [Дрещинский В.А., с.11]. За последние 30 лет создано 70% знаний человечества, полученных за всю историю его существования [Сагдеев, Д. И., с. 19]. Таким образом, сегодня наука – это неотъемлемая часть жизни общества. Но так было не всегда.

Становление науки – это длительный исторический процесс, связанный с присущим человеку стремлением познать мир вокруг себя и самого себя. Уже в ранние эпохи были исследователи, сделавшие научные открытия, но занятия

наукой был удел лишь немногих людей. Наука в этот период была теоретична, рассматривалась как самоцель, знание было самоцелью, то есть знание ради знания, в то же время научное знание уже было системно, рационально и практично. Для античного этапа развития науки характерны теоретичность и доказательность, в отрыве от практики и эмпирического опыта. Для средневековой науки – влияние религиозного мышления, заслуга которого проявилась в разработке логического (аналитического) инструментария, который стал основой эмпирических и теоретических исследований в новое время.

Только в 17 веке появится запрос со стороны общества на функционирование науки как социального института со всеми атрибутами присущими социальным институтам. Именно к этому периоду относится появление профессиональной группы ученых, специализированных учреждений (например, Академия наук, научный институт), научных сообществ. К этому времени произошло крушение архаично-средневековой концепции мира, со свойственной ей теологичностью. Наступает время классической науки, для которой присуще опытное получение знания, опора на эксперимент и факты, на смену синкретичности знания приходят отдельные науки (дисциплины). Наука превращается в самостоятельный вид профессиональной деятельности, в истории которой выделяют следующие качественные этапы развития:

1. классический этап развития (XVII–XIX вв.);
2. неклассический этап развития (первая половина XX в.);
3. постнеклассический (вторая половина XX в. – начала XXI в.).

Существует множество определений науки, раскрывающие ее разные стороны. В словаре русского языка под редакцией С.Н. Ожегова приводится следующее определение: «Наука – это система знаний о закономерностях развития природы, общества и мышления, а также отрасль таких знаний» [Ожегов С.Н.]. Множество определений науки может быть структурировано в отражении следующих аспектов:

1. *Наука как деятельность.* Наука – область человеческой деятельности, направленная на получение, обоснование и систематизацию объективных знаний о мире, человек и обществе, а также о самом познании (Г.Д. Боуш, В.И. Разумов). Наука – высокоспециализированная интеллектуальная деятельность особой группы людей по добыванию, систематизации и проверке знаний об объективных процессах и устройстве мироздания, явлениях в природе, человеке и обществе, способах мышления и представления реальных процессов для их эффективного использования в практике, а также рациональных (оптимальных) процессов и технологий такой практики, позволяющих более эффективно достигать поставленных целей (В.А. Дрещинский).

2. *Наука как система взглядов.* Наука – это исторически сложившаяся и непрерывно развивающаяся на основе общественной практики система знаний о природе, обществе и мышлении, об объективных законах их развития.

3. *Наука как социальный институт.* Наука – это особая сфера организации деятельности, выражающая форму сознания ученого сообщества, и общественный институт, форма которого выработана в ходе исторического развития цивилизации.

4. *Наука как объединение людей.* Наука – это способ организации совместной деятельности ученых, которые являются особой социально-профессиональной группой, определенным сообществом. Научное сообщество – это сложная самоорганизующаяся система, в которой действуют и государственные институты, и общественные организации, и неформальные группы, важнейшими функциями которого является экспертиза новых идей и теорий, обеспечивающих развитие научного знания, а также поддержка системы образования и подготовки новых научных кадров.

Научное познание выступает сложным процессом, сущность которого проявляется в познавательной деятельности человека, направленной на выработку новых, систематизированных, объективных знаний. В процессе научного познания сущность явлений объективного мира путем мыслительных операций приобретает форму научного знания. Результатом научного познания

становятся *научные знание* – совокупность информации об изучаемом предмете, которая на языке конкретной науки отражает его природу, сущность может быть проверена и всегда служит основой для выявления и раскрытия сущности следующего порядка исследуемого предмета.

Критериями научного знания выступают:

1. Опытное изучение реальности («Ничего со слов»);
2. Достоверность научного знания;
3. Объективность и предметность знания;
4. Практическая направленность научного знания;
5. Направленность на обнаружение законов;
6. Рефлексия по поводу методов, используемых для достижения целей;
7. Особый язык науки.

Карл Поппер, известный британский и австрийский философ и социолог (1902-1994), обосновал идею роли научного знания в концепции «трех миров». Мир физических объектов существует вне сознания человека, объективно и вне зависимости от знаний человека об этих объектах (первый мир). Человек как познающий субъект посредством сознания отражает объективную реальность в самых разных формах (биологических или социальных, чувственных или рациональных) (второй мир). Человек создает мир объективных знаний (научные концепции, художественные образы, культурные ценности), который обладает относительной самостоятельностью и играет важнейшую роль в жизни человека (третий мир). Именно этот мир – мир объективных знаний бесценен для человеческого сообщества. К. Поппер, моделируя ситуацию, когда человечество утратило все знания, но сохранились библиотеки и способность познания, полагает, что в этой ситуации спасение возможно, в то время как катастрофа неизбежна, если человечество утратит способность к познанию.

В результате приращения научного знания происходит трансформация социально-экономических отношений, на современном этапе приращение научного знания ведет к переходу от экономики услуг к экономике знаний, как ранее произошел переход от экономики товаров к экономике услуг.

Научная деятельность – это познавательная деятельность человека, направленная на получение, обоснование и систематизацию объективных знаний о мире, человеке, обществе, а также о самом познании (Г.Д. Боуш, В.И. Разумов).

В мире научной деятельностью занимается более 5,5 млн. ученых, численность которых возросла в 2 раза за последние 70 лет. Численность ученых в России составляет 8,9% от общего числа ученых в мире и Россия занимает по этому показателю четвертое место, в США число занятых научной деятельностью составляет 22,8% от общего числа ученых в мире, в Китае – 14,7%, в Японии – 11,7% [Фортунов В.В., с. 11]. В нашей стране научные исследования в разных областях экономики выполняются в 3600 организациях [Дрецинский В.А., с. 16].

Научное исследование выступают формой существования науки.

1.2. Научная революция. Тенденции развития науки

В 1962г. была опубликована работа Томаса Куна (американский историк и философ науки (1922-1996) «Структура научных революций» (The Structure of Scientific Revolutions). Автор представил историю развития науки как череду качественных изменений в развитии научного знания в результате смены объясняющей парадигмы, обеспечивающих переход научного знания на качественно новый этап. Каждый такой качественный скачок есть *научная революция*.

Научная революция – это смена объясняющих *парадигм*, принятых в научном сообществе на данном этапе развития. Парадигма – это принятая модель или образец, а также совокупность убеждений, ценностей, используемых технических средств, принятых в научном сообществе. Знание, получаемое в рамках признанной парадигмы, получает название «нормальной науки». «Нормальная наука» решает задачи приращения знания, но знания, которое может быть получено инструментами, принятыми в этой парадигме. Как только возникает ситуация, когда становится невозможным уже имеющимися инструментами решать научные задачи, происходит ситуация качественного

скачка и переход к новой парадигме, появляются качественно новые теории, происходит научная революция. Нильс Бор, датский физик-теоретик, общественный деятель (1885-1962), характеризуя такие новые теории, говорил о том, что они должны быть в определенном смысле сумасшедшими («Если идея не кажется безумной, то от нее не будет никакого толка»). Классическими образцами теорий, послуживших смене научных парадигм, являются неевклидова геометрия, теория эволюции, молекулярная генетика, теория относительности, квантовая механика. Ситуация качественного изменения в научном познании может осуществляться в двух вариантах: 1) как революция, связанная с трансформацией специальной картины мира без существенных изменений идеалов и норм исследования, 2) как революция, связанная с радикальной трансформацией картины мира, а вместе с ней и идеалов, норм науки и ее философских оснований [Степин В.С., с. 373]. Примером первого сценария стал переход от механической к электродинамической картине мира в физике во второй половине XIX в. в связи с построением классической теории электромагнитного поля. Несмотря на то, что радикально изменилось понимание физической реальности, изменение познавательных установок классической физики не произошло. Примером второго сценария служит история квантово-релятивистской физики, появление которой не только повлияло на научную картину мира, но и потребовало новых способов объяснения, описания, обоснования и организации знаний, а также новых философских оснований научного знания.

В.С. Степин, советский и российский философ и организатор науки (1934-2018), отмечает возможность разных сценариев перестройки оснований исследований: в одном случае, происходит внутридисциплинарное развитие знание, которое оказывает революционизирующее влияние на другие науки в другом случае, наличие междисциплинарных связей оказывается решающим, происходит взаимопроникновение нового знания и новых методологий [Степин В.С., с. 374].

Предпосылками научной революции выступают парадоксы и проблемные ситуации. В момент возникновения парадоксов, имеющаяся система знаний оказывается в ситуации, когда она перестает быть непротиворечивой (в то время как непротиворечивость является сущностной характеристикой организации научного знания). устранение парадоксов и включение их как непротиворечивых компонентов научного знания требует кардинальных изменений¹. Множественность проблемных ситуаций и парадоксов признается как маркер вступления научного знания в полосу научных революций. Разрешение парадоксов и проблемных ситуаций становится возможным путем перестройки ранее сложившихся объясняющих принципов и методов исследования, а значит ведет к изменению картины мира. Формирование новой картины мира не лишено драматизма, требует новых идей. Новые идеи становятся основой перестройки картины мира, на их основе происходит перегруппировке уже имеющихся представлений, элиминирование тех элементов, которые уже не позволяют решать новые задачи, включение новых элементов. Результатом становится создание ситуации, отвечающей запросу достигнутого уровня развития.

За всю историю науки насчитывается четыре глобальных революций (В.С. Степин), приведших к смене картины мира, появлению новых типов научной рациональности.

Революция XVIIв.: именно в этот период произошло становление классического естествознания. Для этого этапа было свойственно убеждение, что объективность и предметность знания возможны без рефлексии роли субъекта познания и без рефлексии возможностей и ограничений методов познания. Интересно, что на этом этапе методы познания рассматривались как навсегда данные и неизменные. Научное познание заключалось в наблюдении и

¹ Пример обнаружения парадокса в классической электродинамике движущихся тел, приведшего к смене научной парадигмы ярко и интересно описан в книге В.С. Степина (см. Степин, В. С. Философия и методология науки / В. С. Степин. — Москва : Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 719 с. — ISBN 978-5-8291-1715-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69860.html> (дата обращения: 01.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

экспериментировании с объектами природы, в результате чего объекты «раскрывали» сущность своего бытия познающему разуму.

Революция конца XVIIIв. – начала XIXв.: достижением этого периода стала новая организация естествознания как совокупность научных дисциплин, появление дисциплинарных идеалов и норм исследования. Но общие познавательные установки предшествующего периода (применение методов познания и роли субъекта познания) остаются прежними.

Период первой и второй глобальной революции соответствуют этапу развития науки, получившего название классической науки.

Революция конца XIXв. – первой половины XXв.: это период развития неклассического естествознания, происходит целая серия революционных открытий в самых разных областях знания (открытие делимости атома, становление релятивистской и квантовой теории в физике, становление концепции нестационарной Вселенной в космологии, квантовой химии, генетики), появляются новые области знания (кибернетика, теория систем). Результатом перемен становится появление идеалов и норм неклассической науки: отказ от прямолинейного онтологизма, утверждение идеи относительности истинности теорий и картины природы, допущение истинности нескольких отличающихся друг от друга конкретных теоретических описаний одной и той же реальности, новое отношение к методам познания и их роли в получении научного знания, идея изменчивости мира соединяется с идеей активности субъекта познания (субъект познания теперь не вне познаваемого объекта, а внутри познаваемого объекта, детерминирован им), возникает понимание, что ответы на вопросы субъекта познания о сущности явлений определяются не только устройством природы, но и зависят от качества вопроса, который в свою очередь определяется историческим уровнем развития средств и методов познания.

Революция последней трети XXв.: на этом этапе возникает постнеклассическая наука. Наука становится частью повседневной жизни, кардинально меняются способы получения и хранения знаний под влиянием

развития цифровых технологий, происходит цифровизация науки, что меняет характер научной деятельности, дисциплинарные исследования уступают междисциплинарным и проблемно-ориентированным формам исследовательской деятельности. Все большую востребованность имеют междисциплинарные исследования, связанные с решением экономических и социально-политических вопросов. Изменяется роль субъекта познания, субъект познания становится основным элементом, субъективизм которого есть ограничение для исследования.

Каждая глобальная научная революция открыла новый этап исторического развития науки, которые принято называть историческими типами рациональности: классическая рациональность, неклассическая рациональность, постнеклассическая рациональность. Каждому типу рациональности соответствует определенное состояние научной деятельности, связанное с вопросами: элементы познания, основными вопросами познания (что познается?, как познается?, кем познается?), основной проблемой, основной ценностью и основным ограничением в познании данного этапа научного познания (таблица 1).

Таблица 1. Исторические типы научной рациональности

<i>Тип научной рациональности</i>	<i>Характеристики состояния научной деятельности</i>
Классическая рациональность	Соответствует периоду додисциплинарного и дисциплинарно-организованного этапов развития науки. Все внимание сконцентрировано на предмете познания и теоретическом объяснении сути объекта, при этом все что связано с субъектом познания, средствам и операциям его деятельности элиминируется (исключается). Элиминация рассматривается как необходимое условие для получения истинного знания о мире
Неклассическая рациональность	Соответствует периоду неклассической науки. Все внимание сосредоточено на методе познания. Основным вопросом выступает вопрос «Как познается?», учитываются связи между знаниями об объекте и возможностями средств познания и операций научной деятельности. Связи между внутринаучными и социальными ценностями еще не являются предметом научной рефлексии, но уже определяют характер знаний (что именно и каким образом познается).
Постнеклассическая рациональность	Соответствует периоду постнеклассической науки. Все внимание сосредоточено на субъекте познания. Основным вопросом выступает вопрос «Кто познает?». Связи между внутринаучными и социальными ценностями становятся предметом научной рефлексии, но уже определяют характер знаний (что именно и каким образом познается).

Научные революции оказали решительное влияние на развитие общественных отношений, достижения науки и техники определили

возможность формирования современного общества. Сегодня наука – это фактор общественного развития.

Тенденции развития науки:

1. гуманизация техники: возрастет выпуск техники, предназначенной для удовлетворения потребностей человека, продолжится создание и выпуск техники, сводящий к минимуму тяжелый физический труд»;
2. повышение наукоемкости производства, приоритет за высокотехнологичными системами;
3. Уменьшение размеров, массы (приборов, устройств, деталей) благодаря использованию деталей очень малого размера;
4. Экологизация технологий, создание технологий на принципах экологического здоровья планеты;
5. Сочетание локализации и глобализации производства. Появление локальных технических систем, позволяющих обеспечить комплексную переработку сырья на месте его добычи, повышение самообеспеченности регионов и взаимный обмен готовой продукцией, усиление интеграционных связей для удовлетворения разнообразного потребительского спроса, повышение мобильности населения.

Направления и темпы развития современного научного знания определяют возможность создания единой технологической сети планетарного воспроизводства, значительного повышения эффективности производства и производительности труда, повышая значимость гуманитарных и общественных наук. Достижения науки техники, создав невероятные возможности для современного общества, обострили и вопрос этики их применения, чем и определяется возрастающее значение гуманитарных и общественных наук.

1.3. Структура науки как особого вида знаний

Современная наука представляет собой сложно устроенную системы взаимосвязанных элементов и потому имеет сложную структуру. Существует сложившаяся классификация наук, в основе которой лежит объект научного

познания, в соответствии с которым выделяют *естественные, технические* и *общественные и гуманитарные* науки (таблица 2).

Таблица 2. Классификация наук

Виды наук	Названия
Технические науки	Агрономия, авионавтика, баллистика, бионика, биотехнологии, геомеханика, геофизика, информатика, кибернетика, кораблестроение, пищевые технологии и кулинария, материаловедение, криптография, машиностроение, механика, нанотехнологии, робототехника, системотехника, строительство и архитектура, трибология, электротехника, энергетика
Естественные науки	Астрономия, биология, география физическая, геология, математика, медицина, почвоведение, физика, химия
Общественные и гуманитарные науки	Антропология, археология, библиотековедение, география экономическая, документоведение, искусствоведение, история, клиометрия, книговедение, краеведение, культурология, литературоведение лингвистика, педагогика, политология, психология, социология, филология, философия и история философии, экономика, этнография, юриспруденция

В структуру науки включают следующие элементы:

1. Субъект науки – тот, кто занимается научным познание. Это может быть отдельный исследователь, научное сообщество или общество в целом;
2. Объект познания – то, что изучает данная наука. Один объект изучения может быть у разных наук, различия будут состоять в предмете изучения. Так, человек, является объектом для многих наук, но разные науки выделяют разные предметные области исследования;
3. Система методов и приемов, используемых конкретной наукой;
4. Язык науки и стиль научного мышления.

Все элементы структуры науки взаимосвязаны и представляют собой развивающуюся систему.

Научное познание осуществляется на двух уровнях: *теоретическом* и *эмпирическом*, различия между которыми заключаются в характере предмета исследования, типах применяемых средств исследования, особенностях методов исследования.

Эмпирический уровень исследования предполагает живое созерцание объекта, непосредственное чувственное исследование реально существующих и доступных для наблюдения, эксперимента и описания объектов. Ведущую роль

в процессе эмпирического научного исследования играет чувственное познание, основанное на способностях человека через ощущения, восприятия и представления познавать мир. На эмпирическом уровне знание существует в таких формах как научный факт, эмпирическая закономерность. Востребованными и часто используемыми методами для эмпирического научного исследования стали *наблюдение, эксперимент*.

Наблюдение – это описательный исследовательский метод, заключающийся в целенаправленном и организованном восприятии и регистрации свойств и характеристик объекта. Наблюдение предполагает интерпретацию полученных данных, важно для эмпирического подтверждения теории.

Эксперимент – это метод познания, заключающийся в изучении объекта в специально созданных условиях, предполагающий возможность активного практического воздействия на изучаемые явления и процессы.

Значение эксперименты как метода в науке велико, именно благодаря экспериментам были получены все значительные результаты в изучении мира природы в последние два столетия [Бажутина Н.С., с. 28].

К другим методам, востребованным на эмпирическом уровне познания, относят методы *сравнения, аналогии, описания и измерения*.

Сравнение – это метод познания, цель которого в выявлении сходства (тождества) и различия объектов, их свойств и признаков. Метод сравнения имеет преимущество при сравнении однородных предметов, составляющих один класс предметов или явлений. Сравнение как метод позволяет описать многообразие мира.

Аналогия – как метод познания, качественной характеристикой которого является использование аналога, то есть идеального или материального предмета, адекватно, отражающего исследуемый процесс или предмет, позволяющий сделать вывод о наличии какого-либо признака у исследуемого объекта на основе сходства. Метод аналогии оценивается как вероятностный метод, так как выводы, сделанные с применением метода аналогии, носят вероятностный характер, при этом степень вероятности возрастает при

увеличении сходных признаков у объектов и выраженности этих признаков. Метод аналогии исторически возник ранее, эксперимента, и его значение стало снижаться, начиная с XVI-XVII вв., когда широко начала распространяться практика экспериментальной науки.

Описание – это метод познания, качественной характеристикой которого является фиксация результатов наблюдения или эксперимента с помощью определенных символических систем, принятых в языке данной науки.

Измерение – это метод познания, качественной характеристикой которого является использование совокупности действий при помощи определенных средств для нахождения числового значения измеряемой величины в принятых единицах измерения.

На теоретическом уровне познания происходит выявление общих признаков, тенденций, закономерностей, открытие научных законов. На теоретическом уровне знание существует в таких формах как научная проблема, закономерность, закон, гипотеза, концепция, теория, парадигма.

Проблема (от древнегреческого «преграда») – это вопрос, возникший в ходе познания и требующий ответа.

Гипотеза (от древнегреческого «предварительное утверждение») – научно обоснованное предположение. Чтобы предположение было определено как гипотеза, оно должно удовлетворять следующим критериям: не должна противоречить установленным наукой законам; должна объяснять установленные факты, которые не объяснимы с помощью уже установленного знания; должна соответствовать законам формальной логики; должна быть простой; должна быть свободной от произвольных допущений; должна поддаваться верификации.

Теория (от древнегреческого «всматривание», «созерцание») – это форма достоверного знания об определенном классе объектов, которая представляет собой систему взаимосвязанных утверждений и доказательств, содержит методы объяснения и предсказания явлений данной предметной области.

В структуру теории входят:

1. аксиомы как принимаемые без доказательств выводы смежных или общенаучных теорий (в том числе фундаментальные понятия, принципы, законы);
2. идеализированный объект как абстрактная модель изучаемого объекта, его существенных свойств и связей;
3. методы доказательства;
4. философские основания;
5. выводы как теоретические закономерности, выводимые в результате применения системы доказательств.

Ключевыми характеристиками теорий являются общеобязательность и неоспоримость научных выводов.

Парадигма (от древнегреческого «образец») – это совокупность базисных теоретических взглядов выполнения исследований, единых методологических средств.

На теоретическом уровне познания применяются целая совокупность методов, которая представлена многоуровневой концепцией методологического знания по степени общности и широте применения методы могут быть представлены как общефилософские методы, общенаучные методы исследования, частнонаучные методы, дисциплинарные методы, методы междисциплинарного исследования (таблица 3).

Таблица 3. Уровни методов научного познания

Уровень метода	Содержание
Общефилософские методы	Диалектика (от греческого «искусство спорить», «вести рассуждения») – метод аргументации, форма и способ теоретического мышления, исследования противоречий. Метафизика (от греческого «то, что после физики») – раздел философии, занимающийся исследованиями первоначальной природы реальности, мира и бытия. Философские методы выступают в качестве методологии мыслительной деятельности.
Общенаучные методы исследования	К общенаучным методам относят операции мышления, а именно операции синтеза, анализа, сравнения, обобщения, моделирования, классификации, категоризации, абстрагирования, формализации. Значение этих методов состоит в связывании философского и частнонаучного знания. Общенаучные подходы: системный подход, структурно-функциональный подход, кибернетический подход, вероятностный подход. Общенаучные методы используются также в эмпирических исследованиях.
Частнонаучные методы	Это совокупность методов, принципов познания, исследовательских приемов и процедур, адекватных предмету познания конкретной науки.

Дисциплинарные методы	Это система приемов, используемых в конкретной научной дисциплине, входящей в определенную отрасль знания или возникшая на стыке наук.
Методы междисциплинарных исследований	Это совокупность интегративных способов (возникших как результат сочетания элементов различных уровней методологий), призванных решать задачи исследований, проводимых на междисциплинарной основе.

Совокупность научных методов разных уровней, применяемых в научном исследовании, выступает *методологией* исследования.

Методология – учение о методах (методе) познания, система правил, способов и приемов, предназначенных для успешного решения познавательной задачи в той или иной сфере. В прикладном аспекте методология есть совокупность исходных принципов и подходов исследовательской деятельности, на которые опирается исследователь в процессе поиска новых знаний. Основное задача методологии обеспечить исследователя системой строго выверенных и прошедших апробацию принципов, методов, правил и норм исследования.

В гуманитарных и общественных науках используется вся совокупность, имеющихся в арсенале научного познания, методов. Специфика применения методов связана с учетом особенностей социального познания и его предмета (общество, культура, личность).

Принципы социального познания:

принцип терпимости: признание идеи плюралистичности, возможности существования альтернативных мнений;

принцип условности: признание идеи относительности полученных результатов, возможности появления более адекватных решений;

принцип аполитичности: исследования вне политики, признание важности запрета на использование идеологий;

принцип антиактивизма: признание важности идеи «исследователь объясняет мир, а не изменяет его»;

принцип гуманизма: признание важности идеи «человек – это цель исследования», исследование должно служить человеку, быть для него и во имя его [Беляев Г.Г., с. 70].

В исследованиях гуманитарных и общественных наук широко применяются такие методы как анализ документов, контент-анализ, метод опроса,

монографический метод, биографический метод, проективные методы, тестирование, социометрия, игровые методы, фокус-группы и другие.

Для современного специалиста владение основами методологии важно в профессиональной деятельности. Поскольку создает условия для научно обоснованных оценок своего профессионального опыта и решения профессиональных задач с применением научных инструментов.

1.4. Типология научных исследований

В научных исследованиях выделяют три направления: *фундаментальные* научные исследования, *прикладные* научные исследования и *научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки*.

Фундаментальные научные исследования направлены на исследование проблем общего характера с применением теоретических и эмпирических методов познания. Значение фундаментальных исследований состоит в приращении знания и потому эффект их полезности остается длительным, в отличие от прикладных исследований, значение которых с течением времени может утрачиваться.

Фундаментальная наука нацелена на поиск истины, разворачивается в поле научной дискуссии, поиска ответа на выявленные проблемы, неприбыльна. В то время как прикладная наука – это поиск решения отдельных узких вопросов, решение которых, в том числе позволяет получать прибыль.

Прикладные исследования направлены на поиск прикладных решений социальной проблемы с использованием уже имеющегося теоретического знания. Фундаментальные исследования могут быть теоретическими и эмпирическими, это зависит от характера получаемого знания. Прикладные исследования чаще ориентированы на решение проблемы, ограничиваются поиском пути решения этой проблемы в конкретной социальной ситуации и на конкретном социальном объекте, не претендуя на выявление общих закономерностей или взаимосвязей в изучаемом предмете. В прикладных

исследованиях в первую очередь, значение имеют разработанные практические рекомендации, а не теоретические знания.

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, на основе достижений прикладных исследований, создают новые или усовершенствуют имеющиеся образцы техники, оборудования, технологии. Этот вид исследований важен в сегменте инновационных разработок.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте характеристику науки как виду профессиональной деятельности.
2. Какие подходы к определению науки фиксирует совокупность дефиниций науки?
3. В чем сущность научных революций и какое влияние они оказывают на развитие науки?
4. Дайте характеристику методов научного познания.
5. Дайте характеристику разных типов научных исследований и оценку их значения для развития социально-экономических отношений.

Темы эссе

1. «... если человек имеет только знания и ничего другого – это страшный человек, беспринципный человек и даже опасный человек. И чем больше он будет иметь знаний, тем страшней, опасней и бесполезней для общества он будет» А.Ф. Лосев.
2. «Кто движется веред в науке, но отстаёт в нравственности, тот более идёт назад, чем вперед» Аристотель
3. «Наука есть нечто иное как отображение действительности» Ф. Бэкон
4. «Успехи науки – дело времени и смелости» Ф. Вольтер

Статьи для анализа

Розин В.М. Основные идеи построения методологической концепции социальности // Эпистемология и философия науки. 2020. № 1. С. 96-109. URL: eLIBRARY ID: 42617044.

Вопросы:

1. Почему автор считает, что современная социология находится в кризисе? Каки признаки кризиса он отмечает?
2. Как автор трактует понятие «социальность»?
3. Какие требования автор выдвигает к методологической концепции социальности?
4. В чем автор видит особенности социологического подхода в научных исследованиях?

Никифоров А.Л. Трансформация науки в XX в.: от поиска истины к совершенствованию техники // Эпистемология и философия науки. 2019. № 3. С. 20-29. URL: [eLIBRARY ID: 41258730](#)

Вопросы:

1. Какими были взгляды крупнейших ученых конца XIX – начала XX вв. на природу науки и деятельность ученого, роль науки в жизни общества? Чем обусловлены различия в их взглядах? Какая точка зрения Вам ближе?
2. Какие факторы повлияли на развитие науки в XXв.?
3. Почему автор считает, что в XX в. наука превратилась в служанку техники? Согласны ли Вы с такой точкой зрения?
4. Какая цель научной деятельности стала приоритетной в XXв.? Какие факторы стали решающими?

Практические задания для самостоятельной работы

Задание 1.

Однажды Ученик пришёл к Учителю и спросил: — Учитель, чем умный человек отличается от глупца? Было тихое солнечное утро, Учитель пил зелёный чай и предавался размышлениям о сути вечности. Однако ради Ученика он отставил пиалу с недопитым чаем, прекратил свои размышления, встал и повёл Ученика за собой. Учитель привёл Ученика к горе, к тому её склону, где недавно был небольшой обвал, и у подножия горы лежали камни разной величины. И Учитель

сказал Ученику, чтобы тот отнёс все камни на вершину горы. Камней было много, и Ученик таскал их целый день, а Учитель сидел в тени дерева и читал труд великого философа о существенных различиях между хлопком одной правой и одной левой ладонью. Ученик очень устал, но к закату он наконец перетаскал все камни. Он подошёл к Учителю, полный гордости за выполненную работу и спросил: — Учитель, теперь я могу узнать ответ на свой вопрос? — Нет, — покачал головой Учитель, — ты ещё не готов. — А зачем надо было таскать все эти камни? — возроптал Ученик. — Вот, — поднял Учитель указательный палец, — Умный человек задал бы этот вопрос до того, как начал их таскать.

Источник: <https://elims.org.ua/pritchi/pritcha-chem-otlichaetsya-umnyj-ot-glupca/>

Проанализируйте содержание притчи. В чем смысл притчи? Какое отношение содержание притчи имеет к организации научного исследования? С чего следует начинать организацию научного исследования? Предложите алгоритм организации научного исследования.

Задание 2.

Президент США Гарри Трумэн однажды высказал мнение, что хотел бы найти «однорукого» экономиста, потому что в ответ на все его обращения к специалистам, он слышал: «С одной стороны... с другой стороны...» (по английски – on the one hand, on the other hand). Какую черту научного знания в области общественных наук подметил господин президент? Предложите схему специфики научного знания в сфере общественных наук. Подготовьте презентацию.

Задание 3.

Познакомьтесь с одним из ведущих современных российских периодических изданий по теме интересной для Вас.

Дайте его внешнюю характеристику. Выберите несколько публикаций, которые соприкасаются или дискутируют с темой Вашей исследования, и составьте список этих статей, оформив согласно правилам. Составьте сообщение о

выбранном периодическом издании. Для одной из статей напишите аннотацию на 150-200 слов. Сделайте сообщение, сопроводив свой доклад презентацией.

Тестовые задания

1. Объем научных знаний и количество ученых в мире в современном обществе удваивается каждые

- А. 10-15 лет
- Б. 15-20 лет
- В. 20-25 лет
- Г. 25-30 лет

2. Становление науки как социального института относится к

- А. XVIв.
- Б. XVIIв.
- В. XVIIIв.
- Г. XIXв.

3. Рассматривать историю развития науки как череду качественных изменений в развитии научного знания в результате смены объясняющей парадигмы, обеспечивающих переход научного знания на качественно новый этап, предложил

- А. Нильс Бор
- Б. Томас Кун
- В. Исаак Ньютон
- Г. Галилео Галилей

4. Соотнесите тип научной рациональности и его характеристику

1. Классическая рациональность	А. Соответствует периоду неклассической науки. Все внимание сосредоточено на методе познания. Основным вопросом выступает вопрос «Как познается?», учитываются связи между знаниями об объекте и возможностями средств познания и операций научной деятельности. Связи между внутринаучными и социальными ценностями еще не являются предметом научной рефлексии, но уже определяют характер знаний (что именно и каким образом познается).
--------------------------------	---

2. Неклассическая рациональность	Б. Соответствует периоду постнеклассической науки. Все внимание сосредоточено на субъекте познания. Основным вопросом выступает вопрос «Кто познает?». Связи между внутринаучными и социальными ценностями становятся предметом научной рефлексии, но уже определяют характер знаний (что именно и каким образом познается).
3. Постнеклассическая рациональность	В. Соответствует периоду додисциплинарного и дисциплинарно-организованного этапов развития науки. Все внимание сконцентрировано на предмете познания и теоретическом объяснении сути объекта, при этом все что связано с субъектом познания, средствам и операциям его деятельности элиминируется (исключается). Элиминация рассматривается как необходимое условие для получения истинного знания о мире

5. Соотнесите принцип научного познания и его содержание

1. принцип терпимости:	А. исследования вне политики, признание важности запрета на использование идеологий
2. принцип условности:	Б. признание идеи плюралистичности, возможности существования альтернативных мнений
3. принцип аполитичности:	В. признание идеи относительности полученных результатов, возможности появления более адекватных решений
4. принцип антиактивизма	Г. признание важности идеи «человек – это цель исследования», исследование должно служить человеку, быть для него и во имя его
5. принцип гуманизма	Д. признание важности идеи «исследователь объясняет мир, а не изменяет его»

Библиографический список

Беляев, Г.Г., Котляр, Н.П. История и философия науки: Курс лекций. — М.: Альтаир–МГАВТ, 2014.— 170с.

Боуш Г.Д., Разумов В.И. Методология научных исследований (в курсовых и выпускных квалификационных работах) : учебник / Г.Д. Боуш, В.И. Разумов. – М. ИНФРА-М, 2020. – 210с.

Дрецинский В.А. Основы научных исследований: учебник для среднего профессионального образования / В.А. Дрецинский. – 2-е издание допол. и перераб. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 274с.

История науки, транспорта и техники : учебник для вузов / В.В. Фортунатов и др. : под общ. Ред. В.В. Фортунатова. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 432с.

Лапаева, М. Г. Методология научных исследований : учебное пособие / М. Г. Лапаева, С. П. Лапаев. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 249 с. — ISBN 978-5-7410-1791-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78787.html> (дата обращения: 31.07.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Ларин, С.Н. Исследование современных подходов к финансированию фундаментальных научных исследований за рубежом и в России / С.Н. Ларин, Ю.Е. Хрусталева // Финансы и кредит. 2014. № 17. С. 10-21.

Мясникова, Т. И. История и основы методологии научных исследований в спорте : учебное пособие / Т. И. Мясникова ; под редакцией А. В. Шишкина. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 244 с. — ISBN 978-5-7996-1408-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69608.html> (дата обращения: 31.07.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
Ожегов С.Н.

Основы научных исследований : методические указания к практическим работам для обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент / составители Е. Ю. Чибисова. — Москва : Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 24 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/62625.html> (дата обращения: 31.07.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Сагдеев, Д. И. Основы научных исследований, организация и планирование эксперимента : учебное пособие / Д. И. Сагдеев. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. — 324 с. — ISBN 978-5-7882-2010-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/79455.html> (дата обращения: 31.07.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Степин, В. С. Философия и методология науки / В. С. Степин. — Москва : Академический Проект, Альма Матер, 2015. — 719 с. — ISBN 978-5-8291-1715-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69860.html> (дата обращения: 01.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Философия науки и техники : учебное пособие / Н. С. Бажутина, Г. В. Моргунов, В. Г. Новоселов, Л. Б. Сандакова ; под редакцией Т. О. Бажутиной. —

Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018.
— 95 с. — ISBN 978-5-7782-3521-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/91478.html> (дата обращения: 02.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Глава 2. Дизайн исследования как конструирование знания о социальной реальности

2.1. Направления исследований в сфере экономики, менеджмента и маркетинга

Экономика современного общества, получившая название экономики инноваций, тесно связана с достижениями науки и техники, качеством информации. В экономике инноваций происходит трансформация под влиянием глубокого проникновения научного знания в общественное производство, его профессионализацией и конвергенцией¹. Научное знание в союзе с техническими и технологическими инновациями становится фактором развития социально-экономических отношений.

Различия в предметной области наук определяет специфику научного знания и научных исследований. И если естественные науки сосредоточены на объектах материального мира, то социально-гуманитарные науки сфокусированы на познании социального мира. Особенностью социально-экономических исследований является комплексность, исследование экономических явлений и процессов невозможно вне контекста социальной природы человека и социальных отношений.

Экономические объекты исследования зачастую находятся в фокусе междисциплинарных исследования. Например, эконометрика требует использования математических методов анализа, проблемы управления невозможно исследовать вне контекста социологической и психологической наук, правовое поле оказывается важнейшим фактором развития экономических отношений, исследования поведения потребителя невозможно без арсенала социально-психологических методов. Исследования в области экономики приобретают междисциплинарный характер, экономическая наука активно использует методологию и инструментарий других наук.

¹ Конвергенция научного знания – это взаимное влияние и взаимопроникновение различных областей знания, стирание границ между областями знания, возникновение междисциплинарных направлений исследования.

Для социально-экономических исследований характерно обращение к другим наукам как к генераторам идей для направлений исследований, и как к базам знаний, от которых можно оттолкнуться для анализа текущего состояния. Спад рождаемости в конце 70-х – начале 80-х гг. XX в. в США оценивалось как национальная проблема. Попытки оценить ситуацию только с позиции демографии не позволили объяснить положение дел, так как репродуктивное и брачное поведение связаны с социально-экономическим контекстом. Результатом понимания роли экономического контекста в брачном и репродуктивном поведении стал целый ряд экономических исследований (в том числе концепция брачных рынков Г. Беккера²). Экономические исследования предложили объяснение этого феномена, но сама проблема была поставлена в другой области знания. «Другие социальные науки подготавливают почву для экономических исследований... Предмет экономического исследования предшествует самим исследованиям» [Балацкий Е.].

Особенностью социально-экономических исследований является:

опосредованность (исследования направлены не на объекты материального мира, а на деятельность человека и общества, производящих изменения этих объектов);

объекты исследований обладают рядом особенностей (объекты социально-экономических исследований могут быть естественными и общественными; изучение естественных процессов связано с описанием характера взаимодействия человека и природы с помощью орудий труда, в результате которого появляются артефакты; изучение общественных процессов связано с анализом производственных отношений, распределения, обмена и потребления произведенных товаров и услуг; естественные и общественные процессы тесно взаимосвязаны друг с другом);

возможность существования противоречивых и даже взаимоисключающих друг друга теорий (накопление экономических знаний происходит по пути

² Согласно концепции брачного выбора, брак – это партнерство с целью совместного производства и потребления.

преимущества, но накопление знания может приводить к масштабным изменениям, появлению новых концепций, в которые не может быть встроено уже имеющееся знание, в итоге возникают качественно несопоставимые теории (например, классическая модель потребления Е. Слуцкого, более поздняя модель потребления Г. Беккера));

ограниченное существование во времени научного результата (научно-технический процесс, динамичное развитие технологий оказывают влияние на экономические процессы и отношения);

новизна в социально-экономических исследованиях характеризуется высокой изменчивостью (экономика испытывает на себе влияния меняющихся представлений о социально-экономических явлениях и процессах, что приводит к появлению разных описаний одного объекта);

направленность на получение знания в контексте ценностных координат (естественные науки описывают устройство мира, социально-гуманитарное знание помимо описания стремится выявить субъективные предпочтения и приоритеты) [Едренова В.Н., С. 3-6].

В исследовании социально-экономических систем и процессов применяется широкий круг методов: методы экономико-математического моделирования, статистические методы, социологические методы, экспертные методы, социально-психологические методы. Группа социологических методов решает задачи исследования социальных аспектов экономических процессов (процессы социальной стратификации, моделирования и прогнозирования занятости населения, рынка труда, безработицы, формирования человеческого капитала, функционирования управленческих систем, менеджмента, управленческой деятельности и управленческих решений, оценке их практической эффективности, поведения потребителей и другие). Особый интерес имеют социологические методы в исследовании управленческих практик. Именно социологические исследования дают возможность получить информацию о функционировании и развитии социальных субъектов, динамике социальных процессов. Социологическое исследование – это «система логически

последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных единой целью: получить данные об изучаемом явлении или процессе для использования этих данных в практике социального управления» [Горшков М.К., с.13].

Классификация видов социологического исследования по критерию глубины требуемого анализа предметов [Горшков М.К., с. 14-17]:

разведывательное исследование: предназначено для уточнения представлений об объекте, предмете исследования, уточнения и коррекции задачи гипотез исследования, отработки инструментария исследования, а также сложностей, с которыми можно столкнуться при проведении исследования;

описательное исследование: предназначено для получения эмпирической информации, на основе которой может быть создано относительно целостное представление о предмете исследования, предполагает наличие полной разработанной программы исследования и релевантного задачам исследования апробированного инструментария;

аналитическое исследование: предполагает выявление причинно-следственных связей в исследуемом объекте, в связи с чем имеет высокую практическую ценность и относится к высокому уровню анализа социальных явления и процессов.

Классификация видов социологического исследования по критерию цикличности [Горшков М.К., с. 20]:

точечное исследование: предполагает описание объекта в момент его изучения, позволяет собрать статическую информацию, дающее представление об объекте в конкретный момент времени, не отражает тенденций развития:

повторное исследование: предполагает сбор информации в несколько этапов, позволяет фиксировать изменения объекта и тенденции; разновидностью повторного исследования является *панельное*. Панельное исследование предполагает проведение исследования на одной и той же совокупности людей через запланированные временные интервалы.

Классификация видов социологического исследования по применяемым методам сбора информации [Горшков М.К., с. 18-20]: опрос, наблюдение, анализ документов и другие.

Результаты исследований являются основанием для выработки рекомендаций и разработки управленческих и организационных решений. Функция использования результатов принадлежит менеджменту. Это объясняет потребность в образованных, глубоко и системно мыслящих менеджерах, способных к глубокому анализу.

Основные направления использования результатов социально-экономических исследований:

преобразование систем управления;

получение обратной связи;

информирование общественности о процессах, происходящих в обществе;

прогнозирование социальных процессов;

планирование, программирование и проектирование социальных процессов;

обеспечение нововведений;

управление персоналом;

управленческое консультирование.

2.2. Методология исследования

Организация научного исследования невозможна без методологии. Методология выполняет миссию упорядочивания научной деятельности. Для организации научной деятельности важным оказывается наличие определенных способов, приемов, методов, технологий, алгоритмов, процедур. Наличие этих элементов структурирует научную деятельность, делает ее профессиональной и позволяет воспроизводить научные процессы. Методология в этом случае предназначена для структурирования действий, необходимых для производства нового знания, для создания алгоритма, который может быть воспроизведен и стандартизирован в исследовательском сообществе.

Методология (от греч. *метод* – учение о способах, путь познания, *логос* – слово, понятие, учение) – это система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности, а также учение об этой системе.

Методология науки – «это дисциплина, изучающая и технические, «процедурные» вопросы организации исследования, и более общие вопросы обоснованности используемых методов, достоверности наблюдений, критериев подтверждения или опровержения научных теорий» [Девятко И.Ф., с.6].

Зачатки методологии научных исследований уже проявляются в эпоху возникновения математики, логики, геометрии, астрономии, медицины. Так, в Древнем Египте существовали нормативные предписания, регламентирующие проведение измерительных процедур раздела земельных площадей, что обеспечивало сравнимость получаемых результатов. В эпоху античности проблемы методологии разрабатывались в рамках философии (диалектический метод Сократа и Платона), поэтому на ранних этапах развития научного знания методология была частью философского знания, а именно частью теории познания (*гносеологии*). Стимулом к развитию научной методологии стало не только бурное развитие научного знания, но и процессы дифференциации интеграции научного знания. Философские представления об основах научной деятельности стали дополняться конкретно-научными подходами, обусловленные спецификой предмета исследования. Дифференциация научного знания потребовала не только содержательных оснований научной деятельности, но и обоснования методов, путей достижения истинного и практически применимого знания, соответствующих специфики объекта и предмета конкретной науки. Методология призвана раскрыть внутренние механизмы, логику движения и организации знания.

Наиболее распространена классификация методологии по критерию содержания и формы выделяет *содержательную* и *формальную* методологию: *содержательная методология*: отвечает на вопросы, связанные со структурой научного знания и научной теории; с законами порождения, функционирования

и изменения научных теорий; с вопросами понятийного аппарата науки и ее отдельных дисциплин; характеристик схем объяснения, совокупности методов; условий и критериев научности;

формальная методология: анализирует язык науки, формализует структуру научного объяснения, описания, анализа формализованных методов исследования [Горелов, Н.А., с. 13].

Развитие формальной методологии стало началом развития методологии как самостоятельной научной дисциплины, которая предлагает алгоритм организации исследования для каждой конкретной области знания. При этом в методологии каждой конкретной области научного знания отражается специфика предмета познания, специфика инструментов познания, исходные теоретические положения.

В методологии выделяют три уровня:

философская методология: философские положения, теории, применимые в познании любых объектов (диалектика, герменевтика, критический метод, феноменология, метафизика, аналитический метод), миссия философской методологии в создании наиболее общих принципов, регулирующих организацию и проведение научного исследования;

общенаучная методология: учение о методах, принципах и формах знания предназначено для целого ряда отраслей научного знания, не зависящее от специфики объекта исследования и типа изучаемых проблем, имеющее специфику в зависимости от уровня и глубины исследования;

конкретно научная методология: методики проведения исследования и технические приемы, применяемые в конкретной научной дисциплине, отличительная особенность проявляется в выборе методов исследования, выбор методов исследования имеет прямую связь с объектом исследования и характером решаемых научных задач.

Методология разных областей научного знания имеет свои отличительные признаки. Выделяют методологию математики, методологию естествознания, методологию социальных наук, методологию гуманитарных наук, методологию

технических наук. Рассмотрим характеристики методологии социальных и гуманитарных наук (таблица 1).

Таблица 1. Характеристика методологии социальных и гуманитарных наук

Методология социальных наук	Методология гуманитарных наук
Специфика методологии обусловлена 1. объектом познания – общество, социальные взаимодействия; 2. важностью результатов для принятия управленческих и организационных решений, позволяющих обеспечить групповые и личные интересы. Специфические методы социальных наук: 1. социологический мониторинг; 2. социальная и экономическая статистика; 3. опросы общественного мнения; 4. социальные эксперименты и др. Для проектирования и конструирования социальной реальности используются расчеты и прогнозы, для понимания и интерпретации социальной реальности используются ценностные шкалы с целью учета возможного конфликта интерпретаций. Результаты представляются в форме аргументированного повествования. Основная задача: анализ общественных процессов, выявление закономерностей	Специфика методологии обусловлена неразрывной связью познания с ценностными и мировоззренческими компонентами. Ценности выступают ключевыми социальными характеристиками изучаемых объектов. Гуманитарное познание невозможно вне ценностного контекста и всегда связано с процедурой понимания. Методы гуманитарных наук: 1. методы наук о языке (филологии, лингвистики, общего и исторического языкознания); наук о культуре (общая культурология, теория национальных культур, семиотика, социальная психология, аналитическая психология коллективного бессознательного); наук о человеке (философская антропология, психология, психология личности, этика, эстетика); 2. специфические методы: понимание, эмпатия, ценностная интерпретация, семиотический анализ, культурологическая реконструкция, гуманитарная экспертиза и др. Основная задача: анализ целей, мотивов, ценностных установок и мотивов поведения человека

Функции методологии:

1. выявление закономерностей научного познания, организации научной деятельности, анализ предпосылок и содержания научной деятельности;
2. выявление, описание и классификация методов научного познания,
3. исследование и анализ их эвристических возможностей методов познания;
4. организация научной деятельности, анализ и критика;
5. совершенствование инструментов познания;
6. исследование методологических аспектов истинности и динамики научного знания.

Методологические принципы научного исследования: принцип единства теории и практики; творческий конкретно-исторический подход к исследуемой проблеме; принцип объективности; принцип всесторонности изучения процессов и явлений.

Особое значение в методологии принадлежит методам исследования. Под методом понимают способ действия. Метод исследования – это совокупность

операций и приемов, с помощью которых изучаются объекты материального и нематериального мира. Научный метод – «это способ достижения цели исследования, совокупность определенных действий, совершаемых в строго заданной последовательности» [Боуш Г.Д., с. 14].

Научный метод обладает следующими признаками:

ясность или общедоступность;
последовательность применения;
нацеленность на достижение цели;
эффективность, в том числе экономичность (минимизация затрат);
надежность и достоверность.

Выбор метода исследования в каждом конкретном случае определяется предметом исследования, задачами и гипотезами исследования, а также опытом предыдущих исследований.

Ряд методов носит универсальный характер и применяются в самых различных областях научного знания (например, наблюдение, один из универсальных широко используемых методов), другие методы разработаны под задачи конкретного научного знания (например, цитогенетический метод в биологии). Применение методов в разных областях знания развивается под влиянием тенденций интеграции и дифференциации.

2.3. Основные этапы исследования

Научное исследование строится по алгоритму и имеет структуру. В структуре научного исследования обнаруживаются: объект исследования, предмет исследования, цель исследования, задачи исследования, гипотезы исследования, методы исследования. Научное исследование – «это сложная, целенаправленная, аналитическо-синтетическая, берущая начало из практики и к ней возвращающаяся, интеллектуальная познавательная деятельность, характерным признаком которой является планомерное систематическое изучение объектов реальной действительности точно установленными методами и средствами» [Загвязинский В.И., с.?].

Реализация научного исследования невозможна без программы исследования. Программа исследования – «это изложение его теоретико-методологических предпосылок (общей концепции) в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования с указанием правил процедуры, а также логической последовательности операций для проверки [Ядов В.А., с. 57].

В программе социологического исследования выделяют три части: методологическая, методическая и процедурная.

М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги предложили логическую структуру программы социологического исследования (таблица 2):

Таблица 2. Логическая структура программы социологического исследования

(цит. Горшков, М.К., Шереги, Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009, с. 23)

Структура программы социологического исследования		
<i>Методологическая часть</i>	<i>Методическая часть</i>	<i>Процедурная часть</i>
Формулировка и обоснование социальной проблемы	Определение обследуемой совокупности	Составление финансовой сметы исследования
Определение объекта исследования	Характеристика методического инструментария сбора информации	Составление рабочего плана исследования
Определение предмета исследования	Построение логической схемы обработки информации	Составление вспомогательных документов исследования
Указание цели исследования		
Формулировка задач исследования		
Формулировка гипотез(ы) исследования		
Логический анализ ключевых понятий. Операционализация понятий		

Социальная проблема – это противоречивая ситуация, носящая массовый характер, затрагивающая интересы значительной части людей и социальных институтов. Социальные проблемы могут существовать, но не осознаваться социальной группой. На этапе, когда социальная проблема осознается, возникает потребность в действии, возникает социальный запрос на исследование. М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги определяют социальную проблему как «состояние «знания о незнании» определенных сторон, количественных и качественных изменений характеристик какого-либо социального явления или тенденций социального процесса [Горшков М.К., с. 23-24].

Существуют разные классификации типов социальных проблем (таблица 3)

Таблица 3. Классификация типов социальных проблем

Критерии классификации	Типы проблем
Масштабность социальных проблем (В.А. Ядов)	Глобальный уровень социальных проблем Региональный уровень социальных проблем Местный уровень социальных проблем
Цель исследования (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	Гносеологические проблемы (связаны с недостаточностью информации об объекте исследования) Предметные проблемы (проблемы, возникающие в результате столкновения противоречивых интересов социальных групп, социальных институтов, дестабилизирующих общественные отношения)
Носитель проблемы (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	Отдельные группы (социальные, профессиональные, этнические) Социальные институты Конкретные предприятия, учреждения
Время действия противоречия (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	Временные социальные проблемы Устойчивые социальные проблемы Затяжные социальные проблемы
Глубина противоречия (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	Одноплановые социальные проблемы (затрагивают одну сторону социальных отношений) Системные социальные проблемы (отражают дисбаланс системы) Социальные проблемы, порожденные функциональными противоречиями (отражают нарушение сложившихся причинно-следственных связей социального явления или процесса)

Объект исследования – это носитель социальной проблемы. Это может быть социальная группа, социальное явление, социальные процесс, область социальной действительности, социальные взаимоотношения, порождающие социальную проблему.

Предмет исследования – это «наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения свойства, стороны, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению» [Ядов В.А., с.63]. предмет исследования отражает взаимосвязь социальной проблемы и объекта исследования.

Цель исследования – это ответ на вопрос, поставленный исследователей, предполагаемый результат исследования. Чаще всего цель исследования одна, и она напрямую связана с проблемой исследования. Проблема исследования определяет тему и цель исследования. Основным требованием к цели является ясность и понятность формулировок. Определение цели позволяет определить шаги по ее достижению, то есть сформулировать задачи.

Задачи исследования – это всегда конкретизация цели; пошаговый план реализации цели. Задачи всегда менее крупные, чем цель; это описание действий, которые необходимо сделать для достижения цели.

Социологическое исследование требует эмпирической интерпретации ключевых понятий, необходимость этого определена важностью поиска эмпирических значений понятия. Эта процедура получила название операционализация.

Гипотезы исследования – это предварительные предположения о характере и причинах возникновения изучаемой проблемы. Гипотеза выполняет функцию обнаружения между отдельными переменными (например, владение профессиональными навыками и построение карьеры)

Гипотезы могут быть основными и дополнительными, описательными и объяснительными.

При выдвижении гипотез учитывают следующие методологические позиции

1. гипотеза должна быть совместима с фактами, которых она касается (например, исследование потребительских предпочтений требует установление факта, что этот потребитель пользуется этим товаром или услугой);
2. для объяснения фактов нужно выдвигать гипотезы, связанные друг с другом;
3. гипотезы не должны противоречить друг другу;
4. при формулировке гипотезы важно понимать, что выводы будут носить вероятностный характер, то есть выводы будут верны применительно к конкретной ситуации исследования [Сикевиц З.В., с. 42];
5. гипотеза должна быть сформулирована так, чтобы она могла быть проверена.

Операционализация понятий – сложная научная процедура установления связи концептуального аппарата исследования с его методическим инструментарием. Пример операционализации понятий представлен в таблице 4.

Таблица 4. Система индикаторов и показателей мониторинга по блокам
«Характеристики процесса трудоустройства» и
«Характеристики спроса на специалистов на современном рынке труда»³

³ Монастырская Т.И., Горяченко Е.Е., Микиденко Н.Л. Разработка и апробация методологии социологического мониторинга качества образования //Проблемы обеспечения качества высшего образования в условиях реализации ФГОС. Материалы 57 (LVII) научно-методической конференции. 2016. С. 28. eLIBRARY ID: [28179898](#)

Блок показателей	Показатели	Индикаторы
Характеристики процесса трудоустройства	Особенности первого трудоустройства	Продолжительность поиска работы
		Каналы трудоустройства
		Соответствие полученной специальности
	Смена места работы	Количество сменных мест работы
	Проблемы трудоустройства	Оценка сложностей трудоустройства
		Оценка сложности трудоустройства по специальности
Характеристики спроса на специалистов на современном рынке труда	Востребованность специалистов СибГУТИ на рынке труда	Уровень востребованности специальности, полученной в СибГУТИ
		Наиболее востребованные качества выпускников
	Конкурентоспособность выпускников СибГУТИ на рынке труда	Уровень конкурентоспособности выпускников СибГУТИ

Определение генеральной совокупности и выборки исследования – следующий шаг после определения проблемы, объекта, предмета, цели, задач, гипотез исследования.

Генеральная совокупность – это все люди, находящиеся в составе группы, находящейся в фокусе исследования. За длительную историю развития социологических методов стало понятно, что сплошной опрос всей генеральной совокупности проводить затратно и можно другими способами получить надежный результат (генеральная совокупность может насчитывать десятки тысяч человек). Так родилась идея построения выборки на базе генеральной совокупности. Идея пришла математической статистики, стали использовать *выборочный метод*. Выборка – это число единиц наблюдения, которое по ряду признаков признано достаточным, для экстраполяции (переноса) выводов на всю генеральную совокупность⁴; «микромодель, которая является одним из наиболее экономных средств для проверки предположения или гипотез о свойствах предметов, явлений» [Горшков М.К., с.194]. Под единицами наблюдения

⁴ Подробную информацию о построении выборки можно найти в кн.: Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования / И.Ф. Девятко. – 4-е изд. – М.: КДУ, 2006. Глава 7. Построение выборки социологического исследования; Ядов, В.А. Стратегия и социологического исследования. Описания, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – С. 95-106; Горшков, М.К., Шереги, Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. – Глава 14. Выборочный метод в прикладной социологии.

понимают элементы выборочной совокупности (например, респонденты), которые подлежат изучению (например, отобраны для участия в опросе).

Следующим этапом становится разработка инструментария исследования. Инструментарий зависит от выбранного метода исследования (опрос, интервьюирование, фокус-группа). Составление инструментария исследования относится к числу сложных и ответственных задач в построении исследования, так как от качества инструментария зависит качество получаемой информации.

Составление финансовой сметы необходимо для определения затрат на проведение исследования, рабочий план регламентирует сроки выполнения работ.

В.А. Ядов подчеркнул, что «тщательно разработанная программа – это гарантия успеха всего исследования» [Ядов В.А., с 58]. Программа исследования является важным документом, так как в ней находит отражение весь спектр идей, задуманных исследователем. Программа позволяет свести воедино методы сбора информации и методы обработки информации, что крайне важно. Методы обработки имеют свои ограничения, которые необходимо учитывать при разработке инструментария исследования для облегчения процедур обработки информации.

Контрольные вопросы и задания

1. Охарактеризуйте роль методологии в организации научного исследования?
2. Сформулируйте общие методологические требования к конкретному научному исследованию.
3. Возможно ли создание универсальной научной методологии и универсальных методов познания?
4. Дайте характеристику методологии социального и гуманитарного познания.
5. Дайте характеристику программы исследования.

Темы эссе

1. Как возможно истина в научном познании?
2. Научное исследование: творчество или алгоритм?

Статьи для анализа

Бархатова, Л.А. Этические дилеммы полевой этнографии // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М). 2018. Том. 0. № 47. С. 44-66. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/soc4m/article/view/6498/7085>

Вопросы:

1. Как автор объясняет актуализацию интереса к этическим аспектам организации научного исследования? Почему вопросы исследовательской этики сами становятся объектом социального познания?
2. Охарактеризуйте круг этических проблем, с которыми сталкивается исследователь в процессе организации и реализации научного исследования.
3. Какие структуры осуществляют функцию контроля за выполнением этических норм в ходе исследования? Дайте характеристику алгоритма контроля.
4. Как по мнению автора соотносятся принципы этического абсолютизма и ситуативная этика?
5. Каким рискам подвергаются исследователи в процессе работы по сбору эмпирической информации? Почему этап выхода из поля считается одним из самых тяжелых этапов этнографического исследования с точки зрения этики?

Малинкин, А. Н. О междисциплинарности в социологии в свете проблемности ее дисциплинарной идентичности // Социологический журнал. 2019. Том 25. № 4. С. 105-122. DOI: <https://doi.org/10.19181/socjour.2019.25.4.6821>

Вопросы:

1. Какие причины междисциплинарности социологических исследований автор называет?
2. Почему сегодня востребованы междисциплинарные исследования?
3. В чем проявляется междисциплинарность в социологических исследованиях?
4. Что требуется от читателя, читающего текст, написанный в научном стиле? Почему научный текст требует ресурсности от читателя?
5. Почему по мнению автора нужна философская социология?

Резаев, А. В., Стариков, В. С., Трегубова, Н. Д. Социология в эпоху «искусственной социальности»: поиск новых оснований // Социологические исследования. 2020. № 2. С. 3-12. DOI: 10.31857/S013216250008489-0

Вопросы:

1. Как авторы понимают «искусственную социальность»?
2. Как авторы определяют искусственный интеллект и почему, по их мнению, он становится все более социальным? В чем это проявляется?
3. Как информационные технологии изменяют социальные взаимодействия? Что такое квазисоциальность и постсоциальность?
4. Какие направления социологического анализа искусственной социальности видят авторы?

Практические задания для самостоятельной работы

Задание 1.

Предложите схему этапов организации научного исследования, используя средства визуализации подготовьте слайд схемы.

Задание 2.

Выберите тему своего исследования. Сформулируйте перечень требований к организации своей научной работы.

Задание 3.

Разработайте программу своего исследования: методологическую, методическую и процедурную части исследования. Подготовьте презентацию проекта.

Тестовые задания

1. *Соотнесите понятие и определение*

1. методология	А. путь исследования, вытекающий из общих теоретических представлений о сущности изучаемого явления
2. метод	Б. конкретное воплощение метода как выбранного способа организации взаимодействия субъекта и объекта исследования на основе конкретного материала и конкретной процедуры
3. методика	В. система принципов и способов организации построения теоретической деятельности, а также учение об этой системе

2. *Методология науки – это*

А. это дисциплина, изучающая и технические, «процедурные» вопросы организации исследования, и более общие вопросы обоснованности используемых методов, достоверности наблюдения, критериев подтверждения или опровержения научных теорий;

Б. это дисциплина, изучающая закономерности получения нового научного знания с привлечением научных методов;

В. это научная дисциплина, изучающая совокупность процессов, процедур и методов приобретения знаний о явлениях и закономерностях объективного мира;

Г. это научная дисциплина, изучающая взаимоотношения объекта, субъекта и знания в процессах познавательной деятельности, саму структуру познавательной деятельности, отношения различных форм знания, его происхождения, основы и границы.

3. Выберите элементы, которые входят в логическую структуру программы социологического исследования ...

А. методологическая часть

Б. инструментальная часть

В. прогнозная часть

Г. формальная часть

Д. методическая часть

Е. процедурная часть

4. Соотнесите критерий классификации социальных проблем и типы социальных проблем:

1. Масштабность социальных проблем (В.А. Ядов)	А. Отдельные группы (социальные, профессиональные, этнические) Социальные институты Конкретные предприятия, учреждения
2. Цель исследования (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	Б. Гносеологические проблемы (связаны с недостаточностью информации об объекте исследования) Предметные проблемы (проблемы, возникающие в результате столкновения противоречивых интересов социальных групп, социальных институтов, дестабилизирующих общественные отношения)
3. Носитель проблемы (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	В. Глобальный уровень социальных проблем Региональный уровень социальных проблем Местный уровень социальных проблем

4. Время действия противоречия (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	Г. Одноплановые социальные проблемы (затрагивают одну сторону социальных отношений) Системные социальные проблемы (отражают дисбаланс системы) Социальные проблемы, порожденные функциональными противоречиями (отражают нарушение сложившихся причинно-следственных связей социального явления или процесса)
5. Глубина противоречия (М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги)	Д. Временные социальные проблемы Устойчивые социальные проблемы Затяжные социальные проблемы

5. Соотнесите понятие и определение

Понятие	Определение
1. Объект исследования	А. наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения, свойства стороны, особенности объекта, которые подлежат изучению
2. Предмет исследования	Б. ответ на вопрос, поставленный исследователем, предполагаемый результат исследования
3. Цель исследования	В. пошаговый план реализации исследования
4. Задачи исследования	Г. носитель социальной проблемы

Библиографический список

Балацкий, Е.В. О природе экономических открытий: прошлое, настоящее, будущее. Электронный ресурс. Режим доступа: https://kapital-rus.ru/articles/article/o_prirode_ekonomicheskikh_otkrytij_proshloe_nastoyaschee_budushee/

Боуш, Г.Д. Методология научных исследований (в курсовых и выпускных квалификационных работах) : учебник / Г.Д. Боуш, В.И. Разумов. – М.: ИНФРА, 220. – 210с.

Горелов, Н.А. Методология научных исследований : учебник и практикум для вузов / Н.А. Горелов, Д.В. Круглов, О.Н. Кораблева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 365с.

Горелов, Н.А. Методология научных исследований : учебник и практикум для вузов / Н.А. Горелов, Д.В. Круглов, О.Н. Кораблева. – 2-изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2020, 365с.

Горшков, М.К., Шереги, Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: учебное пособие / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. – 416с.

Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования / И.Ф. Девятко. – 4-е изд. – М.: КДУ, 2006, – 296с.

Едронова, В.Н., Овчаров, О.А. Специфика научных исследований в экономике // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 4(307). С. 2-10. eLIBRARY ID: [18396683](#)

Загвязинский, В.И. Исследовательская деятельность педагога : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – м.: Академия, 2008 – 173с.

Куприянов, Ю.В. Модели и методы диагностики состояния бизнес-систем : учебное пособие для вузов / Ю.В. Куприянов, Е.А. Кутлуни. – 2-и изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 128с.

Прокофьева, Т.А. Системный анализ в менеджменте : учебник для вузов /Т.А. Прокофьева, В.В. Челноков. – М.: Издательство Юрайт, 220. – 313с.

Сикевич, З.В. Социологическое исследование: практическое руководство. – СПб.: Питер, 2005. – 320с.

Тавокин, Е.П. Социология управления. Методы получения социальной информации : учебное пособие для вузов / Е.П. Тавокин. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 190с.

Ядов, В.А. Стратегия и социологического исследования. Описания, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 567с.

Глава 3. Методы исследований

3.1. Методы исследований: определение, классификация

Исследования в области менеджмента и маркетинга решают задачи получения обратной связи. Наличие обратной связи рассматривается в общей теории управления как основной принцип эффективности управленческой системы. Отсутствие, неполнота или искажения информации, полученной в качестве обратной связи в управленческой системе, ведут к снижению качества принимаемых решений. В качестве одного из инструментов получения обратной связи выступает информация, полученная средствами научных исследований в сфере управления.

Круг вопросов, представляющих интерес для современного менеджмента, многообразен: процессы управления, организация управления, экономика и ресурсы управления, компьютерные технологии как элемент управленческой системы, стратегии и инновации, оптимизация использования ресурсов, в том числе времени, формальное и неформальное управление, авторитет руководителя, мотивация, контроль, стратегии потребительского выбора, позиционирование на рынке.

Наличие исследовательских навыков менеджера сегодня относят к «soft skills» (мягким навыкам) и считают необходимым элементом профессионализма. Наличие у менеджера навыков исследовательской деятельности означают потенциал научного и творческого подхода к управлению. Э.М. Коротков отмечает, что широко распространенное мнение «исследование – это задача научного работника» – это глубокое заблуждение. В современном менеджменте исследования являются фактором успеха, то есть главным фактором повышения эффективности управления» [Коротков Э.М., с. 18]. Возрастание роли человеческого фактора в современных социально-экономических отношениях, креативизация менеджмента, инновационные изменения, потребности в антикризисном управлении требует развития методологии управления, сочетания стратегии и тактики управления, диверсификации менеджмента, развития и применения информационных технологий, что требует исследования

систем менеджмента для повышения профессионализации управления и появления нового качественного состояния управляющих систем.

Современное состояние научного менеджмента характеризуется поиском управленческих моделей в ситуациях высокого риска и неопределенности, повсеместного применения информационно-коммуникационных и сетевых технологий, оптимизации soft skills персонала. Менеджер в этой ситуации выступает не только коммуникатором, координатором согласованности действий команды, но и аналитиком, аналитические, исследовательские навыки которого обеспечивают развитие организации. Неэффективное управление тормозит развитие организации и может создавать условия для возникновения кризисной ситуации.

Исследование позволяет выявить проблему и проблемные ситуации; определить их причины; выявить свойства, содержание; установить их связи и отношения к известному и неизвестному знанию, определить пути и средства разрешения проблем и изменения ситуации [Коротков Э.М., с. 20].

Классификация методов, используемых в исследовании систем управления В.М. Мишина:

1. *Теоретические методы исследования систем управления* – это основные базовые методы (формализация, аксиоматизация, идеализация, восхождение от абстрактного к конкретному, моделирование), линейного программирования, точечной интерполяции, Монте-Карло (статистических испытаний), графические (диаграммы, графики, гистограммы).
2. *Логико-интуитивные методы исследования систем управления* – это экспертные (ранжирования и непосредственного оценивания, сопоставления, оценки согласованности экспертных данных), тестирования, «дерева целей», SWOT-анализа, матричный метод Бостонской консультативной группы (БКГ), творческих совещаний в форматах творческого коллективного обсуждения, «мозгового штурма», коллективного блокнота, 6-3-5, контрольных вопросов, морфологического анализа, анализа проблем генерирования идей и других.

3. *Эмпирические методы исследования систем управления* – это методы исследования, позволяющие получать информацию о предмете исследования от носителей этой информации (люди как представители социальной группы, документы в широком смысле как носители информации о жизни людей): наблюдения, опросы, интервью, контент-анализ, а также сравнения, измерения, эксперимент и другие.

4. *Комплексно-комбинированные методы исследования систем управления* – это методы системного анализа и синтеза, функционально-стоимостного анализа, параметрический метод, квалиметрические методы (дифференциальный метод оценки качества, комплексный, специальный), аудит [Мишин В.М., с. 113].

Одним из функциональных инструментов для получения необходимой обратной связи выступают социологические методы исследования. Возможности социологических методов широки. Интерес к социологическим методам в управлении связан с возможностью их применения для оценки состояния системы управления, для оценки деятельности персонала, ценностей, убеждений, мотивов человека как сотрудника, представителя социальной группы, потребителя, для выявления понимания проблем и отношения к проблемам. Некоторые проблемы в системе управления могут быть исследованы только методами социологии. Например, тенденции развития, качество управления, преимущества, риски и другие.

Классификация социологических исследований представлена в таблице 1.

Таблица 1. Классификация социологических исследований

Критерий классификации	Типы исследований	Характеристика
Исследуемый объект и характер решаемых проблем	фундаментальные	осуществляется поиск новых путей, методов познания на основе глубинного критического анализа существующего научного знания и познавательных методов
	прикладные	ориентированы на практическое использование научных знаний, поиск возможности применения фундаментальных знаний для решения конкретных практических проблем
Уровень обобщения и использования междисциплинарных знаний и методов	общенаучные	организованы на стыке ряда научных дисциплин, используют общенаучные методы, предполагают высокий уровень теоретического обобщения
	специально-научные	соответствует предметной области одной научной дисциплины, используют соответствующие ей методы исследования

Характер использования эмпирической базы	теоретические	связаны с получением теоретического знания, например, построением типологии, формированием и развитием социологических теорий
	прикладные	направлены на поиск решения конкретной проблемы
Тип задач и используемых методов	количественные	ориентированы на исследование массовых объектов, связан с применением математических и статистических методов анализа, жестко формализованы
	качественные	ориентированы на исследование смыслов, значений, которыми действующие субъекты наделяют окружающий мир, предполагают использование мягких методов сбора информации, слабо формализованы

Социологические методы прошли длительный путь развития, превратившись в качественные исследовательские инструменты для изучения объектов социального мира. Социология, возникнув в 30-е гг. XIX в., на первых этапах развивается как теоретическая наука, однако уже *Огюст Конт* (1798-1957), которого называют «отцом социологии», так как ему принадлежит введение в научный оборот термина «социология», выступал против абстрактного теоретизирования и доказывал необходимость превращения социологии в науку, дающую точное знание. Инструментом достижения точного знания (по аналогии с естественными науками) по замыслу автора должны были быть строгие и обоснованные методы. На ранних этапах развития социологии теоретические и эмпирические исследования развивались параллельно.

Проведение первых эмпирических исследований относят к XVII-XVIII вв., именно тогда резкие социальные изменения: урбанизация, изменения образа жизни значительной части населения, бедность и нищета сделали востребованной информацию о населении для решения социальных вопросов и принятия управленческих решений. Считается, что первая перепись населения была проведена во Франции в 1697 г. [Зборовский Г.Е., с. 40]. Начинается история эмпирических исследований, которые на первых порах были предназначены для сбора информации статистического и социально-демографического характера и для проведения которых использовалось ограниченное количество методов (статистические, демографические методы, метод наблюдения). Опросы и другие методы (интервьюирование) появятся только в конце XIX – начале XX вв.

К пионерам массовых опросов относят деятельность британского предпринимателя, общественного деятеля *Чарлза Бута* (1840-1916), которого считают первым в мире исследователем бедности. Исследования Ч. Бута оказали стимулирующее влияние не только на непосредственное развитие эмпирических методов (арсенал методов, которые использовал исследователь, расширился), но и проявили их значение как инструмента решения социальных проблем. Материалы исследования Ч. Бута простимулировали принятие в Великобритании нормативно-правовых актов об улучшении жизни беднейших слоев населения (выплата пособий по безработице, установление минимума заработной платы, пенсионное обеспечение). Проявилось прикладное значение эмпирических исследований. На первых этапах исследования носили разрозненный характер, еще не были разработаны методология и методики подготовки и проведения эмпирических исследований, но на рубеже 1910-1920-х гг. произойдет перелом. Эмпирические социологические исследования бурно развиваться и связано это уже будет с американской социологией. Точкой отсчета, когда эмпирическая социология вышла на сцену с идеей о необходимости методического и технического оборудования, называют исследование *Уильяма Томаса* (1863-1947) и *Флориана Знанецкого* (1868-1958) «Польский крестьянин в Европе и Америке». В этом исследовании был использован метод изучения личных документов (письма, дневники, автобиографии, воспоминания), данные архивов, материалы прессы, документы миграционных служб, а также «глубинные» интервью. Это исследование оказало серьезное влияние на развитие эмпирической социологии, на повестку дня вышли вопросы методологии, методики, техники и процедуры исследования¹.

¹ Более подробную информацию о развитии эмпирической социологии можно прочитать в книге: Зборовский Г.Е. Эмпирическая социология : учеб. для вузов / Г.Е. Зборовский, Е.А. Шуклина ; бюджет. Учреждение высш. образования ХМАО – Югры «Сургут. гос. пед. ун-т» ; Федр. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. Образования «Урал. федер. ун-т им. Первого Президента России Б.Н.Ельцина». – Сургут: РИО СурГПУ, 2016. – 331с.

Методы социологических исследований – это способы построения и обоснования социологического знания, включают в себя методы сбора информации, методы обработки и анализа данных, методы построения теории.

В исследованиях социальной реальности сложились направления, получившие название *количественный и качественные* стратегии исследования. *Владимир Александрович Ядов* (1929-2015, советский и российский социолог) так описал различия количественной и качественной стратегии исследования: «если количественная методология преимущественно направлена на изучение закономерностей социального взаимодействия между структурами, социальными институтами и организациями, а также индивидами, в эти структуры встроенными (например, медицина и система образования, каковы их функции и отношения между этими структурами в данном обществе, функции врача и преподавателя), то качественная социология занимается субъективным содержательным аспектом реальной практики этих отношений: что значит в данном обществе «быть врачом» или «быть учителем» и как конструируется практика отношений врача и учителя в реальности» [Ядов В.А., с. 348]. В этом определении классика отечественной социологии емко отражены познавательные возможности *количественной и качественной* стратегий. Использование методов, которые относят к количественной стратегии, позволяют получать статистическую информацию, количественные характеристики изучаемого объекта. Методы, используемые в качественной стратегии, позволяют получить информацию о социальной реальности, такой какой ее видят конкретные люди, о смыслах, которыми люди наделяют окружающие их объекты. Это определяет специфику качественных методов, так как мир каждого человека индивидуален, фрагментарен. Возникает необходимость преодоления неполноты индивидуального опыта. *Анна Семеновна Готлиб* (1945, российский социолог) так определяет возможность преодоления этого ограничения: «индивидуальное здесь только потому и представляет интерес, что в нем «отлита», «встроена» социальность. Именно поэтому индивидуальное здесь своеобразная призма, сквозь, которую социолог

пытается «прозреть» общее, типическое» [Готлиб А.С., с. 121]. Задачей качественного исследования становится проникновение вглубь изучаемого объекта, понимание смыслов.

Сравнительный анализ количественной и качественной стратегии представлен в таблице 2².

Таблица 2. Характеристики количественной и качественной стратегии исследования

	Количественный подход в социологии	Качественный подход в социологии
Время распространения	Появился в 70-е годы XX в. как противопоставление качественному подходу, означает традиционный, классический (в значении «устоявшийся», проверенный временем), связанный с математической формой представления знания в классической социологии	Появился в 20-30-е гг. XX в. в рамках Чикагской социологической школы. Исследование У. Томаса и Ф. Знанецкого считают стартом качественной социологии. Именно в этом исследовании были использованы впервые включенное наблюдение, качественный анализ текстов. Эти методы позже назовут «мягкими качественными методами»
Содержание	Это одна из методологий социологического исследования, использующая такие исследовательские практики, при которых начальной точкой исследования являются теоретические гипотезы, которые в ходе исследования верифицируются (подтверждаются или опровергаются), социальные признаки измеряются. Математический аппарат служит инструментом работы с полученной информацией.	Это одна из методологий социологического исследования, использующая такие исследовательские практики, целью которых является изучение социальных явления и процессов с точки зрения действующего индивида как начала любой социальности, интерпретирующего мир вместе с другими людьми, действующего в нем в соответствии со своими интерпретациями.
Фокус исследовательского интереса	Общественные структуры как надиндивидуальное объективное образование, детерминирующее жизнь людей. Общество самовоспроизводит стабильный социальный порядок, определенные правила (нормы), поддерживаемые социальным контролем. «Социальные факты нужно изучать как вещи» <i>Э. Дюркгейм</i>	Индивид как источник, «первоначало» любой социальности. Первичен индивид, общество вторично, само общество, его структура – результат индивидуальных действий и взаимодействий людей. Общество, социальная реальность есть сконструированная объективность. Отсюда внимание к микропроцессам, практикам повседневной жизни.
Исследовательская ориентация	Задача выявить устойчивые, повторяющиеся, необходимые сущностные связи социального универсума, то есть социальные законы.	Задача понять мира, а не объяснить, так как социальная реальность есть процесс, который всегда имеет черты незавершенности, подвижности и конвенциональности. Постоянные законы в таком мире существовать не могут.
Стратегия получения знания	«Нисходящая стратегия получения знания» (авторство термина принадлежит Г.Г. Татаровой): первично выдвижение теоретических гипотез с последующей их проверкой на этапе эмпирического исследования.	«Восходящая стратегия получения знания»: индуктивное «восхождение» от эмпирических данных «наверх» к теории (или эмпирическим обобщениям); взаимное переплетение, синхронность процессов сбора информации и ее анализа, выдвижение гипотез и их проверки.

² Более подробную информацию о развитии эмпирической социологии можно прочитать в книгах классиков отечественной социологии:

Ядов В.А. Стратегия и социологического исследования. Описания, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 567с.

Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие / А.С. Готлиб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта : МПСИ, 2005. – 384с.

Проблемы истины	Количественная стратегия нацелена на получение достоверного знания, которое можно будет описать в категориях законов. Для этой стратегии становятся актуальными вопросы достоверности и надежности полученной информации.	Возможно получение знания, которое будет характеризоваться множественностью, иногда противоречивостью и конфликтностью, что связано с ключевой идеей о том, что социальная реальность конструируется людьми в процессе взаимодействие, жизненный опыт людей многогранен, но именно он и есть источник для научных интерпретаций. Качественная социология – принципиально не измеряющее знание. А.С. Готлиб
Позиция исследователя	В количественном исследовании исследователь всегда находится вне изучаемого объекта, занимая позицию наблюдателя.	В качественном исследовании исследователь одновременно и параллельно осваивает этот новый для него опыт и наблюдает за ним изнутри (включенное наблюдение, чтение дневников, биографий).
Методы	Контент-анализ Наблюдение Социологический эксперимент Опросные методы Анкетирование Интервьюирование Прессовый опрос Почтовый опрос Телефонный опрос Выявление экспертных оценок Социометрические методики	Этнографический тип качественного социологического исследования Интервью (глубинное, свободное, неформализованное) Включенное нестандартизированное наблюдение Традиционный анализ документов Фокус-группа Кейс-стади

Развитие количественной и качественной стратегии породило широкую дискуссию о возможностях и ограничениях, разделившую исследователей на «количественников» и «качественников». Дискуссия о возможности сочетания этих методов привела к формированию 4 позиций по этому вопросу:

1. Радикалистская позиция: эти две методологии носят взаимоисключающий характер, нет точек соприкосновения;
2. Экзистенциалистская позиция: каждая методология имеет свой спектр познавательных возможностей, свои преимущества и ограничения. А ответ на вопрос «К какому знанию стремимся?» – это выбор исследователя;
3. Прагматическая позиция: каждая методология имеет свою «зону релевантности», то есть наилучшим образом соответствует решаемым исследовательским задачам. Количественная стратегия эффективна, если решаются задачи по выявлению меры выраженности, распространённости социального свойства в изучаемой социальной общности, меру представленности отдельных элементов изучаемого социального явления или процесса, то есть количественное описание структуры, меры представленности типов изучаемого явления в социальной группе, взаимосвязь между

социальными признаками. Качественная стратегия эффективна, если исследуются малоизученные или новые явления, когда отсутствует теоретическое описание, или имеющееся оказывается противоречивым, есть необходимость изучить социальный объект во времени, целостности его проявлений, или когда изучаются объекты, чье существование игнорировалось [Готлиб А.С., с. 355-356].

4. Узкоэмпирическая позиция: различия между методологиями незначительны, дискуссия о различиях не продуктивна и не обоснована.

Приоритетное развитие получила прагматическая позиция, полагающая возможность равного существования качественной и количественной методологии. Возможно *параллельное* и *последовательное* сочетание этих двух стратегий.

3.2. Неопросные методы сбора социологической информации

К неопросным методам сбора социологической информации относят метод изучения документов (например, контент-анализ), социологическое наблюдение.

Наблюдение относят к классическим и универсальным методам исследования. В самом широком смысле наблюдения есть способ ориентации человека в окружающем мире. Каждый человек в своей повседневной жизни использует наблюдение. Статус научного метода наблюдение приобрело с развитием естественных наук. Сегодня это один из широкодоступных и часто используемых научных методов.

Множество определений наблюдения как метода исследования отражает значимые характеристики этого метода. В одних определениях подчеркивается подчиненность наблюдения исследовательским задачам: «Наблюдение – это направленное систематическое, непосредственное визуальное восприятие и регистрация значимых с точки зрения целей исследования социальных явлений (ситуаций, процессов, подвергающихся контролю и проверке)» [Методы, с. 150]. В других определениях акцент сделан на непосредственном присутствии

исследователя, даже включенности исследователя в изучаемую ситуацию: «Наблюдение – прямая регистрация событий очевидцем» [Ядов В.А., с. 170]. В третьих определениях присутствует указание на регистрацию увиденного в специальных бланках – карточках, протоколах: «Наблюдение представляет собой целенаправленное непосредственное восприятие определенной ситуации (события), а также регистрацию этого восприятия в соответствующих документах» [Готлиб А.С., с. 301].

Отличие наблюдения от других методов заключается в том, что этот метод не требует контакта с участниками наблюдаемой ситуации, а значит позволяет регистрировать данные вне зависимости от воли субъектов наблюдения, возможно даже в ситуации незнания языка изучаемой группы.

Преимущества наблюдения:

1. изучение людей в ситуации естественной для их повседневности;
2. регистрация событий в момент их осуществления;
3. изучение рутинного взаимодействия между людьми;
4. регистрация данных без необходимости вступать в контакты с наблюдаемыми для согласования этих действий;
5. соотнесение реальных моделей поведения в конкретных ситуациях с моделями поведения, которые декларируются человеком или предписываются социальными нормами.

Ограничения метода наблюдения:

1. наличие субъективности в интерпретации наблюдаемых фактов. Наблюдатель является носителем определенного мировоззрения, ценностей. В условиях наблюдения наблюдатель несвободен от своей системы ценностей и мировоззрения, своего жизненного опыта, что неизбежно привносится в фиксацию данных. Для данного метода актуальным является вопрос обеспечения контроля достоверности полученных данных. При проведении

наблюдения используют технику (аудио, видео) для фиксации происходящего, также применяют технику *триангуляции* (использование наблюдателя дублера)³.

2. Ограниченные возможности поведения повторного наблюдения. Повторение увиденного невозможно: всякий раз одни и те же люди уже не равны себе в следующий момент времени, невозможно повторение в деталях одной и той же ситуации. Наблюдатель несвободен от своего внутреннего состояния, имеющихся знаний и всякий раз ситуация может видаться иначе. Кроме того, есть сложности, связанные с попытками стандартизации процедуры наблюдения. Наблюдатель, в отличие от интервьюера, который дословно фиксирует ответы, самостоятельно осуществляет смысловую интерпретацию события. Самостоятельность в интерпретации в совокупности с различиями жизненного опыта, мировоззрения, ценностных убеждений, уровне профессионализма определяют значимые различия в восприятии наблюдаемых ситуаций.

3. Временные рамки наблюдаемого события ограничивают возможности проведения исследования для ретроспективного изучения событий.

4. Трудоемкость метода, сложность подготовки и проведения.

Выделяют разные виды наблюдений, в качестве критериев классификации выделяют разные признаки (таблица 3).

Таблица 3. Классификация техник наблюдения

Критерий классификации	Техника наблюдения
Условия проведения наблюдения	Полевое: наблюдение объекта в естественных условиях, наблюдатель не оказывает воздействия на ситуацию, его присутствие не должно нарушать естественный ход событий
	Лабораторное: имеет сходство с экспериментом, предполагает создание искусственной среды, в которой тестируется реакция наблюдаемых на действие экспериментального фактора (например, реакция участников фокус-группы на упаковку товара) или стимулирующего события
Тип объекта наблюдения	Массовое: наблюдаются массовые типичные ситуации, которые регистрируются множеством наблюдателей (поведение на перроне метро, встречи в общественных местах и т.п.)
	Уникальное: наблюдается уникальная ситуация, которую невозможно воспроизвести (например, реакции людей на сообщение значимой информации)

³ Более подробную информацию о технике триангуляции можно прочесть в статье: Триангуляция как способ обеспечения валидности результатов эмпирического исследования / Г. Б. Кошарная, В. П. Кошарный // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. -2016. - № 2 (38). - С. 117-122. DOI: 10.21685/2072-3016-2016-2-13

Степень стандартизации процедуры наблюдения	Неструктурированное: используется как вспомогательный метод на этапе проектирования исследования для определения масштабов объектов исследования, значимых элементов для наблюдения
	Структурированное: наблюдение проводится на основе разработанной формализованной картины наблюдаемой ситуации. Исследователь имеет четкое представление о том, какие элементы ситуации должны быть зафиксированы. Фиксируются только видимые, очевидные поведенческие реакции участников
Позиция наблюдателя	Включенное (участвующее): построено по принципу участия наблюдателя в происходящих событиях, наблюдатель становится непосредственным участником происходящего, исследователь получает возможность видеть ситуацию «изнутри»
	Невключенное: построено по принципу невмешательства наблюдателя в поведение наблюдаемых. Исследователь выполняет функцию стороннего наблюдателя

Представленные типы наблюдений предполагают разное ролевое поведение наблюдателя. Ролевые типы поведения наблюдателя в поле описаны Р. Гоулдом, выделение разных ролей по критерии вовлеченности-отстраненности исследователя во время наблюдения и степени открытости-закрытости его этнографической научной деятельности. В классификации Р. Гоулда представлены 4 типа: полный участник, участник как наблюдатель, наблюдатель как участник, полный наблюдатель:

1. полный участник: статус наблюдателя тщательно скрывается от остальных участников наблюдаемого события, участвует активно в событии, принимая ролевую позицию согласно контексту ситуации, максимально испытывает влияние со стороны участников события.
2. участник как наблюдатель: статус наблюдателя известен участникам события, наблюдатель активно участвует в событиях, исполняя одну из ролей в контексте события, погружение наблюдателя в событие максимально, испытывает влияние своей роли эксперта, его присутствие может сдерживать проявления других участников.
3. наблюдатель как участник: статус наблюдателя известен участникам события, наблюдатель, присутствуя в событии, не вмешивается в него, испытывает влияние своей роли эксперта, его присутствие может сдерживать проявления других участников.
4. полный наблюдатель: статус наблюдателя тщательно скрывается от остальных участников наблюдаемого события, присутствуя в событии только наблюдает,

не вмешиваясь в происходящее, возможны искажения ситуации в результате субъективного оценивания события наблюдателем.

Проведение наблюдения требует фиксации наблюдаемых фактов. Фиксация наблюдаемых фактов может включать (таблица 4):

Таблица 4. Карточка фиксации материалов наблюдения

Факт	Мнения участников	Мнение наблюдателя о зафиксированном факте (интерпретация)	Личные ощущения наблюдателя (эмоциональный контекст)	Аналитические выводы, гипотезы относительно зафиксированного факта
1	2	3	4	5

Основные этапы в организации наблюдения:

1. подготовка программы наблюдения: определение цели, задач объекта и предмета наблюдения, категории наблюдения (конкретные признаки), создание перечня наблюдаемых ситуаций, определение условий наблюдения, единиц наблюдения (конкретные поведенческие акты);
2. получение доступа к объекту наблюдения, установление контактов, если это необходимо;
3. выбор способа и вида наблюдения, определение основных процедур;
4. подготовка технических средств и инструментария наблюдения (дневник, карточка, протокол, инструкция и др.), пилотаж;
5. сбор информации (непосредственное проведение наблюдения) согласно плану исследования;
6. фиксация результатов: полевые заметки, заполнение карточки, ведение ауди, видеозаписи;
7. обработка данных и подготовка отчета о наблюдении.

Наблюдение как метод имеет значение для анализа социальных, экономических отношений в малых группах, требует от исследователя значимых временных затрат.

Методы анализа документов включают в себя традиционный анализ документов («Метод интерпретаций» Чикагская школа или Импрессионистский анализ (А. Страусс)), дискурс-анализ (Р. Барт, М. Фуко), опрос текста

(Д.Г. Ротман, А.А. Тарнавская), информационно-целевой анализ (Т.М. Дридзе), контент-анализ (Г. Лассуэл), анализ статистической информации. В результате человеческой деятельности накоплено огромное количество артефактов, которые в ряде случаев могут быть самостоятельными носителями информации, раскрывающие социальную реальность. Многочисленные письменные свидетельства отражают эпоху, события, смыслы. Именно поэтому методы анализа документов получили название «анализ вторичных документов». Обращаясь к документам, исследователь реконструирует события, их восприятие современниками.

Информация, зафиксированная на любом материальном носителе, называется документальным источником.

Документ (в социальных исследованиях) – это средство закрепления информации о фактах, событиях, явлениях объективной реальности и мыслительной деятельности человека различными способами на специальных носителях (печатные, аудио, видео и другие).

Документы выступают источниками информации в исследовании, так как документ всегда выступает посредником между адресатом и адресантом (коммуникативная функция), сообщая адресату необходимые сведения (смыслообразующая функция), сохраняя эти сведения как свидетельство эпохи (транслирующая функция).

Анализ документов как метод предполагает творческое прочтение документа, документ после создания становится самостоятельным артефактом.

Н.Н. Маликова и О.В. Рыбакова предложили следующую классификацию документов, используемых в социальных исследованиях. В качестве критериев классификации выделены статус документального источника; мотив создания документа; носитель информации:

1. статус документального источника: *официальные*, созданные юридическими или должностными лицами (государственная и ведомственная статистика, документооборот предприятия и организаций, протоколы судебных инстанций, официальные заявления политиков и государственных чиновников,

стенограммы официальных заседаний, информационные сообщения в СМИ); *неофициальные*, созданные частными лицами (личные дневники, письма, автобиографии, мемуары, сочинения, фотографии).

2. мотив создания документа: *специально созданные* (аналитические записки, тексты экспертных интервью, сочинения, автобиографии, воспоминания, справки); *созданные по инициативе автора текста вне контекста исследования* (творческие тексты, рекламные тексты, деловые тексты, новостные публикации, аналитические обзоры в СМИ, результаты социальных исследований и другое);

3. носитель информации: *письменные* документы (рукописные, печатные); *иконографические* документы (кино-, фото-, видеодокументы, картины, рисунки, фотографии и другое); *фонетические* документы, содержащие аудиоряд (пластинки, радиозаписи, магнитофонные ленты и другое) ; *электронные* документы (материалы сети Интернет) [Маликова Н.Н., с. 176-178].

Разные типы документов востребованы в зависимости от цели и задач исследователя и обладают разными эвристическими возможностями. Так, официальные источники отражают позиции легитимной власти, в то время как неофициальные источники отражают эмоциональный контекст события, личностное отношение к происходящему, раскрывают мир смыслов и ценностей автора документа.

Работа с документами актуализирует вопросы достоверности информации, содержащейся в тексте. В.А. Ядов, анализируя проблему достоверности документов полагает, «что проверка подлинности документа, анализ мотивов, побуждений, условий его составления, целевой установки автора, ситуации, в которой он действовал, характера его окружения» определяют достоверность информации, содержащейся в личных документах [Ядов В.А., с. 188]. Этот контекст должен обязательно учитываться при работе с источником.

Традиционный анализ документов – это метод исследования документа на основе целостного восприятия содержания, анализа замысла автора, логики построения смыслового пространства текста, приемов построения содержания, стилевых особенностей. Данный метод неизбежно сталкивается с проблемой

субъективности автора, его личного жизненного опыта, профессионального опыта. В определенном смысле работа с документом в этом случае схожа с восприятием текстов любого человека в повседневной жизни. Различия заключаются в том, что исследователь осуществляет осознанный подбор источников, которые подчинены цели исследования; анализ текстов подчинен задачам исследования, и имеет целенаправленный характер, исследователь действует по плану; исследователь проверяет подлинность источника и достоверность информации, которая в нем содержится; анализ источников позволяет исследователю описать социальное явление, позиции социальных авторов, сопричастных к событию, дать теоретическое описание.

Традиционный анализ источников предполагает *внешний* и *внутренний* анализ документа. Внешний анализ включает: установление подлинности документа, характеристику автора, описание социального контекста. Внутренний анализ документа включает: описание коммуникативных намерений автора, отношения автора к описываемой информации, лингвистических средств документа, целевой аудитории документа.

Дискурс-анализ – метод исследования документа на основе выявления правил конструирования дискурсов⁴ и анализа взаимодействия дискурсов с социальным контекстом.

Применение этого метода связано с идеей о том, что люди в своей речевой деятельности, которая невозможна вне социального контекста, отражают социальную реальность. Текст есть результат социального контекста. В тексте присутствуют языковые формы высказываний, оценочная информация, личностные и социальные характеристики коммуникантов, намерения, «фоновые» знания, проявляющие социокультурную ситуацию.

Дискурс-анализ предназначен для выявления способов конструирования дискурсов (речевого поведения, его смыслов, контекстов), содержания дискурса,

⁴ Дискурс (рассуждение, довод, беседа, разговор) – сложное коммуникативное явление, включающее в себя тексты, а также системы смыслов, ценностей, установок, экстралингвистических способов оформления текстов, погруженные в социально-культурные, социально-психологические и другие контексты в социальной реальности.

факторов, детерминирующих содержание дискурса. Данный метод информативен, когда есть необходимость выявить и описать смысловые контексты документов, стили подачи информации о событиях (это имеет значение в контексте анализа исторических текстов, или политических текстов в период избирательных компаний).

Логика организации дискурс-анализа предполагает постановку проблемы, фиксации исследуемых текстов, выделение формальных характеристик для описания предметной области, описание социального контекста, в котором возник дискурс, определение направления и стратегии анализа, техники и средств анализа, описание дефиниций единиц анализа, проверку системы категорий в теории и на эмпирическом материале.

Организация дискурс-анализа предполагает последовательность задаваемых вопросов, на которые исследователь ищет ответы в процессе анализа речевого поведения. Так, например, Р.Т. Садуов, анализируя речи премьер-министра Великобритании, использовал дискурс-анализ. Вопросы, которые были заданы текстам, были сформулированы так:

1. Герой;
2. Сверхъестественные способности героя, божественное покровительство;
3. Враг;
4. Мотив испытания/борьбы;
5. Мотив пути;
6. Вывод/призыв⁵.

Поставленные вопросы, позволили автору получить целостное представление о функционировании политических мифов в речи политика, а проведя сравнительный анализ речей Тони Блэра и Уинстона Черчилля исследователю удалось обнаружить использование опыта, выработанного традицией.

⁵ Садуов Р.Т. Мифология в политическом дискурсе: анализ речей Тони Блэра // Политическая лингвистика. 2008. № 3 (26). С. 95-101. eLIBRARY ID: [11684845](https://elibrary.ru/11684845)

Преимущества традиционного метода анализа документов и дискурса-анализа:

1. Целостное изучение текста в контексте с актуальной социальной реальностью;
2. Анализ информационной, идеологической, семантической функций документов;
3. Анализ лингвистических параметров документа (лексика, стиль изложения, межфразовое единство и другое).

Преимущества традиционного метода анализа документов и дискурса-анализа:

1. Сложности в обработке больших массивов текстов (появление информационных технологий в дальнейшем позволит решить эту задачу);
2. Значительные временные затраты;
3. Наличие субъективности, связанная с профессиональным уровнем кодировщика, его личным и социальным опытом.

Опрос текста – метод исследования текста, предполагающий получения экспертных сведений от информанта вне личного интервью с ним. Тексты (выступления официальных лиц, речи политиков, экспертные интервью) являются объектом для получения ответов на исследовательские вопросы. Исследователь в соответствии с задачами исследования разрабатывает «опросник» для текста, в соответствии с вопросами которого кодировщик анализирует текст.

Данный метод использует в случаях когда необходимо выявить мнения политической элиты по вопросам, которые задавались в массовых вопросах избирателей, это позволяет провести сравнительный анализ с прогнозными целями; отслеживать динамику изменения мнений представителей политической и государственной элиты; проводить сравнительный анализ позиций представителей элиты и избирателей.

Информационно-целевой анализ текста (ИЦА) – метод исследования текста, предназначенный для комплексного анализа информативно-целевой

структуры текстов. Данный вариант анализа текстов отражает качественную стратегию исследования, так как не предполагает формализованного инструментария. Текст рассматривается как целостность смысла, в котором проявляются коммуникативные намерения автора. Исследователь в этом случае выступает в роли интерпретатора смыслов, задача которого выявить информативность текста, направленность коммуникативного намерения автора и степень ее выраженности. Информативность текста рассматривается в категориях *первичной* и *вторичной* информативности. Под *первичной информативностью* текста понимаются смыслы, которые очевидны, имеют явный характер (например, декларируются названием или вербализируются автором текста). Под *вторичной* информативностью текста понимается способность текста транслировать смыслы, которые видит читатель, вне контекста целей автора, создавшего текст.

Чаще данный метод используют при исследовании текстов политического содержания (предвыборные речи) для выявления коммуникативных намерений авторов послания и силы воздействия текстов на аудиторию. Также этот метод полезен при подготовке текстов для выступлений. Поскольку позволяет сделать текст лаконичнее, устраняя избыточность содержания, повышая концентрацию основной идеи. Возможно использование для анализа рекламных сообщений в ходе разработки рекламной компании.

Контент-анализ – метод исследования для работы с большим объемом документальной информации; метод статистического, количественного анализа содержания документальных источников. Относится к количественным методам, так как позволяет статистически описать взаимосвязи смыслов, носит формализованный характер.

Этот метод имеет преимущества при изучении любых печатных материалов (информационные сообщения, публицистика, художественные тексты), может использоваться при анализе визуальной информации (видео-, кинотексты, рисунки).

Содержание метода заключается в переводе количественной информации в качественную для чего используются два типа единиц анализа: *смысловые (качественные) единицы анализа* и *единицы счета (количественные)*. Единицы анализа могут совпадать или не совпадать с единицами счета. *Гарольд Лассуэл* (1902-1978, американский политолог) в качестве единицы анализа предложил рассматривать символ или понятие, *Х. Хорт*, *Л. Лоуэнталь*, *Дж. Гербнер* в качестве единицы анализа успешно использовали определенный набор тем.

Процедура контент-анализа предполагает 2 этапа:

1. разработка категорий, отражающих исследуемые признаки.
2. анализ содержания в соответствии с разработанными категориями с учетом рангового места (частота использования); семантической схожести; направленности; пространственной определенности; интенсивности.

Процедура контент-анализа требует четкости в определении предзаданных категорий, так как это позволяет снижать субъективность кодировщика.

Система категорий должна быть в определенном смысле универсальной, она должна быть применима ко всему массиву текстов; она должна давать возможность сравнительного анализа; она должна давать очень узкую смысловую интерпретацию, что снижает субъективность кодировщика.

Разработка категорий анализа завершается созданием *кодификатора*. Кодификатор – это список категорий, подлежащих кодированию в процессе контент-анализа.

Л. Ньюман приводит такой пример кодификатора для изучения лидерских ролей [*Ньюман Л.*, с. 126] (таблица 5):

Таблица 5. Пример кодификатора для изучения лидерских ролей

Тема	Содержание
Характеристика статьи	Из какого журнала? Дата публикации. Объем публикации. Чему посвящена статья? В каком месте настоящего издания она помещена? Сопровождается ли она фотографиями?
Люди в данной статье	Сколько человек упомянуто в статье? Сколько из них играют в статье важную роль? Пол, раса каждого из упомянутых людей.
Лидерские роли	Укажите лидерскую роль для каждого значительного лица, о котором говорится в статье. С какой сферой связано лидерство данного лица, или какая у него профессия?
Позитивная или негативная роль	Определите показанный в статье уровень (рейтинг) позитивности или негативности для каждой лидерской или профессиональной роли. Например, 5

	= весьма позитивный; 4 = позитивный, 3 = нейтральный, 2 = негативный, 1 = весьма негативный, 0 = противоречивый.
--	--

В качестве документов для контент-анализа могут использоваться как специально созданные для целей исследования (сочинения, эссе на заданную тему, письма, автобиография, транскрипты глубинных интервью, открытые ответы и другое), так и созданные независимо от целей исследования (публикации в газетах, журналах, сети Интернет, записи выступлений, художественные тексты и другое).

Возможности контент-анализа как метода исследования:

1. возможность получения ретроспективной информации о состоявшихся событиях, в том числе прогнозных сценариях с целью сравнительного анализа;
2. возможность анализа событий без ограничений, связанных с особенностями человеческой памяти и пространственно-временными ограничениями;
3. возможность выявления латентной (неочевидной) информации;
4. возможность исследования больших массивов текстов из разных источников (с начала 1970-х гг. начали разрабатываться специализированные компьютерные программы для анализа различных текстов);
5. возможность количественного описания содержания текста, статистической оценки выявленных взаимосвязей.

Ограничения контент-анализа как метода исследования:

1. значительные временные затраты;
2. высокие требования к профессионализму кодировщика;
3. эффекты субъективности кодировщика;
4. отказ от оценки эстетических и лингвистических качеств анализируемых текстов;
5. анализ содержания текста вне социального контекста.

Специалисты полагают, что достоинства метода существенно превышают его ограничения.

3.3. Опросные методы сбора социологической информации

К опросным методам сбора социологической информации относят анкетирование, интервьюирование, почтовый опрос, телефонный опрос, интернет-опрос, опросные mix-методики (hall-тесты, home-тесты, mystery-shopping), телевизионный экспресс-опрос, метод фокус-групп, метод экспертного опроса, социометрический опрос, изучение бюджетов времени и другие.

Опросные методы в разных вариантах получили очень широкое распространение и относятся к часто используемым формам организации исследования. Считается, что история опросных методов начинается с истории переписи населения. А первые переписи населения как известно были уже в Древнем Египте, которые проводились в интересах государства для учета налогоплательщиков и способных держать оружие в руках. Перепись населения поручалась специально обученным чиновникам, которых в античную эпоху называли цензорами и которые по своему усмотрению разрабатывали правила проведения переписи. Перепись оказалась функциональной для нужд государств и стала обыденной практикой. С середины XVIIIв. переписи стали носить регулярный характер и были предназначены для сбора статистической информации. Так, сбор статистической информации сделал востребованным метод опроса.

Методу опроса посвящено значительное число публикаций классиков социологической науки⁶. Поэтому в рамках данного пособия будут затронуты только некоторые аспекты опросных методов. Важно отметить, что использование в повседневных практиках вопросно-ответной формы общения создает иллюзию общедоступности этого метода, как не требующего особых знаний и навыков, порождает дилетантство. В то же время данный метод требует достаточно серьезного объема знаний, связанного с созданием как

⁶ Ядов В.А. Стратегия и социологического исследования. Описания, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 567с.

Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие / А.С. Готлиб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта : МПСИ, 2005. – 384с.

Девятко И.Ф. Методы социологического исследования / И.Ф. Девятко. – 4-е изд. – М.: КДУ. – 296с.

инструментария (анкеты, опросника), так и построения выборки⁷, выбранной генеральной совокупности⁸ исследования.

В развитии опросных методов знаковым событием стала предвыборная президентская компания 1936 г. в США⁹. Именно результаты прогнозов, которые были сделаны журналом «Literary Digest» на основе опроса избирателей и командой *Джорджа Гэллага* (1901-1984, американский ученый, журналист, статистик, автор научных методов изучения общественного мнения), показали значимость научного подхода в организации опросов. Прогноз, сделанный журналом, без учета вопросов построения выборки, факторов качества и надежности, получаемой информации, оказался неверным. Дж. Гэллаг еще на этапе предвыборной гонки прогнозировал, что данные, полученные журналом «Literary Digest», не подтвердятся (редакция журнала «Literary Digest», уверенная в надежности полученных данных, даже подала в суд). Эта история стала важным этапом в развитии опросных методов как научных.

Опрос – это метод сбора эмпирической информации, предусматривающий устное или письменное обращение исследователя к определенной совокупности людей с вопросами, содержание которых представляет изучаемую проблему на уровне эмпирических референтов. Опрос как научный метод позволяет получить информацию о субъективном мире людей, их предпочтениях, мотивах, ожиданиях, мнениях и социальных условиях, детерминирующих жизненные субъективные миры людей. Сбор информации может происходить в ходе непосредственного общения (интервью) или опосредованного общения (анкетирование).

Особенности опроса как метода исследования:

⁷ Выборка – это подмножество заданной совокупности (популяции), позволяющее делать более или менее точные выводы относительно совокупности в целом (И.Ф. Девятко).

⁸ Генеральная совокупность – это совокупность всех объектов (единиц), относительно которых предполагается делать выводы при изучении конкретной задачи.

⁹ Подробное описание истории смотрите в кн.: Маликова, Н. Н. Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие / Н. Н. Маликова, О. В. Рыбакова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 232 с. — ISBN 978-5-7996-1333-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69591.html> (дата обращения: 10.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей; Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005. – 239с.

1. Данные предоставляются участниками опроса;
2. Содержание информации связано с субъективностью респонденты (уровнем его информированности, компетентности, ценностными установками, убеждениями, настроением);
3. Зависимость данных опроса от формы и содержания вопроса, обстоятельств организации опроса;
4. Зависимость данных опроса от уровня профессиональной компетентности, установок интервьюера;
5. Влияние респондента на интервьюера.

Эти особенности определяют три главные проблемы опросных методов: конструирование вопросов и их качество (о чем спрашивать, как спрашивать, какие задавать вопрос¹⁰, как убедиться в то, что знание достоверное¹¹); выбор формы опроса и организация исследования; профессиональный уровень интервьюеров (эффект интервьюера).

Существует множество классификаций опросов. Одна из них классифицирует опросы по способу обращения к респондентам: анкетирование и интервьюирование (таблица 6) [Маликова Н.Н., с. 124-125]:

Таблица 6. Сравнительный анализ возможностей анкетирования и интервьюирования

Анкетирование	Интервьюирование
Общие признаки	
1. Ситуация общения, которая может быть личной или опосредованной, индивидуальной или групповой, устной или письменной. 2. Искомая информация содержится в ответах респондентов на вопросы, которые сконструированы заранее или возникают по ходу беседы.	
Отличительные признаки	
Опосредованный контакт: испытуемый заполняет анкету без влияния исследователя	Прямой контакт исследователя с испытуемым
Письменная форма контакта	Устная форма контакта
Преимущества	
Сбор информации в короткие сроки	Получение информации от респондента, который соответствует требованиям выборки
Анонимность	Возможность получения ответов на все вопросы, в случае установления надежного контакта с респондентом

¹⁰ Аверьянов Л.Я. Социология: искусство задавать вопросы. Издание 2-е, переработанное и дополненное. – М., 1998. – 191с.

¹¹ Садмен С., Брэдберн Н., Шварц Н. Как люди отвечают на вопросы: применение когнитивного анализа в массовых обследованиях / Пер с англ. Д.М. Рогозина, М.В. Рассохиной; Под ред. Г.С. Батыгина. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. – 304с.

Возможность ответов в удобное для респондента время	Последовательность прохождения всех вопросов
Отсутствует эффект интервьюера (искажающее влияние на достоверность результатов)	Общение «лицом к лицу» дает возможность получить полные развернутые ответы
Нет необходимости в высокой квалификации сотрудника, распространяющего анкеты	Возможность создания доверительной ситуации
Малозатратный метод исследования	Интервьюер может наблюдать за реакциями респондента (невербальное отношение к теме опроса)

Одной из динамично развивающихся форм опроса стало *онлайн-анкетирование*. Данная форма опросов вызвала широкую дискуссию среди специалистов¹². Развитие цифровых технологий, стимулирующие исследования с применением он-лайн-анкетирования, поставило целый ряд методологических вопросов: формирование выборки, уникальность участника опроса, отсутствие достоверной информации о респондентах, возможности привлечения респондентов, дизайн анкеты, игровые формы опросов и другие.

Опросные mix-методики также получили распространение в последние десятилетия. Они представляют собой сочетание количественных и качественных методов. Основные методы: hall-тесты, home-тесты, mystery-shopping. Они получили распространение в связи изучением поведения потребителя.

Hall-Test (central location test (CLT)) – это метод сбора информации; разновидность личного интервью, применяемое как метод исследования качественных свойств предмета. Hall-Test предполагает анкетирование респондентов с целью уточнения восприятия атрибутов и потребительских свойств товара, рекламного сообщения, упаковки, названия, услуги или торговой марки целевой аудитории. Участники в ходе исследования оценивают качества, привлекательность товаров, упаковки и других характеристик, влияющих на выбор покупателя. Участник сперва оценивает товар, а затем заполняет подготовленную анкету. Тестирование происходит в специальном помещении

¹² Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – Москва: Типография, 2016. – 556с. URL: https://www.hse.ru/data/2016/04/14/1124863970/Online_Research_in_Russia_4_complete.pdf
 Онлайн исследования в России 3.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. — М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. — 420 с. URL: https://www.hse.ru/data/2013/01/23/1306499731/Online_Research_in_Russia_3_complete.pdf

(hall), участник тестирует товар, а затем высказывает свое мнение о товаре, объясняет мотивы выбора, реакции на товар, рекламное сообщение.

Тестирование товар может быть «слепое»: марка продукта не сообщается и «открытое»: марка товара сообщается участникам; «оценочное» (участники работают только с одним товаром, рекламным сообщением) и «сравнительное» (участники сравнивают несколько товаров).

Hall-Test помогают производителю товара оценить первые впечатления потребителей о товаре. Метод используется для оценки товаров массового потребления, получают распространение для оценки и более сложных объектов, таких как рекламные сообщения, бренды. Метод трудоемкий, но обладает такими возможностями как получение оценок аудио-, видеоинформации, а также информации о вкусовых, обонятельных, осязательных ощущениях потребителя.

Home-Test аналогичен Hall-тесту, отличие состоит в том, что он проводится в домашних условиях (в обычных для данного товара условиях использования). Потребитель получает возможность не только тестирование внешней привлекательности, визуальной оценки товара, качеств упаковки, но и более глубокие потребительские свойства продукта. Объем тестируемых составляет от 100 до 400 человек. Объем выборки определяется задачами хоум-тестирования, а также долей исследуемой категории населения в генеральной совокупности. Основными критериями формирования целевой выборки являются частота и объем употребления товарной группы, которой относится товар. Метод используется с целью позиционирования товара, проверки восприятия потребительских свойств товара, выявления преимуществ и недостатков товара в сравнении с аналогичными. Преимущество метода является тестирование товара в условиях, в которых они используются, ограничением выступает высокая стоимость.

Mystery-shopping — метод «таинственного покупателя» или метод «инсценировки покупки», метод маркетинговых исследований, в основе которого лежит оценка качества обслуживания с помощью специалистов, выступающих в роли подставных покупателей (заказчиков, клиентов). Этот

метод имеет и другие названия: Secret Shopping, Spotter Services, Shopper Programs, Undercover Performance Evaluations, Anonymous Consumers, Shopper Audits, Virtual Customers, Ghost Shopping, Таинственный покупатель. Качество обслуживания для современного покупателя является важнейшей характеристикой в оценке компании. Mystery-shopping позволяет производителям оценить работу персонала по реализации товара. План оценивания разрабатывается заранее (какие элементы работы персонала будут оцениваться), формируется анкеты, проводится инструктаж исследователей и далее происходит работа по сбору информации, посещение исследуемых точек (магазины, офисы) под видом клиентов. Также сбор информации возможен посредством телефонных звонков или общения в Интернет. Востребован Mystery-shopping для анализа работы компаний, работающих в таких сферах как: страховые компании, автосалоны, ювелирные салоны, автозаправки, банки, рестораны, кафе, супермаркеты, магазины электроники, мебельные салоны, магазины одежды и обуви. Результаты Mystery-shopping позволяют провести анализ основных ошибок персонала, разработать тренинг, измерить общий индекс качества обслуживания, индивидуальный индекс успешности конкретного сотрудника, имеющий значение для расчета заработной платы. Преимуществом метода является возможность независимой проверки соблюдения стандартов компании. Ограничением метода является высокая загруженность контроля соблюдения процедуры.

Опросные методы с появлением цифровых технологий получили новые возможности, практика последних десятилетий показывает снижение интереса к традиционным методам анкетирования и расширение интереса к использованию он-лайн-форм опроса.

Контрольные вопросы и задания

1. Какие задачи можно решить, используя опросные и неопросные социологические методы, в области менеджмента и маркетинга?
2. Дайте характеристику качественной стратегии социологических исследований.

3. Дайте характеристику количественной стратегии социологических исследований.
4. Опишите возможности опросных и неопросных методов, их возможности и ограничения.
5. Назовите методы, представленные в опросных *mix*-методике, дайте их характеристику.

Темы эссе

Контент-анализ: возможности метода.

Качественная или количественная стратегия в исследовании? Что выбрать?

Статьи для анализа

Ньюман, Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. – 1998. – № 6. – С.119-126.

Вопросы:

1. Какие ограничения опросных методов по мнению автора способны решить неопросные методы?
2. Какие способы непрямого измерения социального поведения называет автор и как характеризует их возможности?
3. Какие версии контент-анализа и их характеристики приводит автор?
4. Какие темы могут быть в фокусе исследований методом контент-анализа по мнению автора?
5. Опишите исследование, проведенное автором: как была сформулирована проблема, определены единицы анализа, построена выборка, организован сбор информации?

Збенович, К. Два мира одного детства: дискурс-анализ опыта взросления в Израиле // *Labaratorium: журнал социальных исследований*. 2010. №3. С. 58-71.

eLIBRARY ID: [23975737](#)

Вопросы:

1. Как автор определил проблему и цель исследования?
2. Как автор описал эмпирическую базу исследования и обосновал метод выбор метода исследования?

3. Какую методику использовал автор для формирования выборки исследования, какая социальная общность была определена как генеральная совокупность?
4. Что автор выбрал в качестве единиц анализа и как обосновал выбор?

Девятко, И.Ф., Лебедев, Д.В. Глазами интервьюера, глазами респондента: контуры нового подхода к оценке когнитивной нагрузки при проведении опроса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5 (141). С. 1-19. eLIBRARY ID: [32290106](#)

Вопросы:

1. Как авторы характеризуют массовые опросы? Почему это уникальный источник информации?
2. Как авторы описывают связь между инструментарием исследования в массовых опросах и качеством и надежностью полученной информации? Что оказывает влияние на качество и надежность информации?
3. В чем состоит проблема когнитивной перегрузки интервьюеров и когнитивной нагрузки респондента и как это связано с качеством информации?
4. Какие подходы существуют к измерению когнитивной нагрузки? Какие сложности возникают при попытках создать интегральную оценку когнитивной нагрузки?

Практические задания для самостоятельной работы

Задание 1.

Составьте таблицу, в которой будут представлены достоинства и ограничения различных методов сбора социологической информации, в том числе качественных и количественных.

Задание 2.

Составьте схему-презентацию факторов, которые могут оказать влияние (позитивное и негативное) на качество социологической информации. Подготовьте выступление.

Задание 3.

Составьте таблицу Сравнительная характеристика методов анализа документов

Показатель	Традиционный анализ текстов	Контент-анализ	Дискурс-анализ
Для каких целей применяется			
Какие виды тестов адекватны возможностям метода?			
Содержание метода			
Возможности метода			
Ограничения метода			

Тестовые задания

1. Соотнесите тип исследования и его описание:

Типы исследований	Характеристика
1. фундаментальные	А. ориентированы на исследование смыслов, значений, которыми действующие субъекты наделяют окружающий мир, предполагают использование мягких методов сбора информации, слабо формализованы
2. прикладные	Б. организованы на стыке ряда научных дисциплин, используют общенаучные методы, предполагают высокий уровень теоретического обобщения
3. общенаучные	В. ориентированы на практическое использование научных знаний, поиск возможности применения фундаментальных знаний для решения конкретных практических проблем
4. специально-научные	Г. ориентированы на исследование массовых объектов, связан с применением математических и статистических методов анализа, жестко формализованы
5. теоретические	Д. направлены на поиск решения конкретной проблемы
6. прикладные	Е. связаны с получением теоретического знания, например, построением типологии, формированием и развитием социологических теорий
7. количественные	Ж. соответствует предметной области одной научной дисциплины, используют соответствующие ей методы исследования
8. качественные	З. осуществляется поиск новых путей, методов познания на основе глубинного критического анализа существующего научного знания и познавательных методов

2. Родоначальником социологических опросов называют

- А. Чарльза Бута
- Б. Томаса Куна
- В. Огюста Конта
- Г. Уильяма Томаса

3. К неопросным методам исследования относятся ...

- А. Контент-анализ
- Б. Наблюдения
- В. Фокус-группа
- Г. Метод триангуляции

4. К опросным методам исследования относятся ...

- А. Дискурс-анализ
- Б. Наблюдения
- В. Фокус-группа
- Г. Интервьюирование

5. К опросным тип-методикам исследованиям относятся ...

- А. hall-тесты, home-тесты, mystery-shopping
- Б. он-лайн-тесты, home-тесты, mystery-shopping
- В. verbal test, personality test, achievement test
- Г. социологический тест, он-лайн-тест, пилотажный тест

Библиографический список

Голубков, Е.П. Методы принятия управленческих решений в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Е.П. Голубков. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020, - 249с.

Готлиб, А.С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие / А.С. Готлиб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта : МПСИ, 2005. – 384с.

Зборовский, Г.Е. Эмпирическая социология : учеб. для вузов / Г.Е. Зборовский, Е.А. Шуклина ; бюджет. Учреждение высш. образования ХМАО – Югры «Сургут. гос. пед. ун-т» ; Федр. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. Образования «Урал. федер. ун-т им. Первого Президента России Б.Н.Ельцина». – Сургут: РИО СурГПУ, 2016. – 331с.

Коротков, Э.М. Исследование систем управления : учебник и практикум для вузов / Э.М. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020, - 226с.

Маликова, Н. Н. Дизайн и методы социологического исследования : учебное пособие / Н. Н. Маликова, О. В. Рыбакова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 232 с. — ISBN 978-5-7996-1333-

4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69591.html> (дата обращения: 10.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. Социологический опрос / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. - М.: Наука, 1990. - 232 с. Режим доступа: <https://www.isras.ru/files/File/publ/Scan 2018/Metody sbora informatsii1 1990.pdf>

Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / Отв. ред. В.Г. Андреенков, О.М. Маслова. - М.: Наука, 1990. - 224 с. Режим доступа: <https://www.isras.ru/files/File/publ/Scan 2018/Metody sbora informatsii2 1990.pdf>

Мишин, В.М. Исследование систем управления : учебник для вузов. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 527с.

Ньюман, Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. – 1998. – № 6. – С.119-126.

Садуов, Р.Т. Мифология в политическом дискурсе: анализ речей тони блэра // Политическая лингвистика. 2008. № 3 (26). С. 95-101. eLIBRARY ID: [11684845](#)

Чернышева А.М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. – М.: Издательство Юрайт, 2020, 244с.

Чернышева, А.М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. – М.: Издательство Юрайт, 2020, 219с.

Ядов, В.А. Стратегия и социологического исследования. Описания, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 567с.

Глава 4. Цифровые технологии и методы исследований

4.1. Социальные сети как ресурс сбора эмпирической информации: возможности и ограничения

Одной из сложных научных задач в сборе эмпирической информации стоит задача формирования выборки, которая получила новое звучание в связи с распространением информационных технологий. Создание условий для формирования репрезентативной выборки – это один из факторов, влияющих на получение достоверной информации, которая может быть распространена на всю изучаемую совокупность.

Появление социальных сетей, создав новые возможности в сборе эмпирической информации, заставило по-новому взглянуть на проблемы формирования выборки, сбора эмпирической информации. Научное сообщество поставило вопрос о перспективах использования социальных сетей для организации опросов, возможностях и ограничениях сбора эмпирической информации в социальных сетях.

В отчете «Измерение цифрового развития: цифры и факты за 2019 год» Международного союза электросвязи отражены тенденции интернетизации и включенности населения мира в использовании сети Интернет: 97% населения мира живет на территории, которая обеспечена сигналом подвижной сотовой связи, 93% находятся в пределах досягаемости сети 3G (или последующих поколений). Продолжается рост числа пользователей сети интернет, и в настоящее число пользователей 4,1 млрд. человек, что составляет 53,6% от общей численности людей на Земле [Measuring]. Все расширяющееся число пользователей сети Интернет создает уникальную возможность доступа к широкому числу людей, информационные технологии облегчают разные задачи, стоящие перед исследователем, появились разнообразные технические возможности по созданию и тиражированию интерактивных опросников, которые существенно сокращают временные, коммуникативные и финансовые затраты исследователя на проведение исследования. Однако эта же легкость

актуализирует вопросы методики и техники проведения исследования, которые длительно обсуждались в процессе разработки методологии и методов исследований. Обращение к респондентам в социальных сетях актуализирует вопрос реализации выборки [Руденкин Д.В., с.130-135]. Для исследователя очень важно сохранять контроль над выборкой, поскольку это обеспечивает репрезентативность исследования, ключевой характеристики качества полученных материалов. Использование социальных сетей как инструмента приглашения пользователей стать участниками исследования ставит перед исследователем задачу ответить на вопросы: *кто отвечает, как отвечает и почему отвечает*, когда встречает ссылку на анкету в сети (В.Д. Руденкин).

К настоящему моменту накоплен опыт построения выборки применительно к организации опросов, позволяющий в некоторой степени преодолевать сложности построения выборки в сети Интернет [Courper M., Мавлетова А.М.]. Ряд авторов предложили особые техники отбора респондентов – «выборка, направляемая респондентом» (Respondent-Driven Sampling) [Wejnert, Heckatorn]. Применение такой выборки оставляет возможность сохранения контроля исследователя за отбором респондентом, формированием выборки. В случае с распространением анкеты в социальных сетях такое управление сбором информации становится для исследователя почти недоступным. В этом случае исследователь не знает кто увидит анкету, и кто захочет на нее ответить. Жизненный цикл ссылки интерактивной анкеты, выполненной на платформе Google Forms, и размещенный в двух сообществах социальной сети «ВКонтакте», с возможностью детального отслеживания пользователей, принявших решение о заполнении анкеты, был проанализирован В.Д. Руденкиным. Автор обнаружил действие следующих тенденций:

1. абсолютное большинство пользователей, имевших возможность увидеть ссылку, приглашавшую к участию в опросе, проигнорировали данное приглашение;
2. на ссылку обратили внимание пользователи, которые охарактеризовали себя как «не склонные к участию в дискуссиях с другими пользователями»,

анкету заполняли пользователи, «ориентированные скорее на потребление информационного контента, нежели на его создание. Возможность экстраполяции настроений таких людей на мнение других пользователей социальных сетей вызывает большие сомнения» [Руденкин Д.В., с.133];

3. срок действия ссылки, когда пользователи активно отвечали, составил двое суток, по истечении которых активность резко упала;

4. распространение ссылки на анкету замкнулось пространством социальной сети, гипотеза о возможности рассылки пользователями анкеты другим пользователям не подтвердилась.

В целом, стратегию тиражирования анкет для сбора эмпирического материала оценивают как очень привлекательную, но очень рискованную, как «обманчиво удобный инструмент распространения анкет», содержащую риски, «потенциально губительные для качества и надежности получаемых данных» [Руденкин Д.В., с.135].

4.2. Возможности социальных сетей в рекрутировании целевой выборки

Информационные технологии создали не только возможность почти мгновенного доступа к респонденту и обострили вопросы качества и надежности получаемых данных, но и актуализировали вопросы техник построения выборки. Набор респондентов в социальных сетях – новые возможности для организации исследования. И если ранее опросы в социальных сетях рассматривались как квази-опросы, ненаучные, носящие развлекательный характер, то сейчас идет дискуссия о возможностях и ограничениях рекрутирования респондентов в социальных сетях.

В 2000 г. вышла статья М. Купера «Обзор: веб-опросы: обзор проблем и подходов», в которой автор поставил проблему формирования выборки в исследованиях с применением информационных технологий при рекрутировании респондентов. М. Купер указал, масштабирование информационных технологий демократизирует опросы и позволяет сделать

прорыв в исследовательской индустрии и повышает риски охвата интересующей генеральной совокупности и ошибки выборки [Couper M.].

По оценкам отечественного исследователя Р.Н. Абрамова рост использования возможностей социальных сетей в организации исследований начинается в 2007-2008гг. [Абрамов Р.Н., с. 86]. Отмечаются положительные эффекты использования социальных сетей при организации исследования, связанных с высоко сензитивными темами; с труднодоступными категориями респондентов, так как удешевляется стоимость и повышается эффективность. А также имеют преимущества в сравнении с телефонными опросами в части снижения числа социально желательных ответов (так называемый эффект социальной желательности, SDB)¹. Социальные сети дали новые возможности в организации лонгитюдных исследований² с целевыми выборками для восстановления панели.

Методические подходы к организации исследований с помощью социальных сетей для целевых (неслучайных) выборок:

1. Рекрутирование в социальных сетях

а. с использование рекламного модуля

После определения характеристик целевой выборки на первом этапе отбора респондентов формируется рекламное сообщение, которое может быть доступно пользователям, отвечающим характеристикам целевой выборки, и размещается на страницах сети, которые потенциально могут быть интересны пользователям с таким профилем. Если пользователь заинтересовался рекламой сообщением, то

¹ Эффект социальной желательности (англ. social desirability bias, SDB) – термин, используемый в социологических исследованиях для обозначения стремления респондента дать такие ответы, которые с их точки зрения выглядят желательными в глазах окружающих (тип предвзятости респондента). К числу тем, обсуждение которых вызывает подобный эффект, относятся, например, темы, личных доходов, домашнего или сексуального насилия, употребления наркотических, алкогольных средств и другие.

² Лонгитюдное исследование (англ. Longitudinal study от longitude — долговременный) – научный метод, применяемый в социологии, психологии и других науках для изучения одной и той же группы объектов, в ходе которого происходят качественные изменения объекта. Основоположниками лонгитюдного метода исследования были Уильям Штерн и А. Н. Гвоздев, ведшие различные дневники наблюдений за развитием ребёнка в семье. Повторное изучение панели сопряжено с высокими затратами и относится к ограничениям данного метода. Более подробную информацию о методе можно найти на сайте Британского центра лонгитюдных исследований. Электронный ресурс. URL: <https://www.iser.essex.ac.uk/ulsc>; а также на сайте Фонда общественного мнения. Электронный ресурс. URL: <https://fom.ru/posts/10836>.

кликая на него, он попадает на официальную страницу сайта исследования, где ему предлагается оставить контактные данные для связи. На втором этапе исследователь/оператор лично связывается с потенциальным участником, ему разъясняются цель и задачи исследования, уточняются его характеристики на соответствие ключевым параметрам выборки. На этом этапе происходит отсев: не все, кто оставляет контактные данные, выходят на связь, не все соответствуют требуемым параметрам, не всем интересно участие. Fenner Y., Garlan S. отметили дешевизну и эффективность рекрутирования участников исследования в сравнении с традиционными методами при наличии эффекта смещения выборки; была выявлена положительная корреляция между временем, которое пользователь проводил в сети и вероятностью отклика на участие в исследовании [Fenner Y., Garlan S.].

б. без использования рекламного модуля

Стратегия «тяни/толкай» (pull in/puch out) рассмотрена американским исследователем К. Энтони. В случае метода «pull in» объявление о наборе участников размещается на сайтах для поиска работы и фриланса, в случае метода «puch out» объявления размещаются в социальных сетях и на сайтах, не связанных с работой. Ограничением этого подхода выступает риск систематических ошибок выборки, вследствие участия «профессиональных испытуемых», то есть такие участники, которые на регулярной основе участвуют в исследованиях, преследую материальную выгоду от участия [Antoun C., Zhang C., Conrad F.G., Schober M.F.].

2. Рекрутирование в социальных сетях по методике «Снежного кома»

Исследователь/модератор создает группу в социальной сети, привлекая в нее своих «друзей», а также обращается в тематические группы, уже имеющиеся в Сети. После достижения численности волонтеров 500-1000 человек, модератор предлагает пройти анкету, а также разослать ссылку своим сетевым «друзьям», а также просьбу сделать рассылку на электронную почту тем, кто не включен в эту социальную сеть. Исследователи по-разному оценивают возможности

применения «снежного кома» (snow ball)³ при рекрутировании респондентов в социальной сети. Так, К.Б. Бхутто дает положительную оценку возможности подобной схемы рекрутирования респондентов без обращения к рекламному модулю социальной сети [Bhutta С.В.], в то время как Р.Н. Абрамов оценивает менее позитивно [Абрамов Р.Н., с. 89]. По данным исследования Р.Н. Абрамова набор респондентов с помощью социальной сети ВКонтакте оказался менее эффективным в сравнении с использованием рекламных возможностей Facebook [Абрамов Р.Н., с. 90].

В то же время накопленные материалы позволяют говорить о том, что при малых целевых выборках рекрутирование через коммуникации в социальных сетях и привлечение волонтеров может быть оправдано целями исследования. Так, это может быть целесообразно при изучении «скрытых совокупностей» (hidden population)⁴. Использование метода отбора респондентов в социальных сетях требует понимания, что этот метод имеет ряд ограничений, существенным из которых является проблема цифрового неравенства⁵, которая со временем может решаться. Увеличение зоны действия сетей связи, развитие технологии цифровой связи расширяет число пользователей. Еще одним интересным фактом является вывод о том, что ответы респондентов, рекрутированных через социальные сети, были более информативными, нежели ответы на аналогичную анкету, полученные в процессе контактного опроса [Pedersen E.R.].

В целом специалисты оценивают возможность рекрутирования респондентов как метод, имеющий ряд положительных эффектов, так и ограничений, которые следует адекватно оценивать при использовании.

К преимуществам такого метода формирования выборки относят

³ Метод основан на том, что почти каждый представитель целевой группы может назвать еще одного или нескольких человек, которые в эту группу входят. Интервьюеры специальными методами ищут первых респондентов, а те, в свою очередь, подсказывают, кого еще можно опросить. В результате число опрошенных растет, как снежный ком.

⁴ респонденты, представляющие труднодоступные выборки со сложными параметрами.

⁵ Цифровое неравенство (англ. Digital divide) — ограничение возможностей социальной группы из-за отсутствия у неё доступа к современным средствам коммуникации.

1. относительно низкую стоимость набора респондентов в сравнении с традиционными методами рекрутирования, включая рассылки по электронной почте;
2. возможность использовать для проведения исследований с учебными целями и работой с узкими целевыми выборками.

К ограничениям такого метода формирования выборки относят:

1. отсутствие репрезентативности;
2. *эффект самоотбора* (профессиональные респонденты) и предоставление респондентами недостоверной информации о своем статусе в начале исследования, что характерно в целом для большинства онлайн-исследований;
- 3 смещение выборки.

Привлечение респондентов в социальных сетях актуализирует вопросы визуализации и оптимизации содержания приглашения к опросу. Повышается значимость формы, статуса, дизайна и содержания приглашения на количество откликов в онлайн-опросах.

А.М. Мавлетова, Н.Г. Малошонок, Е.А. Терентьев провели исследование влияния таких элементов он-лайн-анкеты как обращение по имени/имени и отчеству, указание персональной информации в письме, указание на селективность, возможность получения результатов исследования, статус отправителя, тема письма и наличие изменений в тексте напоминаний на долю откликов в онлайн-опросах. Наиболее значимым фактором оказался статус отправителя приглашения. Так, приглашение принять участие в опросе от имени декана увеличило количество откликов в 2 раза по сравнению с приглашением от имени исследовательского центра. Влияние остальных факторов оказалось либо не столь однозначным, либо статистически незначимым [Мавлетова А.М., с. 88-89].

По мнению Р.Н. Абрамова при организации рекрутирования в социальных сетях важно обратить внимание на следующие обстоятельства:

1. важно при разработке макета анкеты учитывать параметры устройств пользователей, с которых пользователи будут заполнять анкету;

2. важно учитывать различия интерфейсов, способах представления информации и коммуникаций в разных социальных сетях, что определяет требования к форматам размещения информации об опросе и форматам продвижения пригласительного объявления;
3. важно иметь предварительное представление об основных параметрах пользователей конкретных социальных сетей на основе общедоступных данных, так как характеристики аудиторий разных социальных сетей существенно различаются;
4. важно выбирать удобное время для показа рекламы в соответствии с качественными характеристиками выбранной аудитории;
5. важно тщательно отработать содержание и графический дизайн приглашения к участию в исследовании [Абрамов Р.Н., с.105].

4.3. Он-лайн-интервью: возможности и ограничения

Интервьюирование относится к часто используемым методам исследования в социальных исследованиях. Интервью относят к опросным методам социологии. Интервью – это целенаправленное, «заданное» социально-психологическое общение интервьюера и респондента (информанта) (А.С. Готлиб). Популярность интервью связана с его широкими возможностями: получение информации о прошлом, настоящем и будущем изучаемых людей, получение информации о субъективном мире людей и их поведении; возможность управления процессом: интервьюер имеет возможность наблюдать за реакциями респондента и оценивать степень включенности и искренности, что важно для понимания достоверности получаемой информации.

Цифровые технологии создали возможности для появления разновидности интервью, получившего название *чат-интервью (он-лайн-интервью)*. Такой тип интервью предполагает синхронный обмен сообщениями в мессенджере социальной сети (Чудова И.А., Чернышова Е.А., Пироцкая А.В.). Принципиальное отличие он-лайн-интервью в сравнении с классическим вариантом – это опосредованное общение с применением информационных

технологий. Этот тип интервью относительно молод, привлекает внимание исследователей и нуждается в методической рефлексии, как и многое другое, появившееся в исследовательских практиках под влиянием информационных технологий.

Ярко выраженной характеристикой он-лайн-интервью является ведение беседы с респондентом с помощью текстовых сообщений в одной из социальных сетей или мессенджерах, при этом респондент может использовать любое, имеющееся у него техническое устройство. И.А. Чудова, Е.А. Чернышова Е.А., А.В. Пироцкая оценивают он-лайн интервьюирование как наиболее естественное для коммуникаций в социальных сетях [Чудова И.А., с. 75].

Для выявления возможностей и ограничений *он-лайн-интервью* И.А. Чудова, Е.А. Чернышова Е.А., А.В. Пироцкая провели сравнительное исследование способов проведения интервью «лицом-к-лицу» и «чат- интервью» [Чудова И.А., с. 75]. В качестве важнейшей характеристика респондентов исследователи отметили наличие регистрации в социальной сети и частоту пользования. Помимо этих критериев еще были учтены половозрастные характеристики, уровень образования, род занятости. Для формирования выборки использовался метод «снежного кома» (snow ball).

В ходе исследования проявились следующие характеристики он-лайн-интервью:

1. деиерархизация взаимодействий между интервьюером и респондентом, имеет положительные эффекты в случае интервьюирования представителей социально-уязвимых групп, или при значительной разнице в возрасте или в социальном статусе между интервьюером и респондентом;
2. усиление контроля за ходом интервью со стороны респондента. В случае если для респондента складывается ситуация дискомфорта, то у него больше возможностей выйти из взаимодействия, сославшись на технические проблемы, что затруднено в случае общения «лицом к лицу». Эту ситуацию описывают как ситуацию властвования респондента; «эффект автономности» или свободы выбора от участия до неучастия в интервью, места, времени, пауз; при этом

исследователь в некоторой степени утрачивает контроль за ходом интервью, так как не имеет полного понимания о ситуации, в которой находится респондент, участвующий в интервью, в то время как респондент может разрывать общение, объясняя и не объясняя причины;

3. действие ограничивающего фактора: он-лайн-среда воспринимается цифровым поколением как собственное пространство, вторжение «посторонних» не приветствуется или отторгается. Пользователи к тому обладают разным опытом пребывания он-лайн и взаимодействия он-лайн. Есть мнение о том, что поколения, чье взросление проходило ранее появления социальных сетей, даже при высокой частоте обращения к социальным сетям, менее погружены в сетевые формы взаимодействия, что определяет отличия в протекании интервью и содержании ответов, которые дает пользователи с разным опытом освоения и использования социальных сетей;

4. неоднозначность восприятия он-лайн-интервью. Привычка к он-лайн-коммуникациям может быть стимулом для участия в чат-интервью, так как воспринимается как рутинная, привычная практика. И наоборот, отсутствие навыка он-лайн-общения снижает интерес в следствие недоверия к подобным формам коммуникации, необходимости набора текста, что может утомлять;

5. большая длительность синхронных он-лайн-интервью. По некоторым данным затраты времени возрастают почти в 2 раза, при сокращении объемов, полученной информации. Временные затраты могут вызывать негативные реакции, но в тоже время есть возможность по согласованию с респондентом разбить интервью на части и провести их в разное время;

6. отсутствие необходимости транскрибирования⁶ интервью, что ускоряет процесс обработки данных, а кроме того, как подчеркивают И.А. Чудова, Е.А. Чернышова Е.А., А.В. Пироцкая «собеседник исследователя сам создает текст, производит разбиение на предложения, использует авторскую пунктуацию, периодически обращаясь к дополнительным знакам и символам (скобочки, смайлики), а также инструментам, встроенным в сервис социальной

⁶ Транскрибирование— это процедура перевода речи из аудио- или видеозаписей в текст.

сети (эмотиконы, стикеры, изображения, видео- и аудиофайлы). Отсутствие необходимости транскрибирования избавляет текст от интерпретаций и привнесения смыслов со стороны тех, кто производит транскрибирование, что неизбежно присутствует в случае классического очного интервью» [Чудова И.А., с. 93].

7. письменный характер общения определяет получение формально законченных высказываний, отсутствие недосказанности, характерной для устной речи, так как письменная речь всегда стремится к наибольшей понятности для другого; в тоже время общение в он-лайн интервью не может быть сведено к обмену письмами, так как в нем присутствует множество признаков устной речи;

8. возможность совмещения участия в он-лайн-интервью с другими действиями (общение с другими людьми, просмотр сообщений в других социальных сетях, мессенджерах, паузы в участии в интервью, бытовые действия (перемещение в пространстве, домашние дела и т.п.)); это обстоятельство заметно по хронологической ленте (разрывы во времени: минуты/часы/дни), однако при возобновлении общения продолжается таким образом, как будто бы разрыва не было, что нехарактерно для общения офлайн; высказывается предположение, что такая коммуникативная практика – это свидетельство глубокого освоения практик он-лайн-общения и характерна для тех людей, которые глубоко погружены в он-лайн-общение и не характерны для людей с меньшим опытом погружения в он-лайн-общения, для них маркерами начала, завершения беседы выступают «слова приветствия, слова прощания», отсутствие которых зачастую трактуется как невежливость;

9. лаконичность сообщений; среднее количество слов в интервью «лицом к лицу» составляет 16, в то время как в он-лайн-интервью 8,3 [Энокссон А.]; он-лайн-беседы (болтовня) относят к особому стилю письма, для которого

характерны применение акронимов⁷, эмотиконов⁸, применение которых обусловлено ограниченностью средств выражения, необходимостью быстрого реагирования; кроме того, если многословность беседы «лицом к лицу» выполняет функцию разъяснения и поддержания беседы, то в чат-интервью, наоборот, может разрушать диалог, создавая дополнительное непонимание; Дж. Ронан высказывает мнение о существовании негласной договоренности между пользователями социальных сетей об использовании лаконичных высказываний, что определяется практикой общения в социальных сетях и техническими возможностями [Ronan J.];

10. смещение процедуры проведения интервью от глубинного (при очном общении) к фокусированному (при онлайн-общении), обусловленное лаконичностью выражения мысли в он-лайн-общении;

11. ограничения возможности проявления эмпатии со стороны исследователя к респонденту, необходимой для сохранения коммуникации и удержания внимания, в ситуациях разрыва интервью по инициативе респондента, а значит отсутствие возможности удерживать интерес респондента к обсуждаемой теме; возникает необходимость освоения интервьюеров разных способов поддержания коммуникации в он-лайн-среде;

12. новые технические возможности оценивания хода и содержания интервью (всплывающие сообщения о том, что пользователь печатает сообщение, сохранение фактов общения (текстовые и/или аудиосообщения));

13. отсутствие или слабо выраженный характер терапевтического эффекта в он-лайн-интервью; терапевтический эффект очень часто проявляется в интервью «лицом к лицу», когда информант получает возможность рассказать о себе.

⁷ Акроним – вид аббревиатуры. Акронимы образуются начальными звуками (например вуз, ТАСС, БАМ). Фактически, акроним представляет собой слово, являющееся сокращением, которое можно произнести слитно.

⁸ Эмотикон – пиктограмма, изображающая эмоцию. Широкое распространение получили в связи с развитием письменной коммуникации в сети Интернет. В повседневной русской речи называются «смайликами» (хотя фактически слово «смайлик» имеет иное значение). Эмотиконы относят к интернациональным средствам общения, они не воспроизводят текущую речь, не отображают грамматических, фонетических и др. особенностей естественного языка. Эмотиконы относят к паралингвистическим средствам письменной коммуникации.

В организации он-лайн-интервью значение имеет опыт он-лайн-общения интервьюера и информанта. В настоящее время сложились такие варианты взаимодействия между интервьюером и информантом по критерию глубины освоения он-лайн коммуникаций:

«глубокопогруженный интервьюер – глубокопогруженный информант»

«глубокопогруженный интервьюер – слабопогруженный информант»

«слабопогруженный интервьюер – глубокопогруженный информант»

«слабопогруженный интервьюер – слабопогруженный информант»

Данные вариации накладывают отпечаток на характер протекания коммуникации в ходе интервью.

К ограничениям такой формы интервью относят отсутствие зрительного контакта, паравербальных средств коммуникации; ситуацию неопределенности для интервьюера, в связи с невозможностью оценки степени заинтересованности собеседника, его включенности в процесс, наличия внешних факторов, влияющих на ответы, длительность интервью, недостаточность средств для поддержания интереса к беседе, связанное с ограничениями, диктуемой данной формой общения.

Еще одним вариантом интервью, опосредованного информационными технологиями, выступает видеointerview с использованием приложений, применительно к которому используют название «скайп-интервью» (Skype interview) или видеointerview (video interview), также встречаются названия электронное интервью (electronic interview) или е-интервью (e-interview).

В случае видеointerview исследователь получает следующие возможности: ведение видеозаписи дополнительно к аудиозаписи, что позволяет анализировать действия интервьюера, это дополнительная ценность; наблюдение за паравербальными проявлениями собеседника (интонация, мимика, контекст); сочетание с другими он-лайн-методами.

Отмечается снижение времени на проведение видеointerview в сравнении с интервью в формате «лицом к лицу» (1ч.19мин. и 1ч.32мин. соответственно) [Колозариди П.В., с. 113], но это обстоятельство не оценивается как значимое и

связывается с возможностью контроля времени в цифровых устройствах. В тоже время сохраняется возможность рефлексии информанта по поводу сказанного. Однако отвлекаемость информантов высока, а возможности интервьюера по снижению отвлекаемости незначительны. Для видеоинтервью предпочтительным местом проведения для информанта является домашняя обстановка, что объективно создает условия для включения в интервью третьих лиц, при этом их роли могут быть различны (от тех, кто создают помехи в ведении интервью до тех, кто становятся невидимыми соучастниками интервью (видеокамера не всегда позволяет установить факт присутствия третьих лиц, присутствие которых может влиять на ответы информанта)). Информанты по-разному относятся к вопросам этикета: одни информанты в ходе видеоинтервью соблюдают традиционные нормы, характерные для публичного общения, которое характерно для интервью «лицом к лицу», другие информанты раскрывают свое приватное пространство (например, домашняя одежда, демонстрация помещения и т.п.).

П.В. Колозариди выделяет следующие особенности видеоинтервью:

организационные: сокращение временных и материальных затрат на организацию и проведение интервью;

технологические: вероятность технических сбоев, а также возможность получения части информации с помощью электронной почты или мессенджеров в процессе разговора;

методологические: снижение контроля интервьюера за развитием интервью, так как приватность пространства, в котором находятся информанты по-разному оценивается ими: одни информанты готовы соблюдать, этику, принятую в деловом общении, другие информанты пренебрегают ограничениями, диктуемыми публичным пространством;

конфиденциальность: вероятность присутствия в ходе видеоинтервью создает помехи в обсуждении конфиденциальных или сензитивных для информанта тем, при отсутствии у интервьюера возможности контролировать этот процесс;

теоретические: появление необходимости теоретического осмысления сути видеоинтервью; является ли оно способом или отдельным исследовательским методом [Колозарида П.В., с. 121-123].

4.4. Геймификация он-лайн-опросов как способ вовлечения и повышения качества ответов респондентов

Развитие информационных технологий, создав условия для доступности респондента, в тоже время актуализировало вопросы, связанные с широким привлечением респондентов к участию в опросах, что создало условия для возникновения феномена усталости от участия в опросах («survey fatigue»), тем более, что этот инструмент активно используют специалисты самых разных направлений: маркетологи, менеджеры по продажам, да и просто любители. В он-лайн опросах проблема активности, заинтересованности респондента встает в полный рост. Джон Пулестон приводит данные агентства Survey Nation: 58% респондентов отметили, что им не нравится участвовать в опросах, 80% указали, что если анкета по их мнению длинная, то это вызывает у них торопливость и желание ответить по шаблону [Пулестон Дж., С. 33, 35]. Одним из возможных вариантов преодоления феномена усталости специалисты называют геймификацию опросного инструментария. Под геймификацией понимается процесс придания инструментария исследования игрового характера, уход от традиционных форм построения вопросов, которые были характерны для периода сбора информации «лицом к лицу»: интервьюер-респондент.

Геймификация позволяет повысить эмоциональность вопросов, что делает опросник привлекательным и повышает вовлеченность респондента. Так, Дж. Пулестон отмечает, что, участвуя в опросе-игре респонденты, отвечая на вопросы, затратили времени на 20% больше, чем респонденты, отвечавшие на аналогичные вопросы, но выполненные в традиционной форме. При этом удовлетворенность респондентов, отвечавших на вопросы геймифицированной анкеты, была существенно выше (84% отметили, что опрос им понравился), чем удовлетворенность респондентов, отвечавших на анкету, выполненную в

традиционной форме, (61%) [Пулестон Дж., С. 34]. Данные, подтверждающие выводы Дж. Пулестона, приводит и Е.А. Заруцкая [Заруцкая Е.А., С. 141-145]. Гипотезой исследования Е.А. Заруцкой стало предположение о том, что геймифицированная анкета более понятна респондентам, чем ее стандартный вариант. Для создания геймифицированной анкеты автор использовала анкету, разработанную в рамках проекта «О чем мечтают россияне: идеал и реальность» (рук. М. К. Горшков и Н. Е. Тихонова, 2012) [Горшков М.К.]. Итогом исследования Е.А. Заруцкой стало подтверждение положительного эффекта геймификации.

В основе геймификации инструментария заложены следующие принципы [Adamou, 2014]:

1. Формулирование понятных для респондента правил и цели (игры);
2. Нарратив (общий сценарий);
3. Интересные задания и квесты;
4. Постоянная обратная связь и поощрения респондентов;
5. Разработка креативного дизайна опроса.

Геймифицированная анкета представляется как интересная история, в которой есть сюжетная линия, герои, респонденту также предлагается роль, следуя которой он становится равноправным участником общего сценария анкеты (нарратива). Один из возможных форматов геймифицированной анкеты – это квест (от англ. quest – «поиск», «выполнение поручений»). Анкета в форме квеста требует от участника интеллектуальных затрат, эмоциональной включенности, что с одной стороны затратно для участника, с другой стороны повышает его мотивированность и включенность в исследование.

Интерес к заданиям, мотивацию к вдумчивому прочтению вопросов Дж. Пулестон предлагает поддерживать, используя следующие приемы:

1. персонификация (обращение лично к человеку, например, «Если была бы возможность выбрать место отдыха, чтобы выбрали именно Вы?»);

2. эмоционализация (обращение к эмоциональному миру человека, например, «Если бы Вы увидели бездомную собаку, то что бы Вы почувствовали?»);
3. проекция (прием, позволяющий человеку отвечать от имени другого человека, например, «Если бы Вы были директором предприятия, так как бы Вы решали кадровые вопросы?»);
4. постановка в вымышленные условия (прием, создающий эффект неожиданности, позволяющий оживить вопросы анкеты, например, «Если бы Ваш друг, попросил сдать за него экзамен, то Вы ...»);
5. фантазирование (прием, позволяющий вызвать яркую ответную реакцию, например, «Представьте, что у Вас появилась удивительная возможность больше никогда не учиться/не работать, то Вы ...») [Пулестон Дж., С. 35-37].

Еще одним стимулом для повышения интереса рассматривают механизм вознаграждения (90% респондентов отметили использование этого механизма как положительный опыт) [Пулестон Дж., С. 45]. При использовании механизма вознаграждения время на освоение вопроса выросло с 2,8 секунд до 6,8 секунд.

В то же время разработка геймифицированного инструментария рассматривается как творческий процесс, который всегда связан с поиском оригинальных решений, отсутствием шаблонов. Автор такой анкеты должен обладать навыками создания текстов (нарратива), дизайна, техническими навыками. Все это повышает сложность создания инструментария. При этом интересное по сюжету и дизайну решение анкеты привлечет интерес респондентов, неудачное решение, наоборот, может оттолкнуть. Поиск привлекательного решения анкеты повышает временные затраты на ее создание. В настоящее время опыт применения геймифицированных анкет носит экспериментальный характер.

В то же время применение метода геймификации имеет ряд ограничений, имеющих объективный и субъективный характер:

1. необходимость специализированного программного обеспечения;
2. возрастание временных и интеллектуальных усилий респондентов;

3. необходимость пилотажа и экспериментальной работы перед запуском геймифицированной анкеты;
4. наличие у разработчика навыков творческой работы.

Новые возможности, связанные с развитием цифровых технологий, открывают новые возможности исследовательских практик.

Контрольные вопросы и задания

1. Дайте характеристику тенденций в области методов исследования?
2. Как развитие цифровых технологий отразилось на традиционных методах исследования?
3. Какие возможности создали цифровые технологии в развитии методов исследования?
4. Приведите примеры успешных исследовательских компаний на рынке исследовательской индустрии. Какие методы использует компания? Что обеспечивает ее конкурентные преимущества?
5. Опишите технологии работы с респондентом/информантом в он-лайн-исследованиях.

Темы эссе

Преимущества и мифы он-лайн-исследований

Геймифицированные анкеты: развлечение или метод исследования?

Как не потерять респондента в он-лайн-исследованиях?

Статьи для анализа

Руденкин, Д.В. «Лайк» и «Репост» как инструменты эмпирической социологии: что дает распространению ссылки на анкету в социальной сети // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18—19 апреля 2018 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. — М.: АО «ВЦИОМ», 2018. С.130-135. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/Tezisi_2018.pdf

Вопросы:

1. Опишите содержание исследования Д.В. Руденкина. Реконструируйте цель и задачи, которые были поставлены в представленном исследовании.
2. В чем, по мнению автора, состоит проблема построения выборки при реализации исследования с привлечением пользователей социальных сетей?
3. Предположите возможные варианты преодоления проблемы построения репрезентативной выборки при реализации исследования с привлечением пользователей социальных сетей для сбора эмпирической информации.
4. Приведите примеры исследований, проведенных с привлечением пользователей социальных сетей, как авторы таких исследований пытались преодолеть проблемы построения репрезентативной выборки?

Пулестон, Дж. Онлайн исследование — начать игру // *Онлайн исследования в России 3.0* / под редакцией Шашкина А. В., Девятко И. Ф., Давыдова С. Г. М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. С. 31—58.

Вопросы:

1. Дайте характеристику стиля вопросов в традиционной анкете, которую приводит автор статьи.
2. Что автор понимает под геймификацией онлайн-анкеты?
3. Какие способы повышения вовлеченности респондентов предлагает автор статьи?
4. Какие эффекты дает применение инструментов геймификации онлайн-анкеты?
5. Как геймификация онлайн-анкеты влияет на качество данных?

Практические задания для самостоятельной работы

Задание 1.

Познакомьтесь со статьей: Пулестон Дж. Онлайн исследование — начать игру // *Онлайн исследования в России 3.0* / под редакцией Шашкина А. В., Девятко И. Ф., Давыдова С. Г. М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. С. 31—58.

Используя Банк социологических данных, размещенный на сайте Института социологии (<https://www.isras.ru/Databank.html>), или другой источник, выполните геймификацию анкеты. Вариант геймифицированной анкеты представьте для обсуждения.

Какими навыками необходимо обладать для создания геймифицированной анкеты? Является ли такой инструмент универсальным?

Задание 2.

Изучите сервис Яндекс. Взгляд. Какие возможности предлагает данный сервис? Кому он может быть полезен? В чем суть технологии Крипта (можно познакомиться по ссылке: <https://yandex.ru/company/technologies/crypta>)? Как сервис подбирает аудиторию? Где размещаются опросы?

Задание 3.

Появление новых исследовательских инструментов, связанных с развитием информационных технологий создает новые возможности для исследовательской индустрии. Познакомьтесь с материалами Интерактивной школы по он-лайн-исследованиям (Онлайн исследования в России 3.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. — М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. — С. 463-402. URL: <https://omirussia.ru/knowledge/books/13/>), раскрывающими возможности применения он-лайн технологий для тестирования перспективных бизнес-идей, тестирования концепций продукта или услуги, тестирования упаковки продукта или услуги, тестирование рекламы. Выберите одно из предложенных направлений интересное для Вас. Подготовьте проект он-лайн-исследования в рамках выбранного направления и презентацию проекта.

Тестовые задания

1. Традиционные исследовательские инструменты в связи развитием цифровых технологий претерпевают серьезные изменения, приобретая онлайн-статус.

Что из перечисленного ниже требует новых подходов при организации он-лайн-исследования?

- А. Методы формирования выборки
- Б. Модель поведения анкетера/интервьюера
- В. Методы привлечения респондентов/информантов
- Г. Методы анализа данных
- Д. Замысел исследования

2. Кто из перечисленных авторов разрабатывает идеи геймифицированных анкет?

- А. И.Ф. Девятко
- Б. Дж. Пулестон
- В. Э. Ноэль-Нойман
- Г. В.А. Ядов

3. Эффект самоотбора в он-лайн исследованиях проявляется в участии в исследовании

- А. профессиональных респондентов
- Б. непрофессиональных респондентов
- В. самовыдвигающихся респондентов
- Г. самоустраняющихся респондентов

4. В ходе он-лайн-интервью время затрачиваемое на их проведение

- А. уменьшается
- Б. увеличивается
- В. в некоторых случаях увеличивается
- Г. в некоторых случаях уменьшается

5. Фактор статуса отправителя он-лайн-анкеты оказывает влияние на принятие решение о прохождении анкеты?

- А. да, оказывает влияние, количество откликов увеличивается, если отправитель значим для респондентов
- Б. да, оказывает влияние, количество откликов увеличивается, если отправитель незначим для респондентов
- В. не оказывает влияние, этот фактор статистически незначим
- Г. влияние этого фактора на принятие решения о прохождении анкеты еще не изучалось

Библиографический список

- Adamou, B.* Research games as a methodology: the impact of online research games upon participant engagement and future research game participation. Research Through Gaming Ltd. 2014. [Электронный ресурс]. URL: https://www.academia.edu/9487108/ResearchGames_as_a_Methodology_The_Impact_of_Online_ResearchGames_Upon_Participant_Engagement_and_Future_Research_Game_Participation (дата обращения: 20.07.2020).
- Antoun, C., Zhang, C., Conrad, F.G., Schober, M.F.* Comparisons of Online Recruitment Strategies for Convenience Samples: Craigslist, Google AdWords, Facebook, and Amazon Mechanical Turk, *Field Methods*, 2016, 28 (3), 231–246.
- Bhutta, C.B.* Not by the Book: Facebook as a Sampling Frame, *Sociological Methods & Research*, 2012, 41 (1), 57–88.
- Couper, M.* Review: Web Surveys: A Review of Issues and Approaches, *Public Opinion Quarterly*, 2000, 64 (4), 464–494.
- Couper, M.* Web Surveys: A Review of Issues and Approaches // *Public Opinion Quarterly*. 2000. Vol. 64. No 4. P. 464—494.
- Fenner, Y., Garlan, S.* Web-Based Recruiting for Health Research Using a Social Networking Site: An Exploratory Study, *Journal of Medical Internet Research*, 2012, 14 (1), 1–20.
- Measuring digital development. Facts and figures 2019/* URL: <https://www.itu.int/en/ITUD/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2019.pdf>

Pedersen E.R. et al. Using Facebook to Recruit Young Adult Veterans: Online Mental Health Research, JMIR Research Protocol, 2015, 4 (2), 1–17.

Wejnert, C., Heckatorn, D. Respondent-Driven Sampling for Online-Research. Sociological Methods & Research. 2008. Vol. 37. P. 105—134.

Абрамов, Р.Н. Практический опыт рекрутирования целевой выборки с помощью социальных сетей: кейс опроса о ностальгии по советскому // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2019. № 48. С. 83-112. eLIBRARY ID: 41420957.

Вернигор, К., Воронина, Я., Синева, О. «Геймифицированная онлайн-анкета: возможности и ограничения» // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2016. Том. 8. № 12. С. 43-53.

Горшков, М.К., Крумм, Р., Тихонова, Н.Е., Андреев, А.Л., Аникин, В.А., Баращ, Р.Э., Бызов, Л.Г., Лежнина, Ю.П., Мареева, С.В., Мчедлова, М.М., Петухов, В.В., Тюрина, И.О. О чем мечтают россияне: идеал и реальность / Под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, Н.Е. Тихоновой. - М.: Весь Мир, 2013. - 400 с.

Заруцкая, Е.А. Геймификация в онлайн опросах // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции "Социолог 2.0: трансформация профессии". Отв. ред. А.В. Кулешова. 2018. С. 141-145. eLIBRARY ID: 35052743

Мавлетова, А. М. Социологические опросы в сети Интернет: возможности построения типологии // Социология 4М. 2010. № 31. С. 115—134.

Мавлетова, А.М., Малошенок, Н.Г., Терентьев Е.А. Влияние элементов приглашения на увеличение доли откликов в онлайн-опросах // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2014. № 38. С. 72-95. eLIBRARY ID: 22561879

Онлайн исследования в России 3.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. — М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. — 420 с. URL: https://www.hse.ru/data/2013/01/23/1306499731/Online_Research_in_Russia_3_complete.pdf

Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – Москва: Типография, 2016. – 556с. URL:

https://www.hse.ru/data/2016/04/14/1124863970/Online_Research_in_Russia_4_complete.pdf

Пользование Интернетом. Пресс-выпуск Левада-Центра от 18.01.2018. URL: <https://www.levada.ru/2018/01/18/polzovanie-internetom/>

Пулестон, Дж. Онлайн исследование — начать игру // *Онлайн исследования в России 3.0* / под редакцией Шашкина А. В., Девятко И. Ф., Давыдова С. Г. М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. С. 31—58.

Руденкин, Д.В. «Лайк» и «Репост» как инструменты эмпирической социологии: что дает распространению ссылки на анкету в социальной сети // *Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии»*, 18—19 апреля 2018 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. — М. : АО «ВЦИОМ», 2018. — С.130-135 https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/Tezisi_2018.pdf

Чудова, И.А., Чернышова, Е.А., Пироцкая, А.В. Онлайн-интервью в изучении онлайн-общения: методическая рефлексия // *Социология: методология, методы, математическое моделирование*. 2017. № 44. С. 73-110. eLIBRARY ID: [32293402](#)

Глава 5. Форма представлений результатов научного исследования

5.1. Основные формы представления результатов, их характеристики

Важным завершающим этапом исследования является оформление и представление результатов. Представление результатов предполагает создание отчета в письменном виде, а также визуализацию полученных данных для презентации.

Существует практика представления результатов: а) заказчику; б) представителям обследуемых групп; в) научному сообществу. Важность представления результатов определяется возможностью создания условий для взаимного диалога. Представляя результаты заказчику, исследователь исполняет взятые на себя обязательства; представляя результаты обследуемым группам исследователь повышает значимость участия респондентов в исследованиях, подчеркивает социальную значимость их участия в исследованиях; представляя результаты научному сообществу, исследователь привлекает внимание к существующим противоречиям, потребностям, задачам, требующим решения, стимулирует дискуссию, способствует поиску научных решений.

Подготовка отчета и презентации требует не только описания эмпирических данных, но и анализа, сформулированных выводов, предложения и прогнозов, а также учета специфики аудитории.

Представление результатов может быть представлено в различных литературных формах:

1. Реферат. Реферат относится к классическим формам представления результатов. Жанр реферата требует представление теоретического, практического значения темы, анализа уже имеющихся публикаций по теме исследования (историография/степень изученности), оценки проанализированного научного материала, выводов. Реферат предназначен для демонстрации исследовательских навыков автора, а именно навыков самостоятельного научного анализа, систематизации, классификации, обобщения, формулирования выводов. Реферат может быть тематическим (рассматривается узкая тематика), методическим (рассматривается методика

конкретного исследования), библиографическим (рассматривается история вопроса), информационным (представляется информации о научных мероприятиях в области исследуемой проблематики).

2. *Тезисы*. Тезисы как форма представления результатов представляют собой краткое/сжатое изложение основных идей, положений, полученных результатов. Формат тезисов используется для представления полученных результатов в материалах научно-практических конференций разного уровня (международных, региональных), посвященных актуальным проблемам текущего этапа развития.

3. *Научная статья*. Научная статья относится к распространенному способу представления результатов, позволяющему исследователю познакомить со своими результатами профессиональное сообщество. Статья призвана представить теоретические и прикладные аспекты исследования по отдельной проблеме. В структуру статьи входят: актуальность, история исследования проблемы, анализ существующих подходов к исследованию проблемы, описание перспективных направления поиска решения проблемы, описание теоретической и экспериментальной работы, выводы и практические рекомендации. Объем научной статьи 20-60000 тысяч знаков.

4. *Научный отчет*. Научный отчет представляет собой документ, содержащий подробное описание методики, хода исследования (разработки), результаты, а также выводы, полученные в ходе научно-исследовательской работы. Цель отчета в подробном освещении выполненной работы за определенный промежуток времени или по ее окончании. Отчет о научно-исследовательской работе оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления». Обязательные элементы отчета: титульный лист, список исполнителей, реферат, введение, основная часть, заключение [ГОСТ 7.32-2001].

5. *Научный доклад*. Научный доклад как форма представления полученных результатов предназначен для коммуникации «лицом к лицу», автор доклада представляет свою работу экспертному сообществу или заказчику в устной

форме. Поэтому для данной формы важными оказываются аудиальные и визуальные средства трансляции информации. Составление доклада требует учета особенностей устной речи и визуального сопровождения материала.

6. *Депонированная научная разработка.* Такой вид представления научных результатов используют в тех случаях, когда есть необходимость быстрого издания узкоспециализированного труда, когда нет необходимости в большом тираже, но есть задача познакомить заинтересованную аудиторию с результатами исследования. Такой вид представления востребован для освещения важных, но узкоспециализированных частных вопросов.

7. *Монография.* Монография – это научный труд, в котором излагаются результаты всестороннего исследования научной проблемы, полученные автором или авторским коллективом. Объем монографии не менее 4 авторских листов¹. Монография относится к научному продукту, требующему значительных временных и интеллектуальных ресурсов автора.

Каждая форма представления результатов предполагает наличие в разной степени развернутости следующих элементов:

1. Введение. Задача введения состоит в представлении актуальности темы, проблемы исследования, описании объекта и предмета исследования, цели, задач исследования, гипотез исследования, методов исследования, теоретической значимости, новизны полученных результатов.
2. Теоретическое обоснование. Задача теоретического обоснования состоит в представлении анализа научных источников по проблеме исследования, теоретических концепций, выступающих методологической базой исследования.
3. Описание методологии исследования. Задача методологии исследования представить характеристику объекта (теоретического и эмпирического) исследования, предмет исследования, описать выборку, описать методику и методы исследования, этапы сбора информации; представить анализ данных и полученные результаты.

¹ Авторский лист составляет 40000 печатных знаков (с учетом знаков препинания, цифр и пробелов)

4. Заключение. Задача заключения подытожить полученные результаты, представить рекомендации по использованию полученных данных, возможным направлениям дальнейших исследований.

5. Список литературы. Задача списка литературы продемонстрировать профессиональный кругозор автора, уровень профессиональной подготовки автора, владение навыками научного исследования автором. К оформлению списка литературы предъявляются высокие требования, так как сегодня это один из инструментов количественного измерения научной деятельности. Цитирование статей используется как индикатор научного уровня, авторитетности исследователя, поэтому правильное оформление списка литературы – это важное условие оценки научной работы авторов. Поэтому ответственное отношение к оформлению списка литературы позволяет соблюдать вопросы этичного отношения к коллегам. Оформление списка литературы – это сложная задача, требующая библиографических знаний², и отражающая этическое поведение автора по отношению к коллегам. Более того, согласно российскому законодательству «использование в собственном произведении фрагмента произведения другого автора без указания на источник заимствования»³ относится к нарушению прав интеллектуальной собственности и влечет уголовную юридическую ответственность.

Представление результатов исследования требует *научного стиля* изложения, для которого характерны такие характеристики как *точность, логичность, абстрактность, объективность*, отличающие научные тексты от других типов текста. Под научным стилем понимают функциональный стиль речи литературного языка, для которого характерно предварительное обдумывание, монологический характер, строгий отбор языковых средств,

² Подробную информацию о составлении списка литературы можно посмотреть на сайте: Молодой ученый. Режим доступа: <https://moluch.ru/information/bilbio/>, а также в статье: Ильина И.В. [Правила оформления списка литературы и references](#) // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2016. Т. 21. № 12 (164). С. 178-184. DOI: [10.20310/1810-0201-2016-21-12\(164\)-178-184](https://doi.org/10.20310/1810-0201-2016-21-12(164)-178-184)

³ УК РФ Статья 146. Нарушение авторских и смежных прав. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/b683408102681707f2702cff05f0a3025daab7ab/

поддержание нормированной речи. Вплоть до XVIIIв. наука говорила на языке латыни, после чего произошел переход к национальным языкам, и вместе с этим каждая наука продолжала формировать свой особый язык, язык теоретических понятий, главным образом через терминологию, имеющую принципиальные отличия от языка повседневного общения. Формирование языка науки – это форма заявить о своем существовании, установить границы между повседневным, доступным многим знанием и знанием квалифицированным, доступным посвященным. В этом смысле язык науки – это способ представить объективные, систематизированные, обоснованные и организованные знания о природе, обществе и человеке. Естественный язык повседневного общения эту задачу не решает.

Научный стиль существует в 3 формах: собственно научный, или академический (наиболее строгий), используется при написании научных статей монографий; научно-популярный, или научно-публицистический, используется для написания текстов для газет, журналов, научных теле-, радиопередач; научно-учебный, используется при написании учебников, учебных пособий, справочников, учебной литературы. Существование разных форм научного стиля отражают проблему адресата, которую *Михаил Михайлович Бахтин* (1895-1975, философ, культуролог, литературовед) назвал «*типической концепцией адресата*». Любой завершённый текст адресован целевой аудитории, что и определяет в конечном итоге стиль изложения. Текст как культурный феномен не может существовать вне контекста от своего адресата, его основной функцией является адекватная трансляция значений [Бахтин М.М., с. 279-280]. Для выполнения этой функции должны выбираться адекватные языковые средства, адресант должен нести адресату информацию с помощью кода доступного для понимания адресата. Поэтому в зависимости от характеристик аудитории, для которой предназначена информация, может быть выбран академический, научно-популярный или научно-учебный стиль подачи информации.

Специфика научных текстов также проявляется в использовании клише⁴, научных фразеологизмов, сложных синтаксических построений (это значимое отличие в сравнении с разговорным языком), множественных местоимений.

5.2. Оформление научной публикации

Развитие цифровых технологий, цифровых библиотек, делают информацию мобильнее и доступней, что стимулирует развитие и ужесточение требований к представляемой научной информации.

Аннотация и ключевые слова:

Аннотация к научной статье выполняет важную миссию: содержание аннотации позволяет потенциальному читателю принять решение читать или не читать статью. Решение читателя читать статью для автора важно, так как автор может достичь своей цели поделиться результатами своего научного исследования, только если читатель прочитает статью. Аннотация – это короткий рассказ автора о том, что он сделал, как сделал, какие результаты получил.

Рекомендации по созданию аннотации, предложенные на сайте Всероссийского центра изучения общественного мнения сформулированы так: «Аннотация **должна** быть:

- информативной — не содержать "общих слов";
- структурированной — следовать логике описания результатов в статье;
- по объему 150-250 слов (максимум 300);
- написанной ясно и просто, без сложных грамматических конструкций.

Содержательно аннотация должна:

- описывать цели исследования;
- объяснить, как было проведено исследование (без методологических подробностей) — желательно отразить новизну, особенности подхода;
- показать наиболее важные результаты исследования и их значимость — это самая важная часть аннотации!

⁴ Речевое клише (от фран. *cliche*) – стандартные образцы словоупотребления, типовые схемы словосочетаний и синтаксических конструкций, а также модели речевого поведения в конкретных ситуациях.

- следовать хронологии и логике статьи.

Аннотация **не** должна:

- содержать ссылок на литературу и аббревиатуры (по возможности);
- повторять информацию, содержащуюся в заголовке статьи;
- содержать несущественные детали, изобиловать общими словами и оборотами.

Одним из вариантов подготовки аннотации может быть краткое повторение структуры статьи, включающей введение, цели и задачи, методы, результаты, заключение (в явном или неявном виде). Главная задача аннотации — позволить читателю понять, следует ли ему читать данную статью полностью или нет» [Тезисы — условия публикации и правила оформления].

Структура аннотации может включать в себя следующие элементы:

Проблема и цель: описание научной проблемы, цели автора в исследовании.

Методология: описание и обоснование методов, которые были использованы в исследовании.

Результаты: представление и обсуждение полученных выводов.

Заключение: представление выводов в соответствии с целью исследования, авторского вклада.

В аннотации важно продемонстрировать научный вклад в предметную область знания, новизну и актуальность. Стиль аннотации должен быть ясным, полным, и одновременно лаконичным, отражать содержание статьи.

В условиях, когда каждый 10-15 лет происходит удвоение информации, ключевые слова выполняют важную роль путеводителя. Именно они позволяют в огромном потоке информации выявить те материалы, которые находятся в фокусе внимания исследователя. Ключевые слова позволяют организовать эффективный информационный поиск. Чаще всего издатели рекомендуют определить 8-10 ключевых слов, отражающих тему исследования, а количество слов внутри фразы не должно быть более 3.

Большинство рекомендаций по определению ключевых слов содержат следующие положения:

1. представить себя на месте читателя, какие слова выбрали бы Вы, если захотели бы найти информацию по данной теме;
2. использовать словосочетания, а не слова, есть слова, которые в русском языке имеют полисемантические значения; в то время как в научной статье как правило отражается узкая проблематика;
3. избегать излишней детализации; важно, чтобы словосочетание состояло не более чем из 3 слов;
4. ключевые слова должны быть дополнением к словам, содержащимся в заголовке, не его повторением;
5. использовать сокращения в тех случаях, когда это уместно, например в словосочетаниях; некоторые читатели могут искать материал обращаясь к полному названию понятия, а некоторые, наоборот, могут использовать аббревиатуру;
6. осуществить проверку как работают, выбранные ключевые слова, позволяют ли они получить желаемый результат; это важно, так как позволяет оценить позволят ли подобранные ключевые слова получить источники, посвященные выбранной теме. Крупнейшим информационным порталом, содержащим научную информацию, в России является электронная библиотека научных публикаций e-LIBRARY⁵, она интегрирована с Российским индексом научного цитирования и обладает широкими возможностями поиска и анализа научной информации. Как работают ключевые слова можно проверить, используя данную библиотеку.
7. использовать генератор ключевых слов. Издательство «Молодой ученый» разработало сервис «Формирование ключевых слов научной статьи»⁶, с помощью которого также можно подобрать список ключевых слов. Для этого нужно вставить текст статьи, а сервис осуществит анализ текста и предложит возможные варианты.

⁵ Электронная библиотека научных публикаций e-LIBRARY. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://elibrary.ru/>

⁶ Формирование ключевых слов научной статьи. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://server.moluch.ru/keywords/>

Название статьи: название статьи выполняет важнейшую функцию – привлечь внимание, от названия зависит будет ли статья прочитана, дойдет ли она до адресата. Научные издания придают большое значение названию текста.

В заголовке могут быть отражены: объект исследования, предмет исследования, эмпирическая база, новизна исследования, вклад автора. Сегодня есть группа названий, которые признаются неудачными: «Некоторые аспекты...», «К вопросу о ...», таких названий следует избегать, они непрозрачны, не позволяют по названию составить представления о содержании текста, что крайне важно в условиях избыточности информации. При формулировании названия типичными являются следующие ошибки: ненаучный стиль; отсутствие привязки к объекту исследования, широта формулировки, семантическое несоответствие содержанию статьи, ошибки в построении синтаксической конструкции заголовка.

Для современных авторов, решающих проблему создания привлекательности текста, трендом становится использование тизерных⁷ названий. Использование тизерных заголовков – это маркетинговый ход для увеличения продаж (например, такси, приедет быстрее чем Вы доберете бороду), однако этот прием распространяется и в научной среде. Применение этого приема к научным текстам оценивается как проявление виртуозности владения словом автора, который, с одной стороны, следует логике научного изложения и используя научную лексику создают ситуацию интриги, привлекая тем самым внимание потенциального читателя (например, Высшее образование: социальный лифт или потерянное время⁸, Остаться в уникальных: обзор сервисов проверки на антиплагиат⁹).

Обсуждается вопрос насколько коротким/длинным должно быть название статьи. Опыт редакторов с названиями показывает краткость названия влияет на

⁷ Тизер (от [англ.teaser](#) «[дразнилка](#), завлекалка») – рекламное сообщение, построенное как загадка, которое содержит часть информации о продукте, но при этом сам товар полностью не демонстрируется.

⁸ Высшее образование: социальный лифт или потерянное время? Электронный ресурс. Режим доступа: <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/religion-lifestyle/age-problems/article/vysshee-obrazovanie-socialnyi-lift-ili-poterjannoe-vr.html>

⁹ Остаться в уникальных: обзор сервисов проверки на плагиат. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://moluch.ru/information/ostatsya-v-unikalnyh-obzor-servisov-proverki-na-plagiat/>

цитируемость статьи. Статьи с более короткими названиями цитируют чаще, чем статьи с длинными названиями. Общие рекомендации по количеству слов предлагают длину названия от 3 до 15 слов. В случае, если автор стремится к тому, чтобы его статья вошла в одну из международных баз научного цитирования (например, Web of Science, Scopus), то длина заголовка не должна превышать 10-12 слов.

При формулировке названия следует придерживаться следующих правил:

1. краткость и лаконичность названия; в названии содержится 3-15 слов;
2. название соответствует содержанию статьи;
3. в названии нет лишних слов
4. в названии учтены нормы орфографии, пунктуации, стилистики русского языка;
5. в названии присутствуют ключевые понятия, которые обеспечат эффективный поиск по информационным запросам потенциальных читателей;
6. название соответствует стилю журнала, выбранного для публикации статьи.

Таблицы, диаграммы и рисунки:

Визуализация данных стала трендом представления любой информации, научной в том числе. Традиционно используются таблицы и рисунки. Таблицы относят к одному из способов полувербального представления информации, но в отличие от рисунков, графиков, диаграмм, требуют когнитивных усилий со стороны читателя. Функционально использовать таблицу, если есть необходимость продемонстрировать:

- ✓ числовые данные;
- ✓ обобщение (например, научной литературы);
- ✓ сравнение, наличие, отсутствие признаков, свойств, характеристик.

Рекомендации по оформлению таблиц содержат следующие положения:

1. таблица должна быть самодостаточной, она не должна дублировать текст, который был изложен, и должна давать возможность читателю использовать представленный в ней материал как самостоятельную информацию;

2. нежелательны объемные таблицы, объединяющие в себя разнородную информацию; разнородную информацию лучше представлять в разных таблицах; объемные таблицы размещать в приложениях;
3. содержание таблицы и текста не должны противоречить друг другу; все числовая информация должна пройти строгую проверку;
4. особое внимание необходимо уделить заголовкам, важно, чтобы они были лаконичными и информативными; аналогична и работа с названиями строк и столбцов;
5. при использовании единиц измерения, следует их размещать в названиях строк или столбцов, чтобы затем не дублировать эту информацию в каждой ячейке, это визуально облегчает восприятие таблицы;

6. при использовании авторских таблиц или данных, которые оформляются в таблицу, важно оформить цитирование, с указанием источника, из которого взята информация; если сноска относится ко всей таблице, то ее лучше разместить под заголовком и перед началом таблицы.

Визуализация данных становится сегодня трендом в представлении информации аудитории. Она выполняет функцию дополнения к тому о чем повествует спикер. Исследования последних лет показывают, что современному человеку приходится обрабатывать значительное количество визуальной информации в сравнении с людьми предыдущих поколений [Хасанова С.Ф., с. 289-290]. В связи с чем возрастают требования к визуальной форме представления информации.

Инструментами визуализации данных являются: карты и картограммы; инфографика и схемы; презентация и анализ данных; интерактивный сторителлинг; бизнес аналитика и дашборды; графики и диаграммы; научная визуализация [Фешина Е.В.].

Инфографика – это графический способ подачи информации, целью которого является максимально эффективное донесение информации средствами визуализации, часть графического и коммуникационного дизайна, которая широко применяется в различных сферах.

Примерами эффективного применения инфографики можно назвать опыт исследовательских компаний: Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)¹⁰, Фонд общественного мнения (ФОМ)¹¹.

Диаграммы относят к визуальным способам предъявления информации, также как и таблицы они должны носить самостоятельный характер, важно избегать дублирования текстом информации в диаграммах.

Виды диаграмм

Графики. Такую форму визуализации информации обычно используют, когда хотят продемонстрировать тенденции. При использовании данного типа диаграмм сложность возникает с подбором масштаба для отображения тенденции/тренда. Слишком крупный или наоборот слишком мелкий масштаб не позволит отобразить тенденцию. На рисунке 1 представлены частота использования электронных библиотек студентами разных форм обучения.

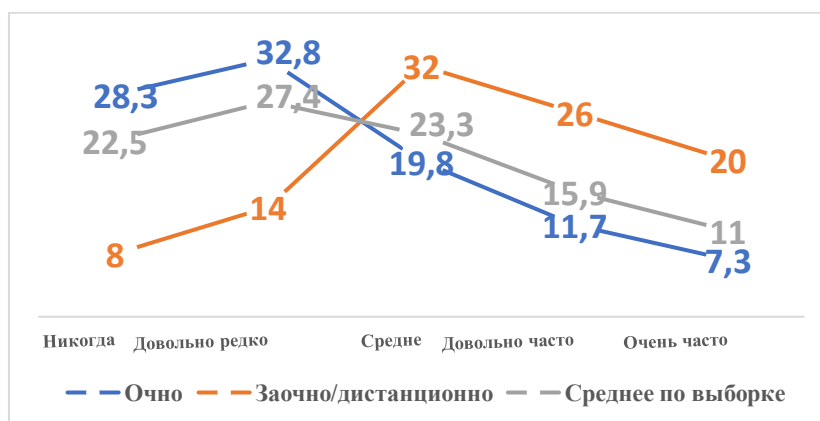


Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: «Как часто в этом учебном году Вы использовали электронные библиотеки?» (На рисунке отражена частота обращений к ресурсам электронных библиотек по группам студентов очного и заочного/дистанционного видов обучения. N общее=349 чел., N очно=249 чел., N заочно/дистанционно=100 чел., %).

Линейчатые диаграммы. Данные диаграммы бывают разных типов: простые линейчатые диаграммы, линейчатые с накоплением, линейчатые с группировкой. В линейчатых диаграммах столбики располагаются горизонтально, слева или справа от столбиков располагается текстовая информация. Данный тип диаграмм удобен, когда текстовая информация

¹⁰ Инфографика. ВЦИОМ. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://infographics.wciom.ru/>

¹¹ Инфографика. ФОМ. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://fom.ru/tag/Infografika>

достаточно объемная и когда необходимо показать сравнение переменных. На рисунке 2 представлена линейчатая диаграмма с накоплением, на рисунке 3 простая линейчатая диаграмма.

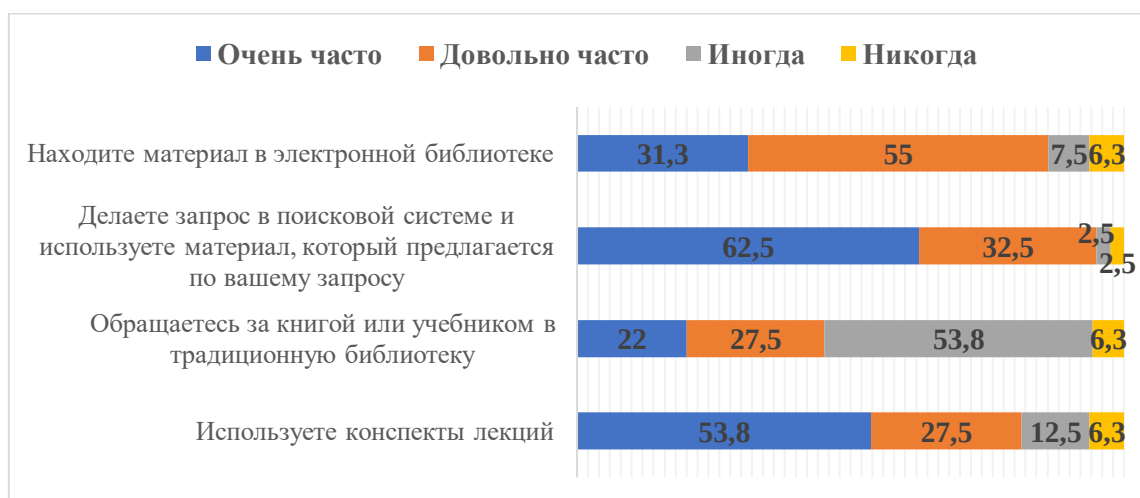


Рисунок 2. Предпочтения студентов при выборе информационных ресурсов для подготовки к учебным занятиям и выполнения курсовых и учебных работ (N=349 чел., % по каждой строке)

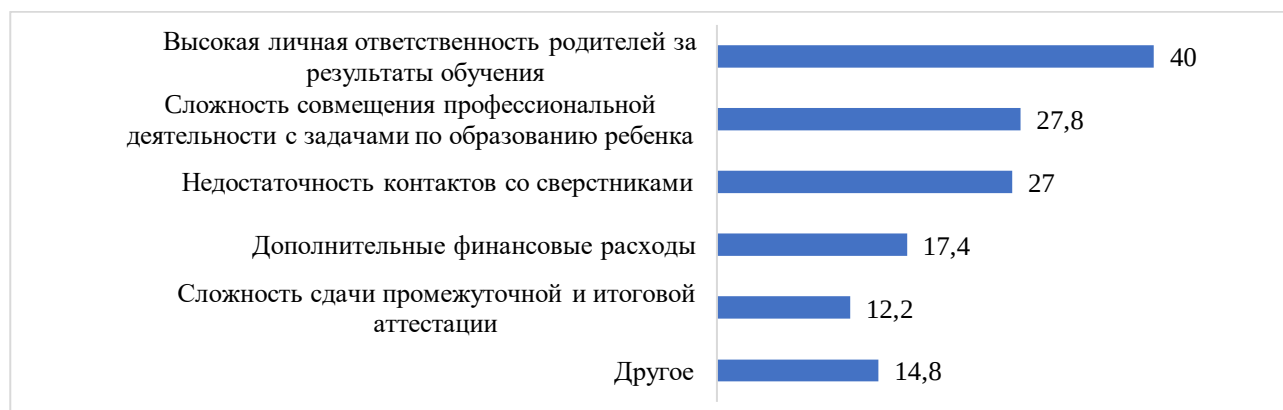


Рисунок 1. Какие недостатки Вы видите в заочной/семейной форм обучения (допускалось отметить все ответы, которые соответствовали мнению респондента)? (N 160) (%)

Гистограмма. Данный тип диаграмм считают удобным и часто используемым, предполагает представление данных в виде столбчатой диаграммы. Их возможности имеют значение, когда необходимо показать динамику во времени или частотное распределение. Для данного типа диаграмм важно, чтобы расстояние между столбцами было уже ширины столбцов, это облегчает восприятие рисунка. На рисунке 4 представлен пример гистограммы:

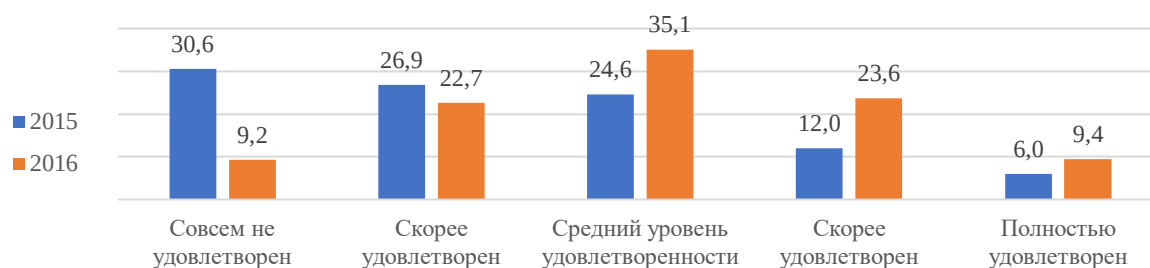


Рисунок 4. Удовлетворенность студентов информированием о волонтерских программах (%).

Круговая (секторная) диаграмма. Часто используемый тип диаграмм, позволяющий продемонстрировать частотные распределения. Такой тип диаграмм хорошо использовать, если есть необходимость продемонстрировать часть от целого. Однако их использование возможно только в случае, если целое равно 100%. В случаях множественных ответов, нужно использовать гистограммы или линейчатые диаграммы. Круговая диаграмма ассоциируется с часами, поэтому рекомендуют располагать по возрастанию или убыванию по часовой стрелке. Это облегчает восприятие (рисунок 5).

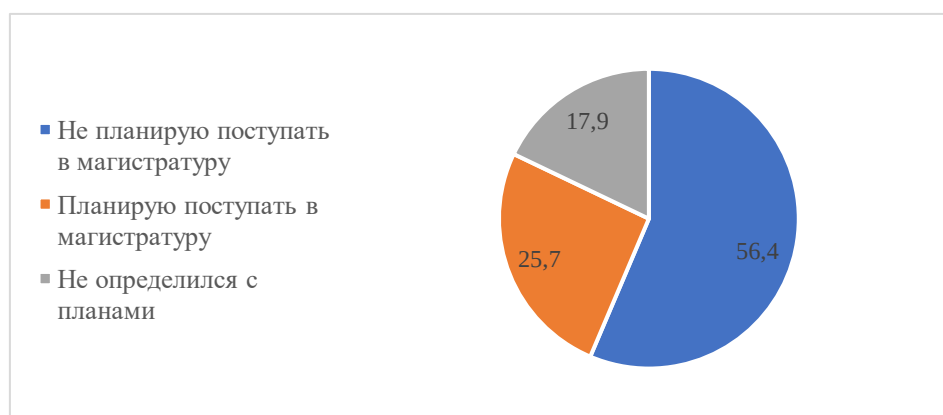


Рисунок 5. Планируете ли Вы поступать в магистратуру? (%)

Применения круговых диаграмм должно быть обосновано. Есть мнение, что следует избегать круговых диаграмм¹².

Завершая работу с текстом, можно воспользоваться сервисами проверки текста на уникальность, оригинальность. Уникальность, оригинальность текста – это важный критерий качества выполненной работы. Сегодня существует

¹² Каптерев А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир / Алексей Каптерев ; пер. с англ. С.Кировой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2012. – С. 183.

множество сервисов, которые позволяют сделать анализ текста на уникальность, процент цитирований, процент заимствований, наличие орфографических, пунктуационных и грамматических ошибок.

Таблица 1. Сервисы для проверки текста

Сервисы для проверки текстов на русском языке	Сервисы для проверки текстов на английском языке	Сервисы для проверки грамматики, орфографии, пунктуации
Антиплагиат.ру – сервис проверки текстов на уникальность https://www.antiplagiat.ru/	Grammarly – сервис проверки текстов на наличие орфографических, пунктуационных, стилистических ошибок https://www.grammarly.com/	Главред – сервис для улучшения текста https://glvrd.ru/
Антиплагиат ВУЗ – сервис проверки текстов на уникальность https://vuz.antiplagiat.ru/	Scribbr – сервис проверки текстов на заимствования на разных языках (английский, французский, немецкий, другие языкам), услуги редактуры текстов платно https://www.scribbr.com/	Грамота.ру – справочно-информационный портал л русском языке http://gramota.ru/
Advego Plagiatius – сервис проверки на уникальность небольших по объему текстов, подходит для учебных целей https://advego.com/plagiatius/	Quetext – сервис проверки текстов на заимствования https://www.quetext.com/	Орфограммка – программа проверки орфографии, пунктуации, стилистики на основе машинного обучения https://orfogrammka.ru/
Content Watch – сервис проверки текстов на уникальность предназначен для маркетологов и копирайтеров https://content-watch.ru/	EduBirdie – сервис проверки текстов на заимствования, а также на наличие орфографических, пунктуационных, стилистических ошибок https://edubirdie.com/	Морфер – программа склонения по падежам https://morpher.ru/
Ettxt – сервис проверки текстов на уникальность предназначен для маркетологов и копирайтеров https://www.ettxt.ru/	Paperrater – сервис проверки текстов на заимствования https://www.paperrater.com/	
Text.ru – сервис проверки текстов на уникальность https://text.ru/		
Руконтекст – сервис проверки текстов на уникальность https://text.rucont.ru/		

Использование данных сервисов позволит улучшить качество созданного текста, исключить орфографические, стилистические, пунктуационные ошибки. Это в целом работает на имидж автора.

До предоставления текста в редакцию для печати важно посмотреть на него глазами редактора и читателя, ответив на несколько вопросов:

Чем статья может быть интересна и полезна читателю;

Какие новые идеи несет статья;

Насколько содержание статьи отражает текущие достижения в предметной области исследования;

Соответствуют ли изложенные материалы методологии конкретной науки;

Соответствует ли структура статьи требованиям издания;

Убедительность аргументов;

Научность стиля, качество и соответствие требованиям таблиц, диаграмм, рисунков, формул.

Работа с текстом завершена, можно представлять к публикации и готовить презентацию для представления аудитории.

Контрольные вопросы и задания

1. Назовите основные формы представления научных результатов, их характеристики.
2. Какие элементы обязательны в структуре научной работы?
3. Какие требования необходимо учитывать при оформлении научной работы?
4. Какие задачи решаются визуализацией информации, предъявляемой аудитории?
5. Дайте характеристику средств визуализации информации.

Темы эссе

Язык и стиль научной работы: в чем специфика?

Визуализация информации: как сделать интересно?

Гостевое авторство.

Этические вопросы в сфере научных публикаций.

Статьи для анализа

Кулешова, А.В., Чехович, Ю.В., Беленькая, О.С. По лезвию бритвы: как самоцитирование не превратить в самоплагиат. Научный редактор и издатель. 2019; №4(1-2):45-51. DOI: [10.24069/2542-0267-2019-1-2-45-51](https://doi.org/10.24069/2542-0267-2019-1-2-45-51)

Вопросы:

1. Как авторы обосновали проблему самоцитирования? Почему эта проблема актуальна для научного сообщества?

2. Как авторы определяют содержание терминов: добросовестное самоцитирование, добросовестное самоцитирование в некорректной форме, недобросовестное самоцитирование (самоплагиат), повторная публикация (перепечатка), дублирующая публикация, парафраз?
3. Какие некорректные способы самоцитирования отмечает Комитет по этике публикаций (Committee on Publication Ethics)?
4. Какими правилами следует руководствоваться при оформлении самоцитирования?
5. Что понимается под допустимым объемом самоцитирования?

Тлитова, А.Э., Тоцев, А.С. Обзор существующих инструментов выявления плагиата и самоплагиата // Электронные библиотеки. 2019. Т. 22. № 3. С. 143-159.

eLIBRARY ID: [42896156](#)

Вопросы:

1. Как по мнению авторов плагиат подрывает доверие к научной работе ученых?
2. Какие факторы учитываются при оценке возможного плагиата? Как Вы оцениваете их полноту?
3. Какие системы описывают авторы, используемые для обнаружения плагиата? С какими из этих систем Вы знакомы?
4. Как авторы оценили результативность работы систем, направленных на выявление плагиата?
5. Какие недостатки систем по выявление плагиата выявили авторы статьи? Какие рекомендации даны авторами?

Савеличев, М.В. Как написать научную статью // Электронный экономический вестник Татарстана. 2019. № 2. С. 46-65. eLIBRARY ID: 42315494

Вопросы:

1. Что является смысловым центром научной статьи в понимании автора?
2. Охарактеризуйте, предложенную автором модель написания статьи.

3. Каких правил, по мнению автора следует придерживаться при оформлении таблиц, графиков, диаграмм, рисунков?
4. Какие стратегии выбор названия предложены автором?
5. Какие правила необходимо учитывать при цитировании других авторов?

Практические задания для самостоятельной работы

Задание 1.

Подберите интересующее Вас издание по теме научных интересов. Отберите 5-10 статей. Проанализируйте названия статей с точки зрения научности стиля, широты/узости формулировки темы, наличия указания на объект, семантического соответствия содержанию статьи, правильности синтаксической конструкции.

Задание 2.

Используя несколько учебников по менеджменту разных авторов, сделайте сравнительный анализ: понятий «менеджмент», «управление». Отметьте общие и особенные признаки. Подготовьте реферат по проделанной работе.

Задание 3.

Используя результаты, сравнительного анализа понятий «менеджмент», «управление», подготовьте Ваш вариант визуализации.

Тестовые задания

1. Соотнесите термины и определения:

Термин	Определение
1. Монография	А. это публичное выступление по определенной научной теме, представляющее результаты теоретического или практического научного исследования.
2. Тезисы	Б. это жанр публицистики, который предполагает краткое изложение проведения научного исследования и его результатов.
3. Научная статья	В. кратко сформулированные основные положения, главные мысли научного труда, статьи, доклада, курсовой или дипломной работы
4. Научный доклад	Г. научный труд в виде книги с углублённым изучением одной темы или нескольких, тесно связанных между собой тем.

2. Структура статьи не включает

- А. Аннотация
- Б. Ключевые слова
- В. Основная часть
- Г. Заключительная часть

Д. Индекс цитирования

Е. Список литературы

Ж. Индекс Хирша

3. Присвоение авторства чужого произведения в сфере искусства или науки, технических решений или изобретений на юридическом языке называется

А. Фальсификат

Б. Гостевое авторство

В. Литературное воровство

Г. Заимствования

Д. Контрафакция

Е. Плагиат

4. В каком нормативно-правом акте регламентируются вопросы интеллектуальной собственности?

А. Гражданский кодекс

Б. Кодекс публикационной активности

В. Административный кодекс

Г. Гражданско-процессуальный кодекс

5. Повторное использование автором собственных текстов из более ранних произведений в объеме, оправданном целью цитирования, со ссылкой на первоисточник, оформленной в соответствии с установленными правилами цитирования называется

А. Парафраз

Б. Гостевое авторство

В. Плагиат

Г. Добросовестное самоцитирование

Д. Недобросовестное самоцитирование

Библиографический список

Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества; [примеч. С.С. Аверинцева, С.Г. Бочарова]. – 2-е изд. – М.: Искусство, 1986. – 444с.

Глазков, В.Н. Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела : учебное пособие для вузов / В.Н. Глазков. – М.: Издательство Юрайт, 2020, - 177с.

Горелов, Н.А. Методология научных исследований : учебник и практикум для вузов / Н.А. Горелов, Д.В. Круглов, О.Н. Кораблева. – 2-изд., перераб. и доп.. М.: Издательство Юрайт, 2020, 365с.

Кулешова, А.В., Чехович, Ю.В., Беленькая, О.С. По лезвию бритвы: как самоцитирование не превратить в самоплагиат. Научный редактор и издатель. 2019; №4(1-2):45-51. DOI: [10.24069/2542-0267-2019-1-2-45-51](https://doi.org/10.24069/2542-0267-2019-1-2-45-51)

Тезисы — условия публикации и правила оформления. Электронный ресурс. Режим доступа: https://wciom.ru/наука_i_obrazovanie/nauchnaja_rabota/conferences/conference_20/tezisy-trebovaniya/

Хасанова, С.Ф. Искусство презентации и инфографика как новый инструмент обучения студентов в условиях компьютеризации // Минбар. Исламские исследования. 2017. Т. 10. № 4. С. 288-292. eLIBRARY ID: [35217239](https://elibrary.ru/35217239)

Фешина, Е.В., Овчаров, А.П., Лабинцева, В.Р. Методы визуализации данных при проведении экономического анализа // Colloquium-journal. 2018. № 11-7 (22). С. 49-52. eLIBRARY ID: [36430005](https://elibrary.ru/36430005)

ГОСТ 7.32-2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления». Электронный ресурс. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200026224>