

Российское общество социологов

**Проблемы подготовки данных
в социологическом исследовании**

Отв. ред. Ю.Н. Толстова, О.А. Оберемко

Москва 2012

УДК 3160:167/168(06)

ББК 66.5

П78

Рецензент:

Галина Галеевна Татарова

доктор социологических наук, профессор

Проблемы подготовки первичных данных в социологических
П78 **исследованиях:** сборник статей / отв. ред. Ю.Н. Толстова,
О.А. Оберемко. М.: Российское общество социологов, 2012. xiv,
127 с.

ISBN 978-5-904804-04-6

Собранные в сборник статьи посвящены «мелким» методическим и методологическим вопросам, с которыми постоянно сталкиваются в исследовании, но размышления о которых редко оформляют в публикации.

Сборник рассчитан на тех, кто интересуется методологией, методикой и современной практикой проведения социологических исследований.

УДК 3160:167/168(06)

ББК 66.5



ISBN 978-5-904804-04-6

© Коллектив авторов, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Толстова Ю.Н., Оберемко О.А. Вступительная статья	iv
Балашова Г.К. Как влияют родители на трудовые ценности детей: использование алгоритма объединения данных для расширения интерпретативных возможностей анализа	1
Буглаева Л.Ю. Обоснованная теория как метод анализа данных: методические приемы и техники реализации	15
Градосельская Г.В. Поисковые алгоритмы в анализе репрезентации бизнес-конфликтов в российских СМИ	26
Даудрих Н.И. Кто доверяет опросам общественного мнения?	34
Истомина А.Г. Опыт неструктурированного наблюдения	42
Оберемко О.А. Литобзор как подготовка к исследовательскому проекту: адаптации учебных программ к потребностям рынка труда	54
Полухина Е.В. Современная практика проведения фокус-групп: размывание меж- дисциплинарных границ	68
Ростегаяева Н.И. Банк социологических данных как информационный и методологический базис в исследованиях современной России	78
Савинская О.Б. Социальная экспертиза регулирования волонтерской деятельностью	91
Толстова Ю.Н., Воронина Н.Д. Предложение метода измерения социальной напряженности, основанного на расширении принципов репрезентационной тео- рии измерений	100
Толстова Ю.Н., Зангиева И.К. Статистический подход к анализу данных при заполнении пропусков	114

Современная практика проведения фокус-групп: размывание междисциплинарных границ

Е.В. Полухина¹

Метод фокус-групп один из наиболее проблематизированных в социологическом сообществе. Основанием критики классических фокус-групп является его экспериментальность и лабораторность². В ответ на критику, а также в связи с тенденцией к смещению предмета социологии в сторону микроуровня, междисциплинарной практики исследований, метод претерпевает изменения. В статье описана одна из модификаций метода фокус-групп — этнографическая фокус-группа, заимствующая элементы этнографического метода. Ее принципиальное отличие от классической фокус-группы — проведение исследования среди *естественных*³ (заранее существующих) групп.

Классическая фокус-группа: о проблеме экспериментальности

Современные социологи все чаще обращаются к разнообразным методам для поиска ответов на исследовательские вопросы. Популярный и

¹ Полухина Елизавета Валерьевна — кандидат социологических наук, преподаватель кафедры методов сбора и анализа социологической информации факультета социологии НИУ ВШЭ.

² Обсуждение этой темы см., например: Левинсон А.Г., Стучевская О.И. Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2003. № 1 (63). С. 46–55.

³ Мы определяем «естественные» группы как совокупность людей, которые определенным образом взаимодействуют друг с другом в процессе межличностного общения, осознают свою принадлежность к данной группе и считаются членами этой группы с точки зрения других (Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М., 2006. С. 873). Подобное понятие социальной группы близко к значениям «микрогруппы», «малые группы», «первичные группы». Примерами таких социальных групп служат семья, группа друзей, бригада рабочих, исследовательская группа и др.

давно существующий метод фокус-групп имеет свои традиции применения и устоявшиеся процедуры использования. Но даже этот способ получения данных содержит достаточно проблемных областей. Наиболее очевидным является вопрос номинации: так, в сущности, мало чем отличающиеся процедуры имеют разные названия «фокус-группа», «фокусированное интервью в группе», «групповая дискуссия» и «глубинное групповое интервью»⁴.

Неопределенность названия и практик использования этого метода можно объяснить становлением в рамках разных дисциплин, а также его дальнейшее развитие в различных предметных областях — маркетинге, политологии, социальной психологии, социологии⁵.

Популяризация фокус-группы в гуманитарных науках приводит к размыванию процедуры в рамках и без того сложно определяемого метода. Появляется корпус «около фокус-групповых» техник, таких как номинальные группы (см., напр., исследования Е. Горбуновой), мозговые штурмы, реег-груп⁶, открытые групповые дискуссии⁷ и др. Появившиеся групповые техники, с одной стороны, приводят к неоднозначности трактовки метода, так как их часто именуют фокус-группами⁸, а с другой стороны, позволяют отстраиваться практикующим специалистам, отстаивающим соблюдение определенных методических стандартов.

Изначально фокус-группа сводилась к изучению коллективного опыта — ситуаций из прошлого. Среди процедурных требований — наличие гайда (списка вопросов или обсуждаемых тем), нацеленного на верификацию гипотез. Современная фокус-группа представляет собой уже сформированную процедуру, «индустрию»⁹, как ее называет А. Левинсон. В целом, классические фокус-группы характеризуются позитивистской идеологией: сохраняют процедурную строгость и четкость. Так, одним из принципов является случайный отбор участников группы, также информанты не должны быть знакомы между собой. Так как фокус-группа — это небольшая модель генеральной совокупности (студенты, молодые мамы, пенсионеры и др.), то ее участники должны быть одно-

⁴ Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.: Центр, 1998. С. 12.

⁵ Лебедев П.А. Возможности, ограничения и особенности процедуры проведения метода онлайн-фокус-группы: Автореф. дисс. ... канд. социол. н. / ИС РАН. М., 2010. С. 16.

⁶ Власова М. Метод фокус-групп в маркетинговых и социологических исследованиях. Режим доступа: URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus.htm>. Дата обращения: 11. 01. 2011.

⁷ Левинсон А. Качественные методы // Полевые социологические исследования / под ред. И. Штейнберга. СПб.: Алетейя, 2009. С. 217.

⁸ Чеховский И. Метод фокус-групп в контексте групповых интервью // Материалы III Всероссийского социологического конгресса. М.: ИС РАН; РОС, 2008. С. 27.

⁹ Левинсон А. Качественные методы. С. 217.

родны по составу и одновременно представлять разнообразие в рамках интересующего признака.

Таким образом, классическая фокус-группа характеризуется как ситуация воспроизведения модели социума, что в определенной мере соответствует логике количественной традиции.

Как правило, однозначность и воспроизводимость данных (экспериментальность), получаемых при проведении классических фокус-групп реализуется посредством достижения конкретного результата — единого группового мнения или нескольких точек зрения, к которым пришли респонденты в процессе обсуждения¹⁰. Участники представляют собой экспериментальную группу, которой предлагается тема (фокус) для обсуждения — «вход», а в результате мы получаем конкретный ответ — «выход». Групповые процессы и репрезентативность позволяют предполагать, что полученный ответ («выход») с определенной долей вероятности актуален для всей генеральной совокупности. Однако последнее суждение спорно, так как результаты фокус-группы зачастую сводят к «разнообразному спектру мнений». В итоге исследователи рассматривают группы как вспомогательный метод, используемый для создания или тестирования количественного инструмента (анкеты) и др.¹¹

Современная социология определяет метод классических фокус-групп как интервью преимущественно с «субъект-объектными» отношениями¹², где респонденты представляют собой скорее «внешние источники данных». Это обусловлено правилами проведения такого рода дискуссий:

- рамки интервью определены заранее исследователем и зафиксированы в сценарии;
- интервьюер использует техники снижения «эффекта интервьюера» и занимает (эмоционально и когнитивно) нейтральную позицию;
- респондент старается «вместить» свой уникальный индивидуальный опыт и установки в задаваемые вопросы; «нейтральная» позиция модератора, не мешает, но и не стимулирует респондента открывать новые темы в разговоре¹³; уточним: модератор, безусловно, стимулирует участников активно обсуждать проблему, однако старается придерживаться обозначенного тематического фокуса.

Мы предполагаем, что обозначенные правила являются скорее крайностью, чем типичной ситуацией в рамках дискуссии такого рода, но с

¹⁰ Бонзак Р. Групповая дискуссия // Методические подходы политологического исследования и метатеоретические основы политической теории / сост. Н. Конеген, К. Шуберт. М.: РОССПЭН, 2004. С. 179.

¹¹ Calder B. J. Focus Groups and the Nature of Qualitative Marketing Research // Journal of Marketing Research. 1977. Vol. XIV. No. III. P. 353–364.

¹² Савинская О.Б. Субъективность в качественном исследовании: новые подходы // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 7.

¹³ Там же.

точки зрения классического понимания метода фокус-групп, мы чаще всего имеем дело именно с таким его вариантом. Впрочем, метод постепенно модифицирует и приобретает иные формы.

Однако, несмотря на достаточно стабильное положение метода в социологической среде и широкий спектр проблем, доступных для изучения с его помощью, есть круг специалистов, которые отвергают классические фокус-группы. Социологи, маркетологи, а также их клиенты (представители бизнеса, государственных структур и пр.) активно вовлекаются в дискуссии, касающиеся целесообразности, оправданности использования и границ применения метода. В качестве примера приведем форум «Фокус-группа — эффективно или антинаучно?», где обсуждается результативность фокус-групп¹⁴.

В итоге, основная проблема классических фокус-групп сводится к низкой экологической валидности — близости условий исследования к реальной жизни участников. Но методика лабильна, она эволюционирует под воздействием критики, откликается на изменения в социологическом пространстве. Так, А. Левинсон и О. Стучевская выделяют два основных направления эволюции фокус-групп:

1) клинический подход (акцент на психо-нейролингвистической особенности человека, углубленное изучение процессов);

2) этнографический подход, предполагающий погружение в «естественную среду изучаемой группы»¹⁵.

Мы полагаем, что последний сценарий наиболее жизнеспособен и актуален для современной социологии. Именно этому варианту модификации фокус-групп посвящена статья. Обратимся рассмотрению основных принципов этнографического метода с целью экспликации важных характеристик интересующей модификации метода фокус-групп.

Этнографический метод как способ сбора данных в естественных условиях

Этимология слова «этнография» берет начало из греческих слов «ethnos» (что в переводе обозначает «люди») и «graphei» («описание»); «этнография» дословно переводится как «описание людей». Таким образом, в самом общем понимании этнографический метод нацелен на описание людей. В этом заключается его специфичность. Она отражается в выборе объектов этнографического метода (феноменов, общностей, групп), а также принципах получения и анализа данных. Этнографиче-

¹⁴ Дымишиц М. Проведение фокус-группы как фатальная ошибка бизнеса // URL: [http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus/fatal_focus.htm]. Дата обращения 16.05.2011.

¹⁵ Левинсон А.Г., Стучевская О.И. Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR) // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2003. № 1 (63). С. 46–55.

ский метод заимствован из антропологии и исторически развивался в рамках этой науки как метод включенного наблюдения в его «узком» смысле. В Чикагской школе метод участвующего (включенного) наблюдения получил легитимацию в социологических исследованиях, а чтение культуры как текста и «насыщенное» описание наблюдаемых феноменов стали ключевыми приемами авторов, работающих в герменевтической перспективе, пусть и не называющих себя этнографами¹⁶.

Социолог, ведущий включенное наблюдение, исходит из предположения, что «структура общества в целом закодирована в каждой его части»¹⁷. Мысль эта представляет собой формулировку одного из основных теоретических положений, касающихся исследований социума: общество производится людьми и не может продолжать существование без осмысленных действий. Мы узнаем, как социальное действие в одном мире может быть понято (осмыслено) с точки зрения другого мира¹⁸. Метод включенного наблюдения дает возможность установить смыслы, скрытые за социальными и организационными порядками современных сообществ. Особенность метода включенного наблюдения заключается в специфичности выявления повторяющихся форм человеческих взаимодействий и понимания присущего им субъективно полагаемого смысла¹⁹.

Интерпретативный подход к анализу данных, согласно идеям К. Гирца, в первую очередь, ориентирует исследователя на поиск смысла социального поведения с точки зрения самих деятелей, на создание наблюдателем теории, отражающей собственные «теории» наблюдаемых. Если воспользоваться формулировкой К. Гирца, целью здесь является «не экспериментальная наука, ищущая закон, а интерпретативная наука, нацеленная на поиск смысла»²⁰.

Современный этап в развитии качественных исследований дает возможность зафиксировать отличительные черты этнографического метода в социологии. «Главный» исследовательский вопрос социолога выглядит следующим образом: «Как люди воспринимают, чувствуют окружающий их мир в естественных, повседневных условиях и взаимодействии?»²¹. Таким образом, участие в жизни информантов, наблюдение за естествен-

¹⁶ Романов П.В., Ярская-Смирнова Е. Р. «Делать знакомое неизвестным...»: этнографический метод в социологии // Социологический журнал. 1998. №1/2. С. 32.

¹⁷ Буравой М. Развернутое монографическое исследование: между позитивизмом и постмодернизмом // Рубеж. 1998. № 10–11. С. 157.

¹⁸ Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. М.: Университет, 2002. С. 23.

¹⁹ Козлова Н. Опыт социологического чтения «человеческих документов», или Размышления о значимости методологической рефлексии // Социологические исследования. 2000. № 9. С. 24.

²⁰ Geertz C. Thick Description: Toward an Interpretative Theory of Culture // The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books, 1973. P. 5.

²¹ Marvasti A.B. Qualitative Research Sociology. L. et al.: Sage, 2004. P. 37–41.

ным ходом их жизни — важнейшее условие реализации исследований в этой традиции. Все последующие специфические черты этнографического метода являются следствием этого подхода. Раскроем содержание каждой из них.

Главенство *принципа естественности сбора данных* («in situ studies»): чем более приближенной к повседневной жизни будет ситуация исследования, тем в большей степени собранные материалы (и их последующая интерпретация) будут отражать «реальное положение вещей»²². Эти процедуры способствуют повышению «экологической» валидности — соответствия между условиями получения опыта и исследуемой реальностью²³. Задача исследователя — в деталях описать поведение информантов и придаваемые ему смыслы, используя имеющийся методический арсенал. При этом категория «естественность» представлена тремя равноправными элементами: (1) изучаемыми *индивидами* — репрезентацией их повседневных практик; (2) *методами*, не нарушающими привычные действия людей; (3) *исследователем*, использующим «естественные» установки, лежащие в основе исследовательской ориентации²⁴.

Неформализованность подхода к сбору и анализу полевых наблюдений, отсутствие жестких стандартов исследовательской деятельности (что в большинстве случаев есть основание для критики этнографического метода) является своеобразным следствием описанного выше «in situ studies». Заранее невозможно знать нормы поведения изучаемого сообщества, поэтому дизайн исследования всегда гибок и непредсказуем²⁵. Исследователи свободно переключаются с одного метода сбора данных на другой в зависимости от изменения гипотезы, вопроса изучения, ситуации исследования; так же легко претерпевают изменения и их отношения с изучаемым сообществом, тактика коммуникации.

Акцент на описание действительности. Н. Дензин²⁶ различает два типа описания среды: *плотное* (или насыщенное — thick) включает в себя контекст действия, намерения субъекта и смыслы, вкладываемые в действия, а так же его последующее развитие; и *тонкое* (thin) — представленное отдельным фактом.

²² Silverman D. (ed.) Qualitative Research. Theory, Method and Practice. L. et al.: Sage, 2002. P. 18.

²³ Brewer M. Research design and issues of validity // Reis H., Judd C. (Eds.) Handbook of research methods in social and personality psychology. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2000. P. 99–120.

²⁴ Hammersley M. What Wrong with Ethnography // Sociology. 1990. Vol. 24. P. 598.

²⁵ Atkinson P. Understanding Ethnographic Texts. Newbury Park, Calif.: Sage, 1992; Atkinson P. Coffey A. Analyzing Documentary Realities // Ethnography. Vol. III / Ed. by A. Bryman. 2001. P. 61–66.

²⁶ Denzin N.K. Introduction: the discipline and practice of qualitative research // The Sage handbook of qualitative research / Ed. by N.K. Denzin, Y.S. Lincoln. Thousand Oaks et al.: Sage, 2005. P. 39.

Этнографическое описание отличается детальностью, нарративная природа, контекстуальность. Принцип контекстуальности предполагает, что описание должно быть максимально соотнесено с тем, в каких условиях, ситуациях, на каком социальном фоне происходило взаимодействие «исследователь – индивид»²⁷. Дневниковые записи, фотографии служат основанием для воспроизведения исторического, социального, эмоционального контекста, который позволяет детально описать и понять действия людей. Поэтому ценность для исследователя представляет практически каждое изменение в изучаемой среде. Предполагается, что незафиксированность контекста может привести к неверной интерпретации событий и действий: понять наблюдаемые события можно только при помещении их в более широкий контекст²⁸.

Специфика собранных данных представлена в этнографическом методе особо. Привычный для позитивистской традиции термин «данные» заменяется термином «эмпирические материалы»; им присуща фрагментарность и разнообразие. К ним относятся дневниковые записи, аудио, фото, киноматериалы, документальные свидетельства (письма, документы)²⁹. Часто сбор материалов осуществляется в «партизанских» условиях, что делает наиболее актуальным вопрос этики исследователя. Статус эмпирических материалов можно обозначить как «многоголосье» информантов. Так, Майкл Буравой отмечает, что «задача социологии состоит в том, чтобы понять смысл “высказываний” каждого, продемонстрировать их взаимосвязь, а не играть ими как разрозненными и несвязанными. Конечно, это сложно: некоторые голоса будут заглушены, а некоторые — усилены. Нам следует позволить им выговориться, оспаривать и изменять нашу “госпожу-повествование”. И это не причина отказываться от полифонии»³⁰.

Особое значение *позиции исследователя* характерно для этнографического метода в большей степени, нежели для иных качественных методов. Понимание и соотнесение изучаемого явления, встраивание его в социальный контекст, взаимодействие с индивидами осуществляет именно социолог. В рамках этнографического метода ему отводится ключевая роль на протяжении всех стадий исследовательской работы. В данной традиции исследователь склонен к рефлексии³¹. Вопрос о «ре-

²⁷ Baszanger I, Dodier N. Ethnography: Relating the Part of the Whole // Qualitative Research: Theory, Method and Practice / Ed. by D. Silverman. L.: Sage, 1997. P. 10.

²⁸ Atkinson P. Coffey A. P. 61–63.

²⁹ Романов П.В. Процедуры, стратегии, подходы «социальной этнографии» // Социологический журнал. 1996. № 3/4. С. 141.

³⁰ Буравой М. Развернутое монографическое исследование... С. 171–172.

³¹ Исследовательская рефлексивность — это способность становиться своеобразным объектом самоисследования, учитывать собственный опыт, статус, обыденные представления и переосмысливать свои ощущения в изучаемой среде. Часто

флексивности» остается дискуссионным явлением в качественной методологии. Главная идея заключается в предположении, что полученные материалы неотделимы от исследователя и всегда связаны с ним.

Таким образом, этнографический метод — это описательный метод полевого исследования, для которого характерно получение данных в естественных, повседневных условиях, в прямом взаимодействии с объектом исследования (социальными общностями и группами со своей культурой) преимущественно неформализованными способами (включенное наблюдение, неформализованные интервью) во время длительного нахождения исследователя в среде изучения.

Этнографическая фокус-группа: симбиоз этнографического метода и фокус-групп

Если предположить, что сложившаяся практика группового интервьюирования описывается континуумом от классической фокус-группы к этнографическому методу, то природу наблюдаемых модификаций можно объяснять заимствованием элементов этнографического метода. Эту практику мы обозначим, как *этнографическая фокус-группа*.

Оба исходных метода (фокус-групп и этнографический метод) занимают маргинальное положение на континууме качественных методов. Часть приверженцев интерпретативного направления не относят фокус-группы к качественным методам за их «лабораторность» и избыточную формализованность. В свою очередь этнографический метод подвергается критике со стороны сторонников классической социологии за субъективизм и неформализованность. Этнографический метод долгое время и отчасти сейчас «вынужден защищать свои научные полномочия в среде социологов»³².

На примере этнографической фокус-группы мы можем наблюдать феномен «методологического симбиоза», в котором Г.Г. Татарова видит «инструментальное средство, порожденное слиянием двух разных методов, в результате которого нивелируются недостатки каждого из них»³³.

Этнографическая фокус-группа имеет ряд общих с этнографическим методом черт:

- *полевые условия проведения* (в среде «информантов») и как следствие специфический доступ в поле, необходимость выстраивать «доверительные» отношения с информантами (многократные кон-

этим термином определяют метод, теорию и т.п., в которых особое внимание уделяется последствиям влияния, которое на объект исследования оказывает личность исследователя или его простое присутствие (The New Shorter Oxford Dictionary. Oxford, 1993. P. 2522).

³² Буравой М. Развернутое монографическое исследование... С. 157.

³³ Татарова Г.Г. Методологическая травма социолога. К вопросу об интеграции знания // Социологические исследования. 2006. № 9. С. 10.

такты), получение информации об объекте различными методами (включенное наблюдение, неформализованные интервью и др.) и как следствие, разнохарактерность получаемых данных;

- *участники фокус-групп — естественные социальные группы*, имеющие самобытную внутреннюю культуру и структуру взаимодействия, что определяет специфику доступа в поле исследования;
- *особая позиция исследователя*, которая выражается в необходимости соблюдать баланс между *участием* (пониманием мира информантов) и *дистанцией*, обеспечивающей научную обоснованность его действий.

Преимущество с методом классических фокус-групп наблюдается на уровне базовых методических оснований: принципы формирования группы (гомогенность, размер), инструментария (необходимость гайда и транскрипта как базовых документов), частичное совпадение области применения (предмет) и анализа полученных результатов.

Сфера применения этнографической фокус-группы лежит в смежной области фокус-групп и этнографического метода. Объекты заимствованы у этнографического метода и представляют два основных типа: территориальные общности (например: районы, села) и организации (предприятия и учреждения). Предмет представлен двумя главными классами проблем: (1) феномены и явления, изучаемые внутри выделенных социальных групп, (2) восприятие социальными группами определенных явлений.

В качестве методического стандарта процедуру проведения можно представить следующим образом: (1) определение объекта исследования и выбор наиболее репрезентирующих его групп (возможно, нескольких); (2) обеспечение доступа в поле исследования; (3) сбор первичных данных, составление структуры изучаемого объекта и выбор релевантных социальных групп; (4) проведение этнографических фокус-групп с выделенными социальными группами целесообразно организовать следующим образом:

а) *Отбор участников по принципу гомогенности*. Целесообразно руководствоваться принципом отбора респондентов из теории классических фокус-групп, выраженной в гомогенности значимых для исследования признаков.

б) *Численность участников — 3–8 человек*. Теория классических фокус-групп определяет рамки размерности группы. При этом: чем более глубокая и детальная информация необходима, тем меньше участников предполагает коммуникация.

в) *Характер коммуникации — групповая беседа*. Среди выведенных трех форм коммуникации в группе информантов (групповая беседа, групповое интервью, групповая дискуссия) метод этнографической фокус-группы строится на субъект-субъектных отношениях и имеет в осно-

ве групповую беседу как базовую форму коммуникации, заимствованную от этнографического метода. Это не исключает такие формы коммуникации, как групповое интервью и дискуссия (они так же могут присутствовать на разных стадиях реализации метода, но в меньшей степени). Далее происходит «насыщение» индивидуальными интервью с наиболее релевантными участниками фокус-групп. Предварительные и последующие индивидуальные интервью рекомендованы в целях подтверждения получения валидных данных (триангуляция методов).

В итоге мы предполагаем, что полученная модель этнографической фокус-группы отражает общую тенденцию междисциплинарности в качественной социологии. Последнее связано со стиранием границ между этнографическим методом, социальной антропологией, включенным наблюдением, case study. В таком контексте концептуализация этнографической фокус-группы наследует результаты общей дискуссии о качественных методах и приобретает другой уровень значимости.

Научное издание

Проблемы подготовки данных в социологических исследованиях:
Сборник статей

Отв. ред. Ю.Н. Толстова, О.А. Оберемко

Компьютерная верстка *О.А. Кацмана*
Издатель: Российское общество социологов
E-mail: methods2012@yandex.ru

Подписано в печать 24.12.2012
Усл. печ. л. 10,8.
Тираж 150 экз.