

ЦЕНТР Н. НАЗАРБАЕВА ПО РАЗВИТИЮ МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНОГО И
МЕЖЦИВИЛИЗАЦИОННОГО ДИАЛОГА

ИНСТИТУТ АНАЛИЗА РЕЛИГИОЗНОЙ СИТУАЦИИ
И РЕЛИГИОВЕДЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ
ПО ПРОВЕДЕНИЮ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ
В РЕЛИГИОЗНОЙ СФЕРЕ**

г. Нур-Султан
2021 год

УДК 2
ББК 86.2
М54

Методическое пособие подготовлено по заказу Комитета по делам религий Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан

ISBN 978-601-06-8229-0

Рецензенты:

Садвокасова А.К. – доктор социологических наук, заместитель директора Института прикладных этнополитических исследований МИОР РК

Ракишева Б.И. – кандидат социологических наук, директор проектов Исследовательского института «Общественное мнение»

Авторский коллектив: Байбол Е.Қ., Камарова Р.И., Малгараева З.Б., Кикимбаев М.Ж., Орынтай А.О., Темирбаева А.А., Укенов А.С., Жакиянов Д.Ж.

Эксперты, принявшие участие в подготовке методического пособия:

Илеуова Г.Т. – кандидат социологических наук, президент Общественного фонда «Центр социальных и политических исследований «Стратегия»

Родионов А.Н. – PhD (социология), доцент кафедры социологии Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева

Аппельганц Е.П. – магистр социологии, аналитик-менеджер НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру»

М54 Методическое пособие по проведению социологических исследований в религиозной сфере / Институт анализа религиозной ситуации и религиоведческой экспертизы – Нур-Султан: «Центр по развитию межконфессионального и межкультурного диалога», 2021. – 62 с.

Данное методическое пособие разработано с целью повышения качества исследований в сфере государственно-конфессиональных отношений, и предназначено для практического применения местными исполнительными органами, общественными объединениями и иными организациями, занимающимися оценкой и анализом текущей религиозной ситуации в регионах.

В методическом пособии содержатся как общие сведения обо всех этапах процесса исследования, включая описание различных методик, так и практические рекомендации, с учетом специфики регионов Казахстана. Авторы пособия предлагают разработанный инструментарий для проведения исследований на основе количественных и качественных методов.

ISBN 978-601-06-8229-0

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	65
Часть 1. ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЙ РЕЛИГИОЗНОЙ СФЕРЫ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА	67
1.1 Ключевые принципы и этические аспекты проведения исследований в религиозной сфере	67
1.1.1 Принципы проведения исследований в религиозной сфере	67
1.1.2 Этические аспекты проведения исследований в религиозной сфере	69
1.1.3 Выбор темы социологического исследования в сфере религий	70
1.2 Разработка программы социологических исследований	72
Часть 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ	77
2.1 Количественные методы исследований	77
2.1.1 Проведение массового опроса	77
2.2 Качественные методы исследований	80
2.2.1 Различные виды интервью	80
2.2.2 Фокус-группа	82
2.2.3 Наблюдение	84
Часть 3. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА	86
3.1 Рекомендации по расчетам выборки при проведении массовых опросов в регионах Казахстана	86
3.2 Практические рекомендации по применению качественных методов исследования в регионах	93
3.3 Рекомендации по проведению фокус-групповых исследований в регионах среди молодежи	95
3.3.1 Примерные гайды фокус-групповых исследований среди молодежи для регионов Казахстана с учетом возрастных особенностей	97
3.4 Рекомендуемые гайды различных видов интервью	100
3.4.1 Экспертное интервью: практические рекомендации и гайд	100
3.4.2 Нарративное интервью: практические рекомендации и гайд	102
Часть 4. ПРОГРАММА И ЕДИНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПО ИЗУЧЕНИЮ РЕЛИГИОЗНОЙ СФЕРЫ ДЛЯ ВСЕХ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА	107
4.1 Программа проведения социологического исследования по изучению религиозной сферы в регионах Казахстана	107
4.2 Единая анкета для проведения массового опроса	109
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	118
ГЛОССАРИЙ	119
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	121

ВВЕДЕНИЕ

Главной вдохновляющей идеей написания данного методического пособия является оказание помощи региональным структурам в лице местных исполнительных органов, реализующих политику в сфере государственно-конфессиональных отношений. В соответствии с отраслевым Законом, в компетенцию местных исполнительных органов областей, городов республиканского значения и столицы входит «изучение и анализ религиозной ситуации в регионе», включая «изучение и анализ деятельности религиозных объединений, миссионеров, духовных (религиозных) организаций образования, действующих в регионе» (ст. 5, п. 1, п.п. 1-1).¹

Анализ состояния проведенных исследований в религиозной сфере за 2017-2020 годы в регионах показал их разноплановость по различным аспектам, как например: тематика, периодичность проведения, форматы и методы. Так, что касается тематики исследований, превалирует изучение радикализации населения, путей повышения эффективности профилактических мер. Периодичность и частота исследований существенно разнятся в регионах и варьируется от 1 до 11 в год. Основной формат исследований – это массовый опрос населения региона на основе анкетирования. Выборка респондентов также значительно различается в регионах и составляет от 500 до 2100 человек.

Таким образом, данные анализа говорят о том, что необходимо выработать общие подходы к проведению социологических исследований в сфере религий в регионах нашей страны.

Целью разработки данного методического пособия является совершенствование и повышение качества исследований на основе выработки единых подходов к исследованию и единого инструментария для изучения религиозной ситуации в регионах Казахстана. Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- Рассмотреть особенности проведения исследований в религиозной сфере, основные этические нормы и принципы, выбор тематики;
- Представить основные требования к составлению программы исследований;
- Дать основные характеристики и ориентации в использовании количественных и качественных подходов при проведении социологических исследований в религиозной сфере;
- Разработать практические рекомендации по проведению исследований на основе количественных и качественных подходов в регионах Казахстана;
- Предложить единый инструментарий для проведения исследований в религиозной сфере в регионах Казахстана.

Исследования среди населения должны быть тщательно продуманы, хорошо подготовлены и организованы, тем более, что это касается одной из самых чувствительных сфер жизни человека и общества. Исследования в сфере религий – это система методологических, методических и организационно-технических процедур, взаимосвязанных единой целью: получить достоверные данные об изучаемых явлениях или процессах.

В методическом пособии в фокусе отдельного внимания находится необходимость выработки единых подходов к исследованиям в регионах, как постоянного, так и переменного характера, с целью найти точки соприкосновения при применении разных методов исследований. Так, предлагаются разработанная программа проведения социологических исследований с единым инструментарием для проведения массового анкетного опроса, а также гайды с рекомендациями по проведению различных качественных методик. С одной стороны, это позволит регионам проводить мониторинг исследуемого предмета на долгосрочной основе. С другой стороны, применение разных методов исследования позволит глубже проникать в суть социальных процессов, связанных непосредственно с религиозным фактором

¹ Закон Республики Казахстан от 11 октября 2011 года № 483-IV «О религиозной деятельности и религиозных объединениях» // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31067690#pos=3;-106. Дата обращения 02.07.2021.

жизнедеятельности общества, чтобы понимать и объяснять те или иные феномены, события, взаимосвязи, взаимозависимости и т.д.

Большую признательность выражаем экспертам, принявшим участие в подготовке данного методического пособия и проведении семинаров-тренингов для представителей местных исполнительных органов: Илеуовой Гульмире Токшалыковне – кандидату социологических наук, президенту Общественного фонда «Центр социальных и политических исследований «Стратегия», члену Национального совета общественного доверия при Президенте РК; Родионову Адилью Николаевичу – PhD (социология), доценту кафедры социологии Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева и Аппельганц Елене Петровне – магистру социологии, аналитику-менеджеру НАО «Казахстанский институт общественного развития «Рухани жаңғыру».

Также выражаем благодарность рекомендациям наших рецензентов: Садвокасовой Айгуль Какимбековне – доктору социологических наук, заместителю директора института прикладных этнополитических исследований МИОР РК и Ракишевой Ботагоз Ислямовне – кандидату социологических наук, научному консультанту / директору проектов Исследовательского института «Общественное мнение» (www.opinions.kz), руководителю проекта World Values Survey-7 в Казахстане, Национальному представителю WAPOR в Казахстане.

1.1 Ключевые принципы и этические аспекты проведения исследований в религиозной сфере

1.1.1 Принципы проведения исследований в религиозной сфере



Изучение, исследование сложных социальных систем, к которым следует отнести и сферу религии, может строиться на использовании, как отдельных социологических методов, так и на комплексном подходе на основе совмещения различных качественных и количественных методов. При этом проведению исследования, вне зависимости от того, комплексное оно или нет, должен предшествовать этап разработки программы, включающий в себя методологию – четкое определение целей, задач, понятий (категорий анализа), гипотез, объекта и предмета, а также методику и технику исследования. В свою очередь, методика и техника включает в себя выборку (для количественного исследования), принципы отбора респондентов (для качественного исследования), инструментарий (анкеты, гайды) и другие организационные документы. Если все предваряющие условия, связанные с разработкой программы, соблюдены, то результаты социологических исследований позволят получить наиболее объемную и в то же время углубленную информацию по изучаемому вопросу.

Важный аспект в рамках социологического измерения социальных систем заключается в том, что исследования могут быть применены в качестве механизма мониторинга, оценки динамики изменения ситуации или определенного состояния процесса, явления. В этой связи, внедряются мониторинговые исследования (например, в один и тот же период; раз в год; с представителями одной и той же целевой группы), включающие в себя оценки основных показателей состояния того или иного объекта исследования (всего населения или отдельных целевых групп).

Решение об использовании одного метода или комплекса методов при изучении социальных объектов, а также будет ли такое изучение мониторинговым или нет, зависит от исследовательских задач и ограничений, связанных со спецификой каждого из методов. Так, количественные методы (анкетные опросы / структурированные или стандартизированные интервью) основаны на прямом опросе / интервьюировании людей, которых затрагивает или может затронуть изучаемая проблема. Но следует отметить, что одно из принципиальных ограничений в использовании количественных методик состоит в том, что не все явления в равной мере поддаются измерению и не все объекты могут быть описаны сплошными количественными измерениями (массовые опросы).

Это означает, что хотя все социальные явления могут быть объектами изучения, но, однако, зона измеримости может различаться, т.е., может быть значительной по объему, либо небольшой. Примером объекта первого типа могут служить демографические процессы (естественное движение населения, миграционное поведение и т.д.), а примером второго – различные закрытые сообщества (группы, кланы, расширенные семьи и т.п.), которые имеют особенности, специфику (свои правила, законы, обычаи) функционирования.

Методы качественного исследования (нестандартизированные интервью, фокус-группы) используются, когда целью изучения является анализ того, о чем думают люди, что они чувствуют. Качественное исследование служит для зондирования проблемы и помогает получить представление о различных позициях и поведенческих моделях, существующих в целевой аудитории, и о том, что за этим стоит (отвечают на вопрос «почему?»)².

Основными проблемами качественных исследований являются их неправильное применение и субъективизм. Другими словами, качественные исследования зачастую

² Руководство «Проведение оценки нужд», М., 2003 г.

используются тогда, когда нужно было проводить количественные исследования, обосновывая выбор неуместным фактором «более низкой цены». Или же данные, полученные в ходе качественных исследований, анализируются по принципу количественных исследований, т.е., заключения делаются слишком поспешно, без развития гипотез и отсутствия глубинного взгляда на проблему. Еще хуже, когда качественная информация подвергается квантификации, т.е., к ней относятся, как к статистической.

Другой немаловажной проблемой является внесение в процесс исследования, намеренно или нет, субъективного элемента. Так как анализ сильно зависит от интерпретации и проницательности исследователя, то довольно часто его мнение формирует заключение. А в силу того, что в ходе качественного исследования не собирается никаких количественных данных, то очень сложно проверить, правильно ли проведен анализ.

В нижеследующей таблице приводится разбивка основных характеристик каждой из этих категорий методологий исследования и данных.

Таблица №1

	КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ	КАЧЕСТВЕННЫЙ
Цель	Цель состоит в том, чтобы подсчитать и представить всё в цифрах, чтобы попытаться объяснить наблюдаемое	Цель – полное и подробное описание наблюдаемого
Назначение	Обобщение, предсказание, причинные объяснения	Контекстуализация, интерпретация, понимание перспектив
Инструменты	Исследователь использует такие инструменты, как опросы для сбора данных, которые затем подвергаются числовой обработке	Исследователь – это инструмент для сбора данных с помощью ориентировочного гайда-путеводителя
Сбор информации	Структурированный	Неструктурированный
Результаты	Данные представлены в виде чисел и статистики	Данные представлены в виде слов, изображений, фотографий или предметов
Выборка	Обычно большое количество случаев, представляющих интересующую группу населения. Случайно выбранные респонденты	Обычно небольшое количество непредставительных случаев. Респондентов выбирают исходя из их опыта (специализаций)
Объективный / Субъективный	Объективный – стремится к точным измерениям и анализу	Субъективный – важна индивидуальная интерпретация событий
Роль исследователя	Исследователь стремится оставаться объективно отделенным от предмета исследования	Исследователь склонен субъективно погрузиться в предмет изучения
Анализ	Статистический	Толковательный, интерпретационный

Таким образом, социологические исследования не должны проводиться ради них самих. По результатам проведенного изучения (исследования) должно быть принято решение: о правильности выбора для ее анализа проблемной области и инструментария (совокупности методов), о соответствии поставленных задач и выбора целевой группы (объекта исследования), о сопоставимости полученных результатов (в случае мониторингового исследования) и др.

Также необходимо остановиться на ключевых принципах исследований религиозной сферы жизнедеятельности человека и общества, которых важно придерживаться.

➤ Нельзя изучать религии через «конфессиональную» перспективу. Исследователь должен действовать как третья сторона, как наблюдатель. Любые эмоциональные, конфессиональные, идеологические, политические или иные обязательства со стороны исследователя не работают положительно, а, наоборот, ведут в неверном направлении. Данное

обстоятельство мешает объективности и возможности вникать в тему не только при проведении исследования, но также при записи и интерпретации соответствующих данных. Это особенно верно, когда кто-то изучает отношения между религией и обществом, ее роль или ее потенциальную роль в обществе и так далее.

➤ Исследование и изучение религий – это «самоцель». Это не может быть средством для достижения других целей. Служение другим целям ведет к преднамеренному искажению результатов исследования для достижения этих целей. То же самое касается исследования и изучения любого социального явления, особенно для изучения социальных проблем. Здесь следует особо отметить, что человек полностью дистанцируется от области науки, когда наука используется как средство продвижения других целей, которые включают служение идеологии или идеологическим целям религиозных групп и институтов, а также политических формирований и групп.

➤ Те, кто занимается изучением религий, обязаны выбирать, чему служат их исследования: свободе человека или устремлениям институциональных органов, будь то религиозных, политических или любых других. Эта дилемма имеет жизненно важное значение, поскольку она определяет способ проведения исследования и способ представления данных. Необходимость выбора между человеком и институтами не обязательно означает, что институты не являются необходимыми. Проще говоря, институты должны служить человеческим потребностям и адаптироваться к ним, а не подчинять людей и их свободу служить целям и амбициям лидеров религиозных институтов или самого института³.

➤ Результаты научного изучения религии, относящиеся к конкретному месту и времени, не могут быть обобщены. Это означает, что тематическое исследование не может использоваться как средство для характеристики целого; также нельзя утверждать, что то, что применимо в конкретном случае, может также применяться во всех других случаях синхронно, диахронически или локально.

➤ Религия – это социальный и культурный фактор, который нельзя игнорировать или переоценивать. Религии могут и не влиять на многие аспекты жизни; они также могут не играть важной роли в экономике, формировании социальных отношений и т.д. Тем не менее, многие из тех, кто занимается изучением религий, имеют тенденцию характеризовать всё как религиозное и думать, что они могут сквозь призму религий рассматривать различные вопросы, волнующие общество, независимо от того, оказывают ли религии, в действительности, на них какое-либо влияние.

➤ Взгляды, выраженные религиозными институциональными органами, можно рассматривать как данные. В этом случае, целью исследования может быть регистрация тенденций и их конкретное понимание. Однако, исследования не могут ограничиваться воспроизведением стереотипов. Очень важно изучить, откуда они берутся и для каких целей они служат.

Соблюдение обозначенных принципов в сфере изучения религий должно сопровождаться неуклонным соблюдением этических норм и правил.

1.1.2 Этические аспекты проведения исследований в религиозной сфере



Этика стала краеугольным камнем для проведения эффективных и значимых исследований. Каждый исследователь несет ответственность за защиту участников исследования. Так, например, представителями Американской социологической ассоциации справедливо отмечается, что в исследованиях участвуют, прежде всего, люди. Это верно как для тех, кого мы просим стать объектом исследования, так и для тех, кого мы просим помочь нам в наших исследованиях в качестве интервьюеров, кодировщиков.

Социологи должны думать о широком круге вопросов, которые возникают в ходе исследования в целом, а также о конкретном предмете и методе, задействованных в любом

³ Hosen, R. Mohr, Law and Religion in Public Life. The Contemporary Debate. London: Routledge, 2011

конкретном проекте. Обращение к этическим вопросам должно начинаться в процессе планирования и сопровождаться публикацией результатов исследований и планов обмена данными через годы после завершения проекта. Ответственное исследование требует информированного согласия респондента, обеспечивает конфиденциальность участников исследования и является доступным для ознакомления другим лицам⁴.

Необходимо понимать, что ни государство, ни общество не в силах эффективно контролировать все исследовательские проекты. Однако, они доверяют тем, кто занимается исследовательской деятельностью. Отчасти это доверие, связано с исследовательской этикой.

Этику исследования можно понимать, как двухстороннюю деятельность: во-первых, как часть этики как академической дисциплины, которая обычно находится в отделе философии или теологии (т.е. как часть фундаментальных исследований в области этики), а во-вторых, как этика, которая применяется к исследовательским процессам, не связанным с этическими вопросами (например, как прикладная этика).

Термин «исследовательская этика» намекает на особый вид этики. Исследовательская этика относится к области прикладной этики. И у религиоведа/теолога, и у биолога больше общего, чем можно было бы заметить на первый взгляд – все они представляют академические сферы деятельности, работают, руководствуясь методами и теоретическими рамками, результаты их работы интерсубъективно понятны. Они занимаются исследовательской деятельностью, чтобы получить знания открыто и беспристрастно, следуя идее научности. Они могут свободно выбирать исследовательские вопросы по своему желанию, и не обязаны оправдывать свои решения. Они могут выбирать объекты и методы исследования, которые они хотят, но им приходится иметь дело с моральными вопросами, связанными с принимаемыми ими решениями.

Необходимо обеспечить безопасность участников исследования от пагубных последствий и минимизировать вред, который может причинить исследование, как участникам, так и их окружению. Соответственно, должна быть сохранена конфиденциальность записей, данных. Когда результаты будут опубликованы, нужно позаботиться, чтобы участников нельзя было идентифицировать, опознать.

Задача исследователя – поддерживать соответствующие границы в процессе исследования и добросовестно представлять взгляды своих информантов. Этические нормы исследований также широко представляются различными ассоциациями, одним из таковых является Международный кодекс ICC / ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных, представленный на сайте: www.esomar.org.

1.1.3 Выбор темы социологического исследования в сфере религий



Правильно выбранная тема – прочная основа для социологической работы. Большинство исследователей при выборе темы социологического исследования в сфере религий или любой иной сфере переживают, что одной из самых больших проблем в процессе будет поиск релевантных данных. Однако, практика показывает, что наиболее важным является выбор актуальной темы, отвечающей временным, региональным и иным другим необходимым параметрам.

Нужно учитывать тот факт, что очень важно выбирать тему, связанную с религиями, исходя из того, что можно действительно исследовать, и должно быть достаточно доступа к получению информации. Кроме того, исследование должно быть посвящено теме, актуальной в контексте вашего региона, страны. Не менее важно, что тема исследования должна иметь потенциальную аудиторию, то есть она должна быть востребована.

Таким образом, при поиске выбора темы исследования следует учитывать два важных фактора: **выполнимость** и **актуальность**.

⁴ Penslar, R. L. (1995). Research ethics: Cases and materials. Bloomington: Indiana University Press.

Выполнимость определяется навыками исследователя, исполнителя исследования и технологиями, доступными в организации исследователя и/или исполнителя. С другой стороны, определение **актуальности** к исследовательской проблеме – очень важный момент. Необходимо выбрать исследовательскую тему, которая отвечает интересам организации, общества, страны. Следует избегать исследовательских тем, которые являются легкими, но не слишком актуальными, как и тех, которые являются актуальными, но практически невыполнимыми. Идеальная исследовательская тема – одновременно осуществимая и является актуальной.

Как выбрать тему исследования?

Вам нужно будет провести следующие действия:

Первое - **собраться с коллективом**.

Второе - подумать о текущих социальных проблемах, связанных с религиями.

Третье - **провести мозговой штурм**.

Четвертое - вы должны будете **записать** все **озвученные идеи**.

Пятое - **заново обдумайте** те **темы** исследования, которые были обсуждены в ходе мозгового штурма.

Шестое - можете провести **пре-тест** или **небольшое исследование**, чтобы убедиться, что тема на самом деле актуальная и по теме достаточно информации.

Седьмое - **создайте тезис**, чтобы **конкретизировать** вашу тему.

Выбор темы можно осуществить с применением технологии **SMART**, которую можно широко применять, чтобы нацелиться на достижение конкретных целей и результатов с учетом имеющихся ресурсов. Каждая буква аббревиатуры означает определенный критерий, который необходимо брать во внимание.

Specific – конкретность. Тема должна быть конкретной, нацеленной на достижение определенной цели, ответов на поставленные вопросы.

Measurable – измеримость. Тема должна отвечать данному критерию, чтобы в ходе исследования объект и предмет исследования должны быть измеряемыми.

Achievable – достижимость. Тема должна быть реалистичной. Необходимо учесть все имеющиеся ресурсы и ограничения, как например, опыт работы, доступ к информации, временные рамки и др.

Relevant – актуальность, значимость. Важно понимать, насколько важна выбранная тема, какой вклад она внесет в продвижение государственной конфессиональной политики, следованию принципам светскости.....

Time framed/bound – временные ресурсы. Данный критерий важен, чтобы быть уверенным, что тему можно изучить в течение определенного промежутка времени. Также это важно для того, чтобы сделать процесс исследования контролируемым, то есть временные рамки должны быть достижимы с учетом возможности достижения цели в установленные сроки.

При разработке тематики социологических исследований важно обратить внимание на существующие рекомендации в этой области. Так, необходимо принять во внимание «Методику по отбору аналитических и социологических исследований, финансируемых из республиканского бюджета, и совместных исследований с зарубежными организациями, а также определению структуры затрат аналитических и социологических исследований»⁵.

В соответствии с требованиями указанной Методики не допускается дублирование тем с непосредственными функциями государственных органов. Также возникают проблемы дублирования тем с исследованиями других регионов, других государственных организаций.

⁵ Утверждена совместным приказом Министра национальной экономики РК от 13 июня 2018 года № 214, Министра финансов РК от 18 июня 2018 года № 605 и Министра образования и науки РК от 26 июня 2018 года № 307. // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1800017195#z17>

Чтобы избежать проблемы дублирования тем социологических исследований, местным исполнительным органам при их утверждении необходимо взаимодействовать с вышестоящими органами. Так, рекомендуется осуществление следующей процедуры:

- местные исполнительные органы отправляют на согласование не позднее 15 февраля каждого календарного года в уполномоченный орган (Комитет по делам религий МИОР РК) темы планируемых социологических исследований в сфере религий, финансируемых из местного бюджета. К каждой теме прилагается пояснительная записка – обоснование.

- уполномоченный орган рассматривает заявленные темы на предмет: (а) своевременности и актуальности, нацеленности на решение наиболее важных задач в сфере религий и государственно-конфессиональных отношений; (б) исключения дублирования тем, целей и задач исследований с функциями государственных органов.

- окончательное согласование тем социологических исследований уполномоченным органом дается не позднее 20 марта каждого календарного года.

В соответствии с «Правилами ведения единой базы данных аналитических, консалтинговых, социологических и иных исследований, финансируемых из республиканского и местного бюджета, проводимых по заказу государственных органов и местных исполнительных органов Республики Казахстан, их подведомственных организаций, субъектов квазигосударственного сектора, в том числе совместных исследований с международными организациями», утвержденными Приказом Министра юстиции Республики Казахстан от 25 апреля 2017 года № 461, результаты исследований предоставляются в Базу данных «Института законодательства и правовой информации» МЮ Республики Казахстан.

1.2 Разработка программы социологических исследований

Программа социологического исследования – это один из важнейших социологических документов, в котором содержатся методологические, методические и процедурные основы исследования социального объекта. По мере составления программы решаются проблемы выбора объекта, разрабатываются конкретные методики сбора, обработки и анализа данных.

Программа исследования должна четко отвечать на вопрос, на решение какой конкретно проблемы ориентируется данное исследование, и быть направлена на осуществление следующих процедур:

■ **методологических:**

- а) анализа проблемы и выбора темы;
- б) формулирования цели и задач исследования;
- в) определения объекта и предмета исследования;
- г) интерпретации основных понятий (гlossарий);

■ **методических:**

- а) разработки и тиражирования инструментария исследования;
- б) определения объема выборочной совокупности или целевой аудитории, в зависимости от выбранного метода;
- в) разработки и утверждения плана-графика проведения исследования;

В программе отражается определенная последовательность, поэтапность социологического исследования. В идеальном варианте программа содержит следующие разделы: постановка проблемы (*обоснование актуальности и значимости выбранной темы для исследования*), цели и задачи исследования, объект и предмет исследования, интерпретация основных понятий (*гlossарий*), методы исследования, план исследования.

Если все предваряющие условия, связанные с разработкой программы, соблюдены, то результаты социологических исследований позволят получить наиболее объемную и в то же время углубленную информацию по изучаемому вопросу.

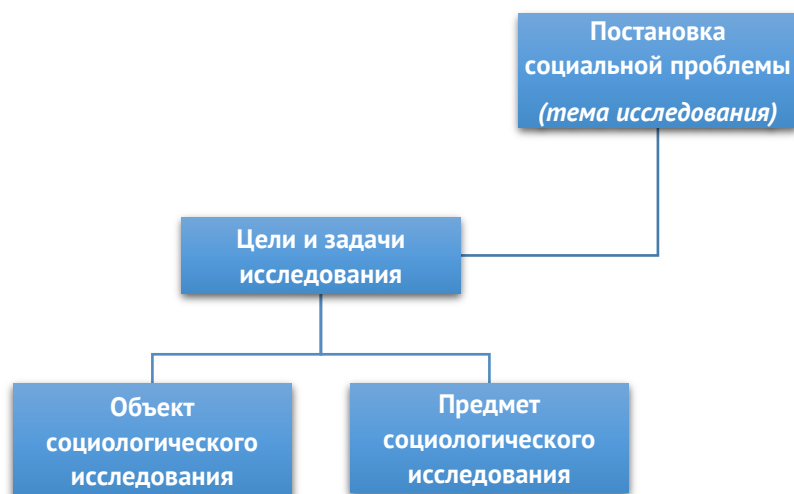


Схема №1. Методология социологических исследований

Постановка социальной проблемы

Исходным пунктом всякого исследования, в том числе и социологического, является проблемная ситуация или тема социологических исследований, складывающаяся в реальной жизни.

Определению проблемы предшествуют диагноз проблемной ситуации, определение квалификации ее масштаба, остроты, а также типа тенденции, стоящей за данной проблемой. Для определения сути конкретных проблем с целью их исследования большое методологическое значение имеет классификация социальных проблем (табл. № 1).

Таблица № 1

По масштабу	По остроте	По типу тенденции социальных изменений	По скорости развития
Локальные, микросоциальные	Не назревшие, нуждающиеся в профилактике	Деструктивно-деградационные, определяющие негативные разрушительные процессы в обществе	Пассивные, развивающиеся медленно
Региональные, охватывающие отдельные регионы	Актуальные, уже назревшие	Трансформационные, фиксирующие трансформацию социума, его перехода из одного качества в другое	Активные, отличающиеся динамизмом
Национальные, влияющие на безопасность страны	Острые, требующие немедленного решения	Инновационные, связанные с различными аспектами социальных нововведений	Суперактивные, нарастающие чрезвычайно быстро

Классификация социальных проблем существенно влияет на определение методологии и инструментария их исследования, а также на характер практического использования полученных результатов. Задача исследователя заключается в том, чтобы не только классифицировать проблему, т. е. понять тип этой потребности и способы ее удовлетворения, но и в том, чтобы сформулировать ее в удобном для дальнейшего анализа виде.

Так, пространственно-временная характеристика проблемы и раскрытие ее социального содержания (*определение охватываемых ею общностей, институтов, явлений и т. д.*) позволяют правильно определить объект исследования. Представление же проблемы в виде противоречия (*между желаниями и возможностями; различными структурами, аспектами; между социальными системами и окружающей средой и др.*) создает условия для определения целей и задач исследования.

Следующий шаг в разработке программы – определение цели и задач исследования.

Определение цели и задач исследования

Цель социологического исследования – это модель его ожидаемого конечного результата (решения проблемы), который может быть достигнут только с помощью проведения исследования. Цель программы социологического исследования должна отвечать на вопрос, на получение какого результата ориентируется данное исследование. Именно формулировка результата должна лежать в основе постановки цели.

Цель социологического исследования определяет преимущественную ориентацию этого исследования, от которой зависит вся логика её проведения (схема № 2). Они бывают теоретическими и прикладными. В наших исследованиях ориентиром будут прикладные социологические исследования. Прикладное социологическое исследование направлено на решение конкретных практических задач (*конкретной социальной проблемы*), построение предположений о возможном развитии процесса, разработку конкретных программ совершенствования объекта.

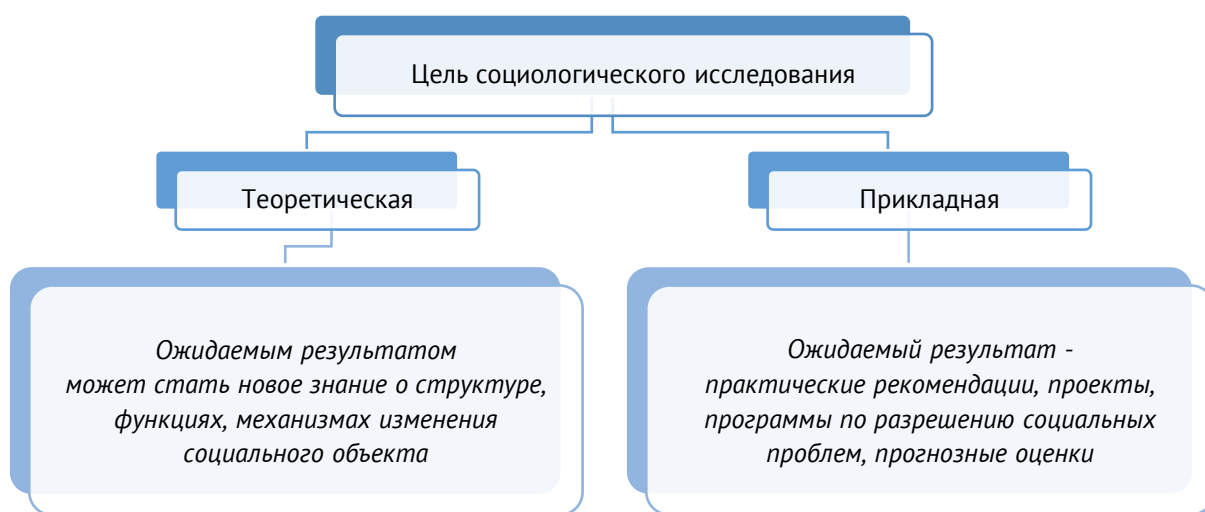


Схема № 2. Классификация целей социологического исследования

Цель исследования разворачивается и конкретизируется в системе задач. Чем точнее сформулирована цель исследования, тем строже и точнее можно сформулировать задачи.

Задачи исследования - средства реализации цели исследования, которые раскрывают последовательность основных шагов, необходимых для достижения поставленной цели. Выделяют три вида задач, которые в совокупности и составляют систему задач определенного социологического исследования:

а) Содержательные задачи (относятся к поиску ответов на вопросы):

- что представляет собой изучаемое явление?
- какова его структура и функции?
- как протекает изучаемый процесс?
- что влияет на ход изучаемого процесса?
- какие факторы определяют изучаемое явление?

б) Организационные задачи (отвечают на вопросы):

- что надо сделать?
- какова последовательность шагов по анализу, сбору, обработке и анализу информации, определению возможных решений?

в) Методические задачи

- задачи по разработке методических документов, их тестирования и пилотажа.

Объект и предмет социологического исследования

Сформулировав проблему, определив цели и задачи, выбираем объект исследования. Объектом может стать то, на что направляет свой взгляд и интерес исследователь. В

зависимости от социальной проблемы, темы, целей, задач в социологических исследованиях в качестве объектов могут выступать различные социальные институты, организации и учреждения, сферы жизни человека, где он является главным героем, и где может реализовывать свой потенциал, удовлетворять собственные потребности.

Рассматривая вопрос в широком смысле, можно сказать, что объект социологического исследования - это носитель какой-либо социальной проблемы: люди или объекты, способные дать социологу необходимую информацию.

Объект исследования должен характеризоваться чётко обозначенными явлениями по конкретным параметрам (схема № 3):

- Наличие отраслевых границ позволяет сосредоточиться на наиболее важных и определяющих чертах функционирования данной системы (*отрасль деятельности, профессиональная направленность, возраст и национальность объекта*);
- Пространственные границы конкретизируют объект с точки зрения его производственно-территориальной общности (*географическая принадлежность объекта*);
- Функциональная направленность подразумевает ориентационную направленность объекта по функциональным качествам (*таким как, политическая, этническая, религиозная, производственная и др.*).
- Временные ограничения конкретизируют сроки проведения исследования, связанные с особенностями производства или других факторов, имеющих значение в условиях регионов;
- Количественные измерения предполагают отбор численного состава эмпирических объектов с точным указанием их отраслей и территориальной принадлежности (*в зависимости от характера исследования делается выборка объектов по ограниченному количеству*).



Схема №3. Параметры характеристик объекта социологического исследования

Кроме выбора объекта социологического исследования, большое значение для успешного осуществления имеет правильное определение **предмета социологического исследования**. Предмет – это свойство, которым обладает объект, и которое необходимо выявить для реализации заданного социального исследования какой-либо сферы.

Предметом исследования принято считать ту из сторон объекта, которая непосредственно подлежит изучению. Это наиболее значимая сторона объекта с точки зрения теории и практики. Одному и тому же социальному объекту может соответствовать несколько различных предметов исследования, каждый из которых по содержанию определяется тем, какую именно

сторону объекта он отражает, с какой целью, а главное – для решения какой социальной проблемы выбран.

Предмет исследования это наиболее значимые с практической или теоретической точки зрения свойства, стороны, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению. Остальные стороны или особенности объекта остаются как бы вне поля зрения исследователя.

Немаловажной составной частью составления программы исследования является формулирование гипотез. Гипотеза, по существу, есть предположение о будущих результатах. В идеале гипотезы выстраиваются в логике утверждений «если А, то Б».

Таким образом, программа исследования является хоть и формализованной процедурой, но очень важным этапом для четкого видения методологических установок, методических и практических шагов, чтобы достичь поставленных результатов и целей.

Часть 2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

На сегодняшний день существует большое количество учебной, учебно-методической литературы по методологии социологических исследований. В этой части, базируясь на имеющихся источниках, мы попытались представить в доступном виде основные понятия, механизмы, процедуры количественной и качественной методологий. В конце пособия имеется список рекомендуемой литературы, на которую мы опирались и которую необходимо изучать для более глубокого погружения в сферу социологических исследований.

2.1 Количественные методы исследований



Количественные методы исследования – это методы, которые используются для сбора количественных данных, которые можно измерять, сортировать, классифицировать. То есть количественные методы предназначены для количественной оценки данных и обобщения результатов выборки из интересующей совокупности.

Цель использования количественных методов – измерение распространенности различных взглядов и мнений в заданной выборке или выявление общих признаков/закономерностей, в частности в религиозной сфере жизнедеятельности общества.

Основные этапы:

- определение проблемной ситуации, формирование проблемы исследования;
- разработка программы социологического исследования;
- определение выборки/целевой группы;
- постановка целей, задач, исследовательских вопросов, прямых и конечных результатов;
- выбор социологического инструментария;
- проведение социологического исследования – сбор данных;
- обработка и анализ полученных данных;
- подготовка выводов и рекомендаций;
- презентация конечных результатов исследования;

Важно тщательно обдумать и спланировать, прежде чем начинать какое-либо крупномасштабное исследование:

Основные вопросы:

1. Кого вы хотите опросить?
2. Как вы собираетесь их выбирать?
3. Как вы собираетесь их опрашивать?
4. О чем вы хотите их спросить?
5. Как вы собираетесь организовать задачу?

2.1.1 Проведение массового опроса

Массовый опрос – метод сбора первичных данных выборочной совокупности, как правило, на основе индивидуального интервью / анкетирования лицом-к-лицу (face-to-face).

Целевые группы – население региона, работники предприятия, общественные организации (религиозные объединения), студенты и др.

Другие разновидности опросов:

- почтовые опросы;
- телефонные опросы;
- электронная почта / интернет-опросы;
- уличные опросы / администрируемые опросы.

Таблица №3

ВИДЫ ОПРОСОВ	ПЛЮСЫ	МИНУСЫ
Почтовый	Может достигать большой географической зоны	Во время заполнения нельзя разьяснить вопросы
	Люди привыкли заполнять анкеты на бумаге и карандашом	Требуется мотивированное население, которое вернет заполненные анкеты
	Можете взять опрос с собой и заполнить его где угодно и когда угодно	Респонденты должны уметь видеть, читать и писать
	Отлично подходит для деликатных вопросов	
Телефон/ администрируемый	Информация приобретается сразу	Возможная предвзятость со стороны администратора
	Можно изучать ответы с респондентами	Более высокий уровень затрачиваемых ресурсов
Электронная почта/ Интернет	Незначительные расходы на распространение	Респонденты должны иметь доступ к интернету и быть в «сети»
	Могут быть разрешены только «приемлемые» ответы (валидация)	Респонденты должны уметь пользоваться компьютером
	Требования обязательного ответа на вопрос	Респонденты должны иметь возможность использовать веб-браузер
	Можно давать респондентам ссылки с дополнительными пояснениями	Опора на технологии, которые могут дать сбой

Очень важно провести пробное или пилотное исследование любого опроса, поскольку разработчики опроса, близкие к его теме, могут считать само собой разумеющимся, что вопросы и макет будут работать как опрос с более широкой целевой группой населения. Опрос может быть проведен с коллегами или друзьями, которые имеют такой же уровень вовлеченности в предмет, который вы исследуете, как и более широкая предполагаемая группа населения. Следует запрашивать отзывы о том, насколько легко можно было пройти и заполнить опрос. Пилотное обследование также может быть проведено с подмножеством выбранной выборки. Это даст возможность обнаруживать и решать проблемы до того, как они вскоются в ходе исследования или исказят результат более широкого исследования.



Важно учесть – формат (очно, заочно, онлайн и др.), целевую группу, выборку, рамки выборки, статистическую значимость.

Началом анкетной беседы служит введение (обращение к респонденту), где излагаются тема, цели, задачи опроса и называется организация, его проводящая; объясняется техника заполнения анкеты. Затем располагаются вопросы наиболее простые, нейтральные по смыслу. Кроме своей прямой познавательной задачи они обеспечивают «завязку» беседы, формируют психологическую установку на сотрудничество.

Есть несколько моментов, на которые следует обратить внимание в начале беседы с потенциальным респондентом (также эти предложения относятся к сопроводительному письму, которое прилагается к почтовым анкетам):

- Представиться. Определить, под чьей эгидой проводится исследование.

- Указать в общих чертах, о чем идет речь в исследовании и почему оно важно, и указать, какую информацию необходимо собрать.
- Указать, почему респондент был выбран – например, выбран случайным образом.
- Дать понять, что участие является добровольным.
- Заверить респондента, что он или она не будут идентифицированы каким-либо образом. Обычно этого можно достичь, указав, что данные приобретают анонимный характер, когда они вводятся в компьютер, и что анализ будет проводиться на агрегированном уровне.
- Подтвердить конфиденциальность любой предоставленной информации.
- Предоставить респонденту возможность задать любые вопросы – например, можно указать номер контактного телефона, если вводная информация представлена в форме письменного заявления, или, если опрос/интервью проходит лично, просто спросить, есть ли у респондента какие-либо вопросы.

Композиция анкеты

Анкета – это не просто сценарий опроса, не простая сумма вопросов. Она имеет и свою архитектуру. Объем анкеты зависит от методики опроса целей и задач и степени их раскрытия, от усилий и времени, которые тратит респондент. Большая анкета отпугивает респондентов, короткая создает впечатление «пустой бумажки». То и другое снижает качество анкетирования. Точной цифры количества вопросов в анкете нет. Допустимым считается от 10 до 100 вопросов, многое зависит от «ёмкости», сложности вопросов. Одним из главных правил считается учитывать время, затрачиваемое на ответы, и желательно не превышать общее время – не более 40 минут. При телефонном опросе – не более 10 минут.

В практике сложилось представление об общем оптимальном объеме анкеты опроса методом «лицом к лицу»: 30-40 вопросов.

Анкета для проведения опроса представляется наиболее сложной и трудоемкой из всех видов форм для сбора данных. Это связано с тем, что анкета является не просто формой, но и инструментом работы с респондентами. Она должна быть понятной и для интервьюера, и для респондентов, не вызывать у респондентов отторжения, обеспечивать необходимый объем информации; она должна быть оптимальной для дальнейшей обработки и анализа. Но в то же время, анкета, это свод индикаторов измерений определенных явлений или процессов, заложенных в основу каждого вопроса.

Вопросы в анкете объединяются в блоке по тематическому или проблемному принципу. «Объективку» (блок вопросов социально-демографических характеристик респондентов) целесообразно располагать либо в начале, либо в конце анкеты. В первом случае это объясняется необходимостью подготовить респондента на более сложные вопросы, во втором – усталостью после ответов на основные вопросы.

Большое значение имеют инструктивные указания по технике заполнения анкеты. Неправильно понятая техника заполнения анкеты может исказить социологическую информацию. Перед тем как начать анкетирование Вам необходимо чётко и конкретно разъяснить респонденту все нюансы по заполнению анкеты.



При составлении анкеты следует самое серьезное внимание обращать на графическое оформление: четкий шрифт, достаточное место для записи свободных ответов, стрелки-указатели переходов от вопроса-фильтра к другим вопросам и т.д.



Пишите вопросы, которые должны быть четкими, точными и относительно короткими.

Не используйте «нагруженные» или «наводящие» вопросы, а также неоднозначные или сложные вопросы.

При проведении опроса необходимо соблюдать следующие правила:

1. Не допускать своей интерпретации формулировки вопросов
2. Не оказывать давление на респондента, желая услышать удобный для вас ответ
3. Задавать вопросы в той же последовательности, которая предусмотрена анкетой.

2.2 Качественные методы исследований



Данный подраздел знакомит вас с фундаментальными элементами качественного подхода к исследованиям, чтобы помочь понять и овладеть качественными методами.

Ключевые моменты:

- Существуют разногласия по поводу того, что такое качественное исследование.
- Качественное исследование не поддается определению четкого набора линейных шагов.
- Как правило, это более открытая исследовательская стратегия, чем это обычно бывает с количественными исследованиями.
- Теории и концепции рассматриваются как результаты исследовательского процесса.
- Существует значительная обеспокоенность по поводу простого применения критериев надежности и достоверности, связанных с количественным исследованием, к качественному исследованию. Действительно, некоторые авторы предпочитают использовать альтернативные критерии, которые имеют параллели с надежностью и обоснованностью.
- Большинство качественных исследователей предпочитают смотреть на исследуемые предметы глазами участников исследования.

Наиболее распространенные качественные методы исследования:

Нестандартизированные интервью: лично задавать вопросы людям в беседах один на один (имеются различные виды).

Фокус-группы: задавание вопросов и их обсуждение в группе людей.

Наблюдения: запись того, что вы видели, слышали или встречали в подробных полевых заметках.

Визуальные техники анализа: новый и новаторский подход к качественным исследованиям, основанный на традиционных методах этнографии, используемых в антропологии и социологии.

Схема основных этапов качественного исследования

1. Формулирование общих исследовательских вопросов
2. Выбор соответствующей тематики, потенциальных респондентов и места
3. Сбор актуальных данных
4. Интерпретация данных
5. Концептуально-теоретическая работа
6. Написание выводов / заключений.

2.2.1 Различные виды интервью



Существует **три основных типа** исследовательских интервью: структурированные, полуструктурированные и неструктурированные.

Структурированные интервью – это, по сути, устные анкеты, в которых задается список заранее определенных вопросов с небольшими вариациями или без них и без возможности для последующих вопросов к ответам,

которые требуют дальнейшей проработки. Они, как правило, относятся к количественным методам исследования. По своей природе они допускают только ограниченные ответы участников и, следовательно, недостаточны, если требуется «глубина», понимание причин исследуемых явлений.

Полуструктурированные интервью – состоят из нескольких ключевых вопросов, которые помогают определить области, которые необходимо исследовать, но также позволяют интервьюеру или интервьюируемому выйти за их пределы, расширяться, углубиться, чтобы более подробно обсудить идею или ответ. Гибкость этого подхода, по сравнению со структурированными интервью, также позволяет обнаруживать или обрабатывать информацию, которая важна для участников, но, возможно, ранее исследовательской группой считалась неуместной.

Неструктурированные интервью – не отражают каких-либо предвзятых теорий или идей и проводятся с небольшой организационной структурой или без нее. Такое интервью может просто начинаться с вводного вопроса, как например: «Можете ли вы рассказать мне о своем опыте посещения мечети (церкви, храма)»? Затем будет «раскручиваться» тема исследуемой проблемы, в первую очередь, на основе первоначального ответа. Неструктурированные собеседования обычно занимают очень много времени (часто длятся несколько часов) и могут быть трудными для проведения и участия в них, поскольку отсутствие заранее определенных вопросов на собеседовании дает мало указаний, о чем говорить (что многие участники находят сбивающим с толку и бесполезным). Поэтому их использование обычно рассматривается только там, где требуется значительная «глубина», или, когда практически ничего не известно о предметной области (или требуется другой ракурс известной предметной области).

К разновидностям неструктурированных интервью относятся глубинные, нарративные, экспертные и другие виды.

Глубинное интервью – один из самых распространенных методов качественного исследования. Это личное интервью, которое проводится с одним респондентом за раз. Это чисто разговорный метод, который дает возможность получить подробные сведения от респондента.

Одно из преимуществ этого метода – прекрасная возможность собрать точные данные о том, во что люди верят и каковы их мотивации. Если исследователь имеет большой опыт, правильные вопросы могут помочь собрать значимые данные. Если понадобится дополнительная информация, исследователи должны задать такие вопросы, которые помогут им собрать больше информации.

Эти собеседования могут проводиться лично или по телефону и обычно могут длиться от получаса до двух часов или даже больше. Когда глубинное интервью проводится лицом к лицу, это дает лучшую возможность прочитать язык тела респондентов и сопоставить с ответами. Соответственно оно имеет большую степень соответствия действительности.

Экспертное интервью – это часто используемый вид интервью, поскольку имеет отношение к большинству исследовательских проектов. Обычно экспертные интервью проводятся с представителями, которые играют стратегическую роль в исследовании. Этот вид интервью требует некоторых предварительных знаний о предмете исследования, поскольку оно касается проверки гипотез, установления связей между другими элементами исследования, обеспечения стратегической совместимости и продвижения результатов исследования вперед.

Нарративное интервью – это вид интервью, предназначенный для получения качественной информации о различных социальных процессах и проблемах, об опыте каких-либо социальных групп с позиции отдельного человека. Интервью проводится в виде свободного рассказа, повествования о жизни респондента. Исследователь в нарративном интервью является организатором интервью, однако сам респондент определяет композицию, контекстуальные рамки, стиль и другие выразительные языковые средства повествования (нарратива). Цель нарративного интервью – выявить важные и ключевые события в жизни с позиции самого респондента, с тем чтобы, в конечном счете, достичь более глубокого понимания исследуемых феноменов. Нарративное интервью может использоваться для

изучения стиля жизни религиозных групп, изучения взаимодействия индивидуума и религиозной общины, для более глубокого понимания религиозной личности и ее развития



Ключевой вопрос интервью – это принятие решения о том, с кем стоит поговорить, и какой тип собеседования вы собираетесь использовать.

2.2.2 Фокус-группа

Фокус-группа – это групповое обсуждение определенной темы, организованное в исследовательских целях. Фокус-группы используются для получения информации о коллективных взглядах и значениях, лежащих в основе этих взглядов. Они также полезны для формирования глубокого понимания опыта и убеждений участников. Обычно они используются для объяснения сложных процессов.



Метод фокус группы (или, как его еще называют, фокусированное интервью) представляет собой по сути дела групповую дискуссию, в ходе которой выясняется отношение участников к тому или иному вопросу, событиям, явлениям и др.

Основная цель фокус-группы – найти ответы на вопросы «что», «почему», «как».

Организация фокус-групп

В первую очередь, необходимо **определиться с составом группы** – определите ключевые группы и лиц, с которыми вам нужно поговорить, в зависимости от того, что вам нужно выяснить. Имейте в виду, что вам следует попытаться привлечь широкий круг участников с разными взглядами и опытом.

Затем нужно **организовать место** – в идеале дискуссионная группа должна располагаться в месте, знакомом участникам, так как такое знакомство снижает беспокойство участника.

Следующий шаг – связаться со всеми потенциальными участниками, чтобы **пригласить их в группу**, рассказать, о чем идет речь, и проинформировать их о времени, месте и т. Д. Убедитесь, что у вас есть больше имен контактов, чем вам нужно для дискуссионной группы, так как некоторые люди могут отказаться от участия.

А также нужно найти фасилитатора / модератора.

Фасилитация / модерация фокус-группы – очень специфический навык. Группы, как известно, восприимчивы к динамике и их довольно сложно «контролировать», участники могут быть активными, могут быть пассивными. Самому исследователю сложно, проводя фокус-группу, следить за всеми организаторскими нюансами и можно упустить важные «инсайты» по изучаемой проблеме. Поэтому важно привлекать фасилитатора или модератора, чтобы коммуникация по изучаемой теме успешно состоялась: были бы услышаны голоса абсолютно всех участников.

Задачи фасилитатора / модератора

- При подготовке к дискуссии стоит иметь короткий список вопросов, идей и мыслей по теме – гайд фокус-группы. Список может быть полезен для начала обсуждения и обеспечения его непрерывности.
- Задавать актуальные и открытые вопросы, чтобы обсуждение было широким. Важно, чтобы в группе проводилось обсуждение, а не сеанс вопросов и ответов. Поэтому необходимо стараться избегать узких вопросов, на которые можно легко ответить без обсуждения.
- Поощрять групповое взаимодействие и участие. Все члены группы должны внести свой вклад в обсуждение. Стараться избегать доминирования одного или двух человек.

- Выявлять, фиксировать и развивать возникающие проблемы. Хороший фасилитатор должен выявлять проблемы, возникающие в ходе обсуждения, и пытаться заставить группу обсудить их более подробно.
- Стараться, чтобы обсуждение оставалось сосредоточенным на ключевых темах или проблемах.

Запись обсуждения

Должна вестись аудио и видеозаписи. Записи обсуждения важны для того, чтобы ничего не упустить при дальнейшем анализе.



Ценность фокус-групп состоит в том, что они позволяют узнать, что происходит, но не отвечают на вопрос, стоит ли с этим что-то делать.

Требования к фокус-группам

- Каждая фокус-группа может состоять из 4-10 человек.
- Идеальное время для фокус-группы – от 45 до 90 минут.
- Фокус-группы построены вокруг набора тщательно заданных вопросов – обычно не более 12 – но обсуждение идет в свободной форме. В идеале комментарии участников будут стимулировать и влиять на мышление и обмен мнениями других. Некоторые люди даже меняют свои мысли и мнения во время группы.
- Для получения достоверных результатов требуется более одной фокус-группы по любой теме – обычно не менее 3-4-х. Вы узнаете, что провели достаточное количество групп (с тем же набором вопросов), пока больше не услышите ничего нового, то есть достигли точки насыщения.
- Модератор фокус-группы способствует раскрытию информации в открытом и спонтанном формате. Задача модератора – сформировать максимальное количество различных идей и мнений от как можно большего числа разных людей за отведенное время.



Фокус-группа – это НЕ:

- **дебаты;**
- **групповая терапия;**
- **сеанс разрешения конфликтов;**
- **сеанс решения проблем;**
- **возможность сотрудничества;**
- **рекламная возможность;**
- **образовательная сессия.**

Разработка вопросов для фокус-группы

- Двенадцать – это максимальное количество вопросов для одной группы. Десять лучше, а восемь – идеально.
- У участников фокус-групп не будет возможности увидеть вопросы, которые им задают. Чтобы убедиться, что они понимают поставленные вопросы и могут полностью ответить на них, следует задавать следующие вопросы:
 - коротко и по делу
 - однозначно сформулировано
 - открытые типы или варианты завершения предложений
 - без угроз или смущения
 - сформулированы таким образом, чтобы на них нельзя было ответить простым ответом «да» или «нет» (вместо этого используйте «почему» и «как»).

Есть три типа вопросов для фокус-групп:

1. Вовлекающие вопросы: познакомьте участников с темой обсуждения и сделайте так, чтобы они освоились.

2. Исследовательские вопросы: переходите к сути обсуждения.
3. Выйти из вопроса: проверьте, не было ли что-то упущено в обсуждении.

Набор и подготовка участников

В идеальной фокус-группе всем участникам очень комфортно друг с другом, но никто из них не знает друг друга.

Однородность – ключ к максимальному раскрытию информации среди участников фокус-группы. При установлении критериев отбора для отдельных групп учитывайте следующее:

Пол. Будет ли комфортно и мужчинам, и женщинам обсуждать эту тему в смешанной гендерной группе?

Возраст. Насколько уместно было бы включение молодого человека в группу пожилых людей? Или наоборот?

Власть. Сможет ли учитель сделать откровенные замечания в группе, в которой его/ее директор также является участником?

Ключевые правила

1. Мы спрашиваем, Вы отвечаете, говорите, делитесь своим мнением.

Мы хотим, чтобы все участники были активными. Модератор может выбрать любого из вас для ответа на тот или иной вопрос, если он заметил, что вы пассивный.

2. Нет правильных или неправильных ответов.

Важны переживания и мнения каждого человека. Говорите, согласны вы или не согласны. Мы хотим услышать самые разные мнения.

3. Все сказанное останется здесь, анонимность гарантируется.

Мы хотим, чтобы люди чувствовали себя комфортно, когда возникают деликатные вопросы.

4. Фокус-группа будет записана на диктофон и/или видеозапись.

Мы хотим запечатлеть все, что вы говорите. Мы не называем никого по имени в нашем отчете. Вы останетесь анонимными.

2.2.3 Наблюдение

Наблюдение представляет собой способ сбора данных, когда исследователь должен погрузиться в обстановку, в которой находятся его респонденты, делая заметки или записи.

Существуют разные типы наблюдений, и необходимо проводить различие между ними:

1. Контролируемые наблюдения
2. Натуралистические наблюдения
3. Включенные наблюдения

Контролируемые наблюдения (обычно структурированные наблюдения), как правило, проводятся в лаборатории.

Натуралистическое наблюдение – это наблюдение **в естественной среде**. Исследователь просто записывает любым способом то, что видит.

Включенное наблюдение – это вид естественного наблюдения. Однако здесь исследователь присоединяется и становится частью группы. Это, в свою очередь, создает возможность глубже понять исследуемый объект.

Таблица №4

	ПЛЮСЫ	МИНУСЫ
Метод наблюдения	Может возникнуть глубокая и детальная картина	Полагается на наблюдателя, чтобы «точно» прочесть социальную реальность.
	Гибкий метод, который может реагировать на события / идеи, получать «инсайты» для	Трудно поддерживать роль наблюдателя

	проведения дальнейших исследований или моментов, которые ранее не рассматривались.	
	Дает исследователям понимание индивидуального и группового поведения и может позволить им сформулировать гипотезы, объясняющие такое поведение.	Может потребоваться значительный период времени

Ценность метода наблюдения заключается в том, что это дает возможность получить информацию об изучаемом объекте непосредственно и позволяет исследователю выступать в роли участника событий и описывать их, опираясь на собственное, а не чужое мнение.

Наблюдение важно при исследованиях закрытых социальных групп, в частности, религиозных. Опасность метода наблюдения может заключаться в том, что, чем дольше исследователь находится в тесном общении с объектом изучения, тем больше вероятностей уровень субъективизма в оценке происходящих событий и характеристик наблюдаемого объекта.

Процесс проведения социологического наблюдения включает в себя:

- дневник наблюдения, где будут фиксироваться его результаты в закодированной или общепонятной форме, а также действия наблюдателя и реакции объекта наблюдения;
- карточки для регистрации единиц наблюдения в строго формализованном и закодированном виде, которые составляются, исходя из предмета наблюдения, т.е. совокупности интересующих наблюдателя свойств (признаков) объекта (факторов его поведения) (этих карточек должно быть ровно столько, сколько единиц наблюдения);
- протокол наблюдения, обобщающий данные всех карточек;
- технические средства фиксации единиц наблюдения;
- программу обработки данных наблюдения.

На заключительном этапе проводится содержательный анализ собранной информации в соответствии с целями и задачами исследования.

Часть 3. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА

3.1 Рекомендации по расчетам выборки при проведении массовых опросов в регионах Казахстана

Общие практические рекомендации по организации и проведению массовых опросов были даны в предыдущем разделе. Здесь мы остановимся на наиболее сложном и практическом шаге – осуществлении выборки, с тем, чтобы обеспечить репрезентативность исследования.

Выборка

При проведении социологического исследования в подавляющем большинстве случаев нет возможности собрать данные у всех, кто обладает информацией по исследуемой проблеме. Как следствие, зачастую исследователи прибегают к различным методам выборки, ограничивая исследуемую совокупность до разумных размеров. То есть, вместо того, чтобы опрашивать, к примеру, всех казахстанцев по тому или иному вопросу, исследователь, используя выборку, может ограничить исследуемую совокупность лишь тысячей-парой тысяч человек.

Здесь возникает несколько важных вопросов. Во-первых, как сохраняется качество результатов при значительном сокращении числа опрошенных. Например, насколько действительно есть основания говорить за всех казахстанцев, когда исследователи опрашивают лишь 1000 человек.

Иными словами, исследовав приблизительно 0,001% от всего населения можно ли затем утверждать, что результаты релевантны также в оставшихся 99,999%? ДА, можно при условии, что выборка была репрезентативной.

Репрезентативная выборка

Репрезентативная выборка – это выборка, которая в полной мере отражает все важные характеристики генеральной совокупности. При этом генеральная совокупность – это все потенциальные участники исследования (потенциальные респонденты).

Выборочная совокупность – это совокупность тех, кто непосредственно принял участие в исследовании (в качестве респондента). То есть, в случае общереспубликанского исследования генеральная совокупность будет представлена всем совершеннолетним населением страны (на начало 2021 года – это будет 12 584 273 человека). Выборочная совокупность (те, кто действительно выступил респондентами) будет, скорее всего, составлять несколько тысяч человек (представляя примерно 0,01%-0,05% от генеральной совокупности).

Почему на ее основе можно будет делать заключения о генеральной совокупности?

Да, на основе выборки можно будет делать заключения при условии, что ВЫБОРКА БЫЛА ПРАВИЛЬНО ОРГАНИЗОВАНА.

В идеале это должна быть случайная выборка, в рамках которой каждому респонденту предоставляются равные шансы стать частью выборочной совокупности.

Случайная выборка

Как она организуется? Например, если у нас есть полный список ИИН всех совершеннолетних казахстанцев, то можно организовать выборку посредством случайного выпадения нужного количества ИИНов, именно обладатели этих номеров будут составлять выборочную совокупность (мы допускаем, что все эти люди легко доступны). Здесь важный момент, в рамках такой выборки ничего изначально не контролируется, к примеру, не отбирается конкретная доля женщин, пожилых людей, городских жителей или представителей казахской национальности. Всё это получается по итогам, благодаря закону больших чисел, идею которого в наиболее простом виде можно сформулировать следующим образом: чем больше размер выборки, тем результаты будут ближе к результатам генеральной совокупности.

Случайную выборку достаточно высокой степени точности (Доверительный интервал $\pm 3\%$) можно получить, опросив около 1500 человек. При этом, размер выборки не будет серьезно меняться даже при значительном росте размера генеральной совокупности. Иными словами, случайная выборка в 1500 будет актуальна и для генеральной совокупности в 100 тысяч, и для генеральной совокупности в 100 миллионов человек.

Вернемся к нашему примеру с ИИНами. Допустим, что случайным образом было отобрано 1500 номеров. Однако, далее часть потенциальных участников отказалась участвовать в опросе. На основе знания их ИИНов у исследователей появляется возможность проверить, нет ли чего-то систематического в отказах. Опираясь на небольшое количество информации, заложенной в ИИН, можно сказать, что представители определенной социально-демографической группы чаще ожидаемого избегают участия в исследовании. Так, у случайной выборки есть еще одно важное достоинство – она позволяет изучать не только участников опроса, но также тех лиц, что отказались участвовать.

Таковы плюсы случайной выборки. Однако, у нее имеется ряд минусов. Основной недостаток случайной выборки – это высокая стоимость. Даже на примере с ИИН видно, насколько тяжело организовать подобную выборку. Другой важный минус – это высокие требования к изначальным данным (например, нужно иметь базу номеров ИИН всего совершеннолетнего населения страны). Поэтому в реальности исследователи комбинируют элементы случайной и неслучайной выборки.

Одной из наиболее популярной версии неслучайной выборки будет квотная. Например, можно квотировать население по регионам и/или населенным пунктам, а внутри населенных пунктов выстраивать механические (шаговые) выборки домохозяйств, и уже внутри домохозяйств проводить случайный отбор (например, отбирая людей по ближайшей дате рождения).

Здесь мы сталкиваемся с еще одной проблемой случайной выборки – это достаточно сложная для восприятия процедура. Интервьюерам, которые будут ее реализовывать на практике, и респондентам, которые будут отвечать на вопросы анкеты, может достаточно сложно будет воспринимать алгоритм действий (особенно при непонимании сути конечного результата). Поэтому рассмотрим альтернативу случайной выборки в виде квотной. Выборки, в рамках которой мы отказываемся от преимуществ случайного отбора, чтобы упростить и облегчить процесс получения данных. В качестве альтернативы была выбрана квотная выборка – один из наиболее популярных методов построения выборки в казахстанской социологии.

Квотная выборка

В квотной выборке, в отличие от случайной, исследователь заранее создает дизайн выборки так, чтобы она повторила по ряду параметров характеристики генеральной совокупности. Если при случайном отборе повторение выборки генеральной совокупности происходило случайно при достижении определенного размера выборки, то в случае квотной всё изначально рассчитано и заложено в основу выборки.

В этом плане, квотная выборка изначально серьезно уступает случайной, поскольку здесь нет равных шансов попадания в выборку для всех потенциальных респондентов. Однако, провести исследование по заранее заданным квотам значительно проще и дешевле.

На первом этапе необходимо определиться с квотами. При выборе параметров для квотирования нужно держать в голове как минимум два условия.

Во-первых, параметр должен был важным. То есть, мы должны иметь четкое представление, как данный параметр может влиять на результаты будущего опроса. Если, например, мы планируем проводить опрос по теме семейно-бытового насилия, то неплохо опросить как мужчин, так и женщин. В идеале нужно, чтобы пропорции женщин и мужчин в рамках исследования повторили пропорции распределения женщин и мужчин в генеральной совокупности. Так, пол становится крайне важным параметром, на основе которого необходимо квотировать выборку.

Во-вторых, данные по параметру, на основе которого планируется провести квотирование, должны быть доступны. Например, нам сложно квотировать по уровню образования, поскольку у нас нет на руках надежной статистики по всем населенным пунктам о том, сколько жителей с каким уровнем образования в них проживает. Следовательно, рассчитать точные квоты сложно.

Зачастую при квотировании опираются на данные социально-демографической статистики, предоставляемой Бюро национальной статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан (далее БНС МНЭ РК).

В данном методическом пособии мы также будем опираться на данные БНС МНЭ РК и квотировать выборку по следующим параметрам: место проживания (областной центр / область), пол, возраст, национальность. Для расчётов будут использоваться социально-демографические данные БНС МНЭ РК на начало 2021 года.

Процедура осуществления квотной выборки по регионам

Прежде всего, разберемся с квотами по регионам. Для этого мы делим численность всех совершеннолетних (18 и более лет) по каждому региону на общую численность совершеннолетних по Республике (фактические значения и процентные доли приведены в таблице 5). Всего в стране проживает 12 584 273 граждан Казахстана в возрасте от 18 лет и старше. Например, для расчета показателя по Ақмолинской области мы делим 529002 человека (число совершеннолетних жителей Ақмолинской области) на 12 584 273, получаем 4,2037%. Такие расчеты мы производим по всем регионам.

Таблица №5. Численность совершеннолетнего населения и процентные доли в разрезе регионов

№	Регион	Численность	Доля, в %
1	Ақмолинская область	529 002	4,2037
2	Ақтөбинская область	594 468	4,7239
3	Алматынская область	1 324 467	10,5248
4	Атырауская область	403 783	3,2086
5	Западно-Казахстанская область	457 472	3,6353
6	Жамбылская область	696 933	5,5381
7	Карагандинская область	990 626	7,8719
8	Костанайская область	657 560	5,2253
9	Қызылординская область	499 517	3,9694
10	Мангистауская область	428 440	3,4046
11	Павлодарская область	549 340	4,3653
12	Северо-Казахстанская область	409 296	3,2524
13	Туркестанская область	1 154 955	9,1778
14	Восточно-Казахстанская область	994 750	7,9047
15	г.Нур-Султан	785 937	6,2454
16	г.Алматы	1 449 537	11,5186
17	г.Шымкент	658 190	5,2303
	Всего по Казахстану:	12 584 273	100,00

Затем нам нужно рассчитать доли по проживанию областной центр / область, возрасту и полу.

Так как выборка осуществляется на основании данных БНС МНЭ РК на начало календарного года, в данном методическом пособии для примера возьмем данные лишь по

одному из регионов. В дальнейшем по этому алгоритму можно будет осуществлять квотную выборку во всех регионах.

Итак, представляем алгоритм расчета квотной выборки на примере региона, представленного в социально-демографических данных первым – Акмолинской области.

Расчет квотной выборки: на примере Акмолинской области

Для начала распределим данные по возрасту. Для этих целей мы берем данные БНС МНЭ РК и агрегируем их в несколько возрастных интервалов: 18-24 года, 25-34 года, 35-44 года, 45-54 года, 55-64 года, 65 лет и более. Это сделано для упрощения. Можно рассчитать квоты для каждого года по отдельности, однако, в этом будет смысл только при очень больших выборках (в десятки тысяч респондентов). Далее добавляем к возрастным когортам распределение по полу и месту проживания (город/село). Итоговое распределение данных выглядит следующим образом (смотрите таблицу 6). Итак, распределив данные, мы видим, сколько людей определенного пола и возраста проживает в городской или сельской местности Акмолинской области.

Таблица №6. Распределение совершеннолетнего населения Акмолинской области в разрезе город/село, возраст и пол

Возраст	Город		Село	
	мужчины	женщины	мужчины	женщины
18-24	13 598	12 863	17 265	15 859
25-34	26 450	26 151	30 480	25 606
35-44	23 603	24 363	27 836	26 500
45-54	19 503	23 235	25 152	25 351
55-64	17 841	24 417	23 219	24 786
65 и более лет	11 853	24 906	14 334	23 831

Нужно учитывать, что городское население представлено как жителями областного центра Кокшетау, так и городами районного значения (Атбасар, Акколь, Степногорск, Щучинск и т.д.). Возможно, имеет смысл поделить представителей этих групп (пока они представлены как единое городское население). Однако, для того, чтобы осуществить данное разделение исследователю важно иметь точное предположение, объясняющее, в чем заключается принципиальная разница между этими двумя группами городских жителей. Если такое предположение сделано, и оно обосновано, то разделение город/село необходимо дополнить, отделив жителей областного центра от остального городского населения (Таблица 7).

Таблица №7. Распределение совершеннолетнего населения Акмолинской области в разрезе Кокшетау/город районного значения/село, возраст и пол

Возраст	Кокшетау		Города районного значения		Область (без областного центра)	
	мужчины	женщины	мужчины	женщины	мужчины	женщины
18-24	5976	5958	7 622	6 905	17 265	15 859
25-34	13334	14561	13 116	11 590	30 480	25 606
35-44	10269	10980	13 334	13 383	27 836	26 500
45-54	8351	10800	11 152	12 435	25 152	25 351
55-64	7816	10972	10 025	13 445	23 219	24 786
65 и более лет	4673	10029	7 180	14 877	14 334	23 831
Итого	529002					

Таблицу 7 мы представили, как если бы мы, действительно, выделили категорию города районного значения в отдельный параметр. При проведении исследований в регионах,

необходимо учитывать специфику темы и необходимость принятия во внимание типов населенных пунктов.

Далее мы превращаем эти данные в процентные доли (таблица 7). Алгоритм действий прост: мы делим данные по каждой ячейке на общее значение по области. В итоге получаем процентную долю в каждой ячейке (таблица 7). Алгоритм показан на рисунке 1.

Рисунок №1. Алгоритм расчета процентных долей по каждой ячейке

	Кокшетау		Города районного значения		Село	
Возраст	мужчины	женщины	мужчины	женщины	мужчины	женщины
18-24	5976	5958	7 622	6 905	17 265	15 859
25-34	13334	14561	13 116	11 590	30 480	25 606
35-44	10269	10980	13 334	13 383	27 836	26 500
45-54	8351	10800	11 152	12 435	25 152	25 351
55-64	7816	10972	10 025	13 445	23 219	24 786
65 и более лет	4673	10029	7 180	14 877	14 334	23 831
Итого	529002					

$$5976/529002*100\%=1,13\%$$

Произведем расчет квоты, согласно заданному алгоритму, представленный в нижеследующей таблице.

Таблица 8. Процентные доли (квоты) по каждому социально-демографическому параметру

	Кокшетау		Города районного значения		Село	
Возраст	мужчины	женщины	мужчины	женщины	мужчины	Женщины
18-24	1,130	1,126	1,441	1,305	3,264	2,998
25-34	2,521	2,752	2,479	2,191	5,762	4,840
35-44	1,941	2,076	2,521	2,530	5,262	5,009
45-54	1,579	2,042	2,108	2,351	4,755	4,792
55-64	1,477	2,074	1,895	2,542	4,389	4,685
65 и более лет	0,883	1,896	1,357	2,812	2,710	4,505
Итого	100,000					

Следующий важный параметр – это этническая принадлежность. Для упрощения расчетов при создании квот будут фиксироваться лишь три группы: казахи, русские и другие (агрегированный показатель для представителей других этносов). Рассчитывать долю представителей по каждой этнической группе нет смысла, поскольку они имеют шанс получить реальное представительство только в случае сверхбольших выборок.

Рассмотрим это на примере украинцев в Акмолинской области. Согласно официальным данным БНС МНЭ РК, в области проживает 30411 украинцев, что кажется относительно большой цифрой. Однако, численность совершеннолетнего населения в области составляет 529002 человека. Доля украинцев в выборке – чуть более 5% (это принимая во внимание тот факт, что численность украинцев была представлена полностью, а не только совершеннолетним населением и по факту она будет ниже). Получается, что при выборке в 1000 человек, чуть менее полусотни украинцев должны попасть в выборку. Это небольшая группа, чтобы включать ее как один из параметров квотирования (нарушается условие по доступности данных). В качестве порогового критерия можно остановиться на доле в 10 и более %.

Учитывая обозначенный порог нужно понимать, что разделение на «казахи, русские и другие» актуально в северных, центральных, западных и восточных регионах. В некоторых южных областях больше смысла будет разделять выборочную совокупность на «казахов, узбеков и других» или на «казахов, узбеков, русских и других».

Однако, вернемся к расчетам по Акмолинской области. Нам известно, что распределение населения в этническом разрезе в городе Кокшетау и в остальных населенных пунктах области выглядит следующим образом (таблица 9). Напомним, что данные получены от БНС МНЭ РК (на основе этих данных мы рассчитали процентные доли по представителям различных этнических групп в Кокшетау и в пределах Акмолинской области за исключением областного центра).

Таблица №9

	Казахи	Русские	Другие национальности
Кокшетау	58,72	28,87	12,41
Акмолинская область (без Кокшетау)	50,45	33,23	16,32

Наконец, нам необходимо объединить все полученные данные, перемножив между собой процентные доли по этническим группам, на процентные доли по другим параметрам, представленные в таблице 9. То есть, для расчета доли мужчин-казахов в возрасте 18-24 года в городе Кокшетау, мы перемножаем между собой следующие данные:

0,5872 (доля казахов в Кокшетау) * 0,0113 (доля мужского населения в возрасте 18-24 года) ≈ 0,00663.

Вся таблица выглядит следующим образом (Таблицы 10а,б,с – данные представлены в %).

Таблица №10а. Рассчитанные параметры для построения квотной выборки по казахам, Акмолинская область

	Кокшетау		Другие города		Сельское население	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
18-24	0,66338	0,66138	0,72690	0,65852	1,64653	1,51245
25-34	1,48017	1,61637	1,25085	1,10532	2,90682	2,44200
35-44	1,13993	1,21886	1,27164	1,27631	2,65467	2,52726
45-54	0,92702	1,19887	1,06355	1,18590	2,39870	2,41768
55-64	0,86763	1,21797	0,95607	1,28223	2,21436	2,36380
65 и более лет	0,51874	1,11329	0,68474	1,41879	1,36701	2,27272

Таблица №10б. Рассчитанные параметры для построения квотной выборки по русским, Акмолинская область

	Кокшетау		Другие города		Сельское население	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
18-24	0,32609	0,32510	0,47879	0,43375	1,08453	0,99621
25-34	0,72758	0,79453	0,82390	0,72804	1,91464	1,60848
35-44	0,56034	0,59913	0,83759	0,84067	1,74856	1,66463
45-54	0,45568	0,58931	0,70053	0,78112	1,57996	1,59246
55-64	0,42649	0,59870	0,62973	0,84457	1,45853	1,55697
65 и более лет	0,25499	0,54724	0,45102	0,93452	0,90041	1,49698

Таблица №10с. Рассчитанные параметры для построения квотной выборки по представителям других национальностей, Акмолинская область

	Кокшетау		Другие города		Сельское население	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
18-24	0,14021	0,13979	0,23514	0,21302	0,53263	0,48926

25-34	0,31285	0,34164	0,40464	0,35756	0,94032	0,78996
35-44	0,24094	0,25762	0,41136	0,41287	0,85876	0,81754
45-54	0,19593	0,25339	0,34405	0,38363	0,77595	0,78209
55-64	0,18338	0,25743	0,30928	0,41479	0,71632	0,76466
65 и более лет	0,10964	0,23530	0,22151	0,45896	0,44221	0,73520

Именно в этот момент мы получили основу, на которой будут строиться последующие выборки.

Принимая в расчет данные процентные доли, выборка по области на 1000 человек будет выглядеть следующим образом. Для этих целей мы просто перемножаем долю в каждой ячейке на 1000, затем делим на 100(%) и округляем до целых чисел (смотрите таблицы 11a,b,c).

Таблица №11a. Количество респондентов – казахов, согласно квоте на 1000 человек (524 человека)

	Кокшетау		Другие города		Сельское население	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
18-24	7	7	7	7	16	15
25-34	15	16	13	11	29	24
35-44	11	12	13	13	27	25
45-54	9	12	11	12	24	24
55-64	9	12	10	13	22	24
65 и более лет	5	11	7	14	14	23

Таблица №11b. Количество респондентов – русских, согласно квоте на 1000 человек (323 человека)

	Кокшетау		Другие города		Сельское население	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
18-24	3	3	5	4	11	10
25-34	7	8	8	7	19	16
35-44	6	6	8	8	18	17
45-54	5	6	7	8	16	16
55-64	4	6	6	8	15	16
65 и более лет	3	5	5	9	9	15

Таблица №11c. Количество респондентов – представителей другой национальности, согласно квоте на 1000 человек (153 человека)

	Кокшетау		Другие города		Сельское население	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
18-24	1	1	2	2	5	5
25-34	3	3	4	4	9	8
35-44	2	3	4	4	9	8
45-54	2	3	3	4	8	8
55-64	2	3	3	4	7	8
65 и более лет	1	2	2	5	4	7

Итак, представляем итоговую квотную выборку на 1000 респондентов Акмолинской области.

Таблица №12

Акмолинская область						
	Кокшетау		Другие города		Село	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Казахи (524)						
18-24	7	7	7	7	16	15
25-34	15	16	13	11	29	24
35-44	11	12	13	13	27	25
45-54	9	12	11	12	24	24
55-64	9	12	10	13	22	24
65 и более лет	5	11	7	14	14	23
ВСЕГО:	56	70	61	70	132	135
Русские (323)						
18-24	3	3	5	4	11	10
25-34	7	8	8	7	19	16
35-44	6	6	8	8	18	17
45-54	5	6	7	8	16	16
55-64	4	6	6	8	15	16
65 и более лет	3	5	5	9	9	15
ВСЕГО:	28	34	39	44	88	90
Представители других национальностей (153)						
18-24	1	1	2	2	5	5
25-34	3	3	4	4	9	8
35-44	2	3	4	4	9	8
45-54	2	3	3	4	8	8
55-64	2	3	3	4	7	8
65 и более лет	1	2	2	5	4	7
ВСЕГО:	11	15	18	23	42	44
ИТОГО:	95	119	118	137	262	269

Таким образом, представленная на примере Акмолинской области квотная выборка может быть образцом для расчета последующих выборок для всех регионов Казахстана для проведения исследований на основе метода массового опроса.

3.2 Практические рекомендации по применению качественных методов исследования в регионах

Чтобы использование качественных методов в рамках исследования было успешным, при наличии разработанного и апробированного гайда и правильно отобранных респондентов из числа целевых групп, необходимо выполнить ряд условий.

1. Нужно всегда помнить, что проведение качественных методов – это часть исследования, на основе которых будет получена информация, которая в последующем должна быть квалифицированно обработана и проанализирована (написан отчет, выдвинуты рекомендации и т.п.). Иногда полученная таким образом информация является единственной, и

поэтому особенно требуется высокая степень ответственности к проведению исследования с помощью качественных методов.

2. Поскольку гайд, наряду с анкетой, относится к социологическому инструментарию, его логика, структура заточена под план будущего отчета. Поэтому нецелесообразно в момент проведения качественного метода менять местами блоки вопросов, необоснованно «скакать» с вопроса на вопрос. Это усложнит последующую обработку результатов (транскриптов) интервью и фокус-групп, задержит написание отчета.

3. Интервьюеру нужно развивать в себе искусство задавать вопросы. Способность задавать дополнительные и уточняющие вопросы респондентам основана на опыте и постоянном самообразовании интервьюера. Специалист (даже если он не социолог), который задает вопросы в интервью или проводит фокус-группу, должен быть в курсе предмета своего изучения, знать актуальные аспекты ситуации, в целом, иметь широкий кругозор, чтобы суметь ответить на встречные вопросы или комментарии респондентов (вне гайда).

4. Гайды для фокус-групп и экспертных интервью чаще всего носят структурированный, но в то же время полуформализованный характер. Конечно, это не спонтанная беседа, поэтому нужно внимательно слушать ответы, а не просто «прогонять» гайд, не вдумываясь в то, что говорит/говорят респонденты, надеясь, что идет аудиозапись и при расшифровке информация будет получена в любом случае. Внимательное выслушивание позволит задавать наводящие вопросы, которые будут способствовать получению расширенной или уточняющей информации. Проведение качественного исследования требует от исследователя высокой степени чувствительности, интуиции и реакции, а также точности в формулировках вопросов.

5. Исследователь должен с уважением относиться к респондентам, даже если они не являются экспертами. Не нужно пытаться доминировать над группой, пытаться навязать свое мнение. Нужно терпеть все неточности, которые, возможно, будут у респондентов, а эмоциональные выпады стараться неагрессивно купировать, не доводя до открытых конфликтов. В случае если респондент (а это может быть как в отдельном интервью, так и во время фокус-группы) попытается навязать свое мнение (иногда это может быть довольно грубо), нужно быть готовым к подобным случаям и постараться переломить ситуацию (дать слово другому человеку из группы; перейти к следующему вопросу; сделать аккуратное замечание; в крайнем случае – попросить покинуть группу или закончить интервью).

6. Для проведения качественных методов необходимо иметь специальные записывающие устройства (диктофоны). В связи с этим, перед проведением фокус-группы или интервью необходимо проверить устройство – в рабочем ли оно состоянии, заряжены ли батарейки. Если есть возможность, то лучше иметь два устройства для непредвиденных ситуаций. В этой связи, следует отметить, что запись на телефон, как на основное устройство, возможна, но не рекомендуется, но телефон можно использовать в качестве дополнительного (страховочного) устройства.

7. Типовая структура расходов на проведение фокус-группового обсуждения включает следующие статьи⁶:

Таблица №13

Статьи расходов	Количество	Примерная стоимость, тг. (за одного человека/час)
Рекрутинг участников	От 4 до 10 человек	500-1000
Вознаграждение участников	От 4 до 10 человек	1000-3000
Модерирование группой	1 группа	От 15 000
Помощник	1 группа	5000
Аренда помещения	2 часа	От 5000
Угощение участникам	2 часа	От 3000
Расходные материалы (батарейки, бумага,	-	5000

⁶ Данные представлены экспертами на начало 2021 года и носят рекомендательный характер

карандаши/ручки и т.п.)		
Услуги транскрибатора (казахский или русский язык)	постранично	По договоренности

8. Типовая структура расходов на проведение экспертного интервью включает следующие статьи:

Таблица №14

Статьи расходов	Примерная стоимость, тг. (за одного человека/час)
Вознаграждение эксперту/представительские расходы	От 3000
Услуги интервьюера	От 10 000
Расходные материалы (батарейки, бумага, карандаши/ручки и т.п.)	3000
Услуги транскрибатора (казахский или русский язык)	По договоренности

3.3 Рекомендации по проведению фокус-групповых исследований в регионах среди молодежи

В качестве темы *фокус-группового исследования* в регионах предлагаем взять «Отношение молодежи к религии и светскости».

Таким образом, *целевой группой является региональная молодежь*. При этом согласно законодательству, к молодежи в Казахстане относятся лица в возрасте от 14 до 29 лет.⁷ Это генеральная совокупность, из которой должны быть выделены объекты для изучения и подобрана соответствующая выборочная совокупность. Стоит заметить, что подробные описания молодежи на основе социально-демографических показателей (пол, возраст, этнический признак, образование, семейное положение, наличие и количество детей, доход и др.) нужны в большей степени для проведения исследований с помощью количественных методов, для которых рассчитывается соответствующая выборка опроса.

В случае проведения качественного исследования уместным представляется принимать во внимание, прежде всего, возрастной параметр, предполагающий деление всего объема молодежи на возрастные когорты. Предлагаем (на основе имеющегося исследовательского опыта) для фокус-групповых обсуждений выделить три группы. Обращаем внимание, что в этой классификации, помимо возрастного фактора учитывается и социальный статус молодых людей (учащиеся-работающие):

- 14-17 лет включительно (условно «школьники»);
- 18-23 лет включительно (условно «студенты»);
- старше 24 лет (условно «работающая молодежь»).

Это деление на группы основано на том подходе, что при проведении фокус-групповых дискуссий (далее – ФГД) нельзя/нецелесообразно смешивать на одном мероприятии (ФГД) младшие (14-17 лет) и старшие (25-29 лет) группы. При этом в младшей группе (14-17 лет) гайд фокус-групп должен быть облегчен в силу возрастной специфики, связанной с недостаточностью/неполнотой собственного представления о религии и светскости у респондентов этой группы. Представители группы 18-23 лет могут быть опрошены отдельно, но для них особый гайд не требуется.

Следует отметить, что данная классификация позволит охватить значительную часть молодежи. При этом неохваченной обследованием может оказать группа неучащейся-неработающей молодежи (NEET). Однако, выделять ее как отдельную целевую группу для проведения фокус-групп является нецелесообразным, поскольку обсуждение религиозной тематики быстро может быть сведено к обсуждению общих социальных проблем (безработица,

⁷ О Концепции государственной молодежной политики Республики Казахстан до 2020 года "Казахстан 2020: путь в будущее" <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1300000191>

трудоустройство, коррупция, низкие доходы, жилищные проблемы и т.п.). Поэтому целесообразно рассматривать NEET как подгруппу в группах «студенты» и «работающие» и включать ее в состав фокус-групп на возрастных основаниях.

В областях обязательным условием для определения числа фокус-групп в одном проекте является пропорция городского и сельского населения. Так, если область урбанизированная (например, Мангистауская), то число групп в городах выше, чем в селах, и, наоборот, в областях с большинством сельского населения (например, Алматинская, Туркестанская) должно быть проведено больше сельских групп. При этом при наборе участников важно учитывать возрастные особенности респондентов, о которых было сказано выше. Кроме того, обязательным условием должен быть учет гендерного признака: если это не определено задачами исследования, по которым нужно опросить отдельно юношей и девушек, то правильным является участие в каждой ФГД примерно равного числа представителей двух полов.

Существенным для проведения фокус-групповых обсуждений среди молодежи (впрочем, как и для взрослого населения) может являться фактор того, является ли респондент постоянно практикующим верующим («истинно верующий») или не имеющим постоянного религиозного опыта (соблюдающим только внешние атрибуты веры). В этом случае правильно не смешивать эти две группы респондентов в одной ФГД. Для практикующих верующих более результативным может быть формат мини-фокус-группы (реег-группы), в каждой из которых участвует не более 4 человек и на которых можно обсудить религиозные вопросы более углубленно. Для всех остальных категорий молодежи достаточным представляется участие не более 8-10 человек в группе.

В целом, поскольку предполагаемые ФГД будут носить специализированный характер (религиозная тематика), при наборе групп необходимо придерживаться такого подхода, чтобы состав участников не спровоцировал обсуждение социальных проблем респондентов и, соответственно, не наблюдался бы уход от темы религий. Конечно, этот аспект связан с опытностью модератора, его умением следить за групповой динамикой, но чаще всего это происходит тогда, когда в группе более половины респондентов окажется из числа социально слабо защищенных слоев общества. Поэтому требования к составу каждой ФГД заранее передаются рекрутеру и в дальнейшем строго контролируются. Например, на ФГД по оценке общественно-политической ситуации должно присутствовать не более двух безработных и не более двух пенсионеров. Это делается не для дискриминации данных категорий населения, а для того, чтобы в итоге не оказалось, что их проблемы перевесили проблемы и вопросы всех других групп населения.

Что касается требования, чтобы участники ФГД не были знакомы друг с другом, то это важное правило для проведения групповых обсуждений, которого желательно придерживаться. Однако, могут быть исключения. Например, если исследование проходит в сельской местности или среди представителей одной общины (жамаата). Очевидно, что выполнить описанное требование не представляется возможным. В этом случае, необходимо следить за тем, чтобы участники ФГД не были представителями одной семьи или не были соседями. При этом, в городах приглашение людей, незнакомых друг с другом, обеспечить гораздо легче.

ВАЖНО! Фокус-групповые обсуждения предназначены для исследовательских целей, это метод качественной социологии. Ни в коем случае, нельзя использовать его для агитационных и пропагандистских целей! Это не часть работы информационно-пропагандистских групп. К тому же с учетом особенностей целевой группы (лица от 14 лет) нельзя допускать, чтобы по итогам обсуждений у молодежи, особенно у самой молодой подгруппы, сформировалось нездоровое (эмоционально окрашенное) отношение к теме религий – от внезапного острого интереса до категорического отрицания.

Еще одной важной деталью является то, что исследования с несовершеннолетними проводятся в обязательном присутствии их законного представителя, а при необходимости –

психолога, педагога. Необходимо соблюдать этические стандарты для исследований, касающихся детей.⁸

3.3.1 Примерные гайды фокус-групповых исследований среди молодежи для регионов Казахстана с учетом возрастных особенностей

Примерный гайд фокус-групповой дискуссии (ФГД) с представителями младших молодежных групп (14-17 лет)

Знакомство.

1. Здравствуйте! Меня зовут _____. Я работаю в _____. Наша организация проводит исследование по теме _____.

Сегодня мы собрались на фокус-групповое обсуждение, которое является частью исследования. Наше обсуждение будет записываться на аудионоситель. Вы не должны беспокоиться, данная запись нигде не будет транслироваться/публиковаться. Она является только вспомогательным материалом для нас, когда мы будем писать обобщенный отчет.

2. Объяснение правил дискуссии:

- чувствовать себя свободно, не стесняться пить чай/кофе, угощаться печеньем;
- говорить громко, четко и по одному, так как тихие, неразборчивые голоса плохо поддаются расшифровке;
- на группе не существует правильных или неправильных ответов и мнений, каждое уникально и одинаково важно для исследовательских целей;
- при возникновении спора или диалога, необходимо выслушать собеседника, а затем высказать свое мнение, не перебивая.

3. Представление участников группы: имя, возраст, в каком классе учатся.

Вводная часть. Итак, давайте начнем обсуждение вашего отношения к вопросам религии и светскости.

Как вы все знаете, статья 1 Конституции РК говорит: «Республика Казахстан утверждает себя демократическим, **светским**, правовым и социальным государством, высшими ценностями которого являются человек, его жизнь, права и свободы»⁹. При этом согласно статьи 22 Конституции гражданам страны обеспечена свобода совести, т.е., право каждого человека придерживаться любых убеждений, включая религиозные и нерелигиозные, атеистические и другие¹⁰. Т.е., в Казахстане есть свобода вероисповедания, и любой человек сам может решать – верить ему в Бога или нет, а основной принцип нашей жизни – это мир и согласие между представителями разных религий.

Конечно, тема может быть немного сложная для разговора, но как, я уже говорил/-а раньше, в нашем обсуждении нет правильных и неправильных ответов, мы бы хотели, чтобы вы все высказались по тем вопросам, которые сейчас будут заданы.

ОСНОВНОЙ ВОПРОС/ТЕМА	ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
Расскажите о значении религии в вашей жизни	<ul style="list-style-type: none">– Интересны ли вам религиозные темы, темы о Боге – да или нет? Объясните свой ответ.– Что такое, по вашему мнению, быть религиозным человеком? Есть ли у него какие-то особые обязанности?– Есть ли в вашем окружении религиозные люди? В чем выражается их

⁸ См., напр. Руководство по проведению оценки потребностей детей группы риска. Казахстан, 2007. – с. 13-15.

⁹ Конституция Республики Казахстан (принята на республиканском референдуме 30 августа 1995 года) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 23.03.2019 г.) // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1005029

¹⁰ Комментарий Подопригора Р.А. к ст.22 Конституции Республики Казахстан // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=38602023

	<p>религиозность/вера в Бога?</p> <p>– А есть ли в вашем окружении люди, которые называют себя атеистами? В чем выражается то, что они атеисты?</p> <p>– Как уже сказано раньше, Казахстан – это светское государство. А что вы понимаете под словом «светское», что он для вас значит?</p> <p>МОДЕРАТОР! Если ответов респондентов не будет, дать определение светского государства. Например, «Светское государство – это такое государство, в котором религия и государственная власть разделены и не вмешиваются в дела друг друга». ПОПРОБОВАТЬ ОБСУДИТЬ!</p> <p>- Вам понятно это определение?</p> <p>- Вы поддерживаете такой принцип/подход? Почему?</p>
Религиозные практики / Религиозная грамотность	<p>– Говорите ли вы в семейном кругу на религиозные темы? Одобряете ли вы подобные разговоры? Дают ли они вам что-то ценное/полезное?</p> <p>– Отмечаете ли вы в семье религиозные праздники? Как вы это делаете, как это происходит?</p> <p>– В вашем окружении часто ли используются такие выражения, как «Слава Богу!», «Не дай Бог!», «Кудай сактасын!»? Почему люди, по вашему мнению так говорят?</p> <p>– С кем вы обсуждаете религиозные вопросы чаще всего? С родителями? С другими родственниками (дедушки-бабушки; братья-сестры, дяди-тети)? Друзьями, одноклассниками?</p> <p>– Ходите ли вы в мечеть / церковь? Сами или с родителями?</p> <p>– Хотелось бы вам получать больше религиозных знаний, информации? От кого бы вы хотели получать эти знания?</p> <p>– Ввели ли у вас школе предмет «Светскость и основы религиоведения»? Как вы его оцениваете? Была ли полезной полученная по итогам обучения информация?</p>

Большое спасибо за участие в нашем исследовании!

**Примерный гайд фокус-групповой дискуссии (ФГД)
с представителями старших молодежных групп (18-29 лет)**

Знакомство.

1. Здравствуйте! Меня зовут_____. Я работаю в_____. Наша организация проводит исследование по теме_____.

Сегодня мы собрались на фокус-групповое обсуждение, которое является частью исследования. Наше обсуждение будет записываться на аудионоситель. Вы не должны беспокоиться, данная запись нигде не будет транслироваться/публиковаться. Она является только вспомогательным материалом для нас, когда мы будем писать обобщенный отчет.

2. Объяснение правил дискуссии:

- чувствовать себя свободно, не стесняться пить чай/кофе, угощаться печеньем, так как после рабочего дня нужно подкрепиться;
- говорить громко, четко и по одному, так как тихие, неразборчивые голоса плохо поддаются расшифровке;
- на группе не существует правильных или неправильных ответов и мнений, каждое уникально и одинаково важно для исследовательских целей;
- при возникновении спора или диалога, необходимо выслушать собеседника, а затем высказать свое мнение, не перебивая.

3. Представление участников группы: имя, возраст, работа-учеба, семейное положение.

Вводная часть. Итак, давайте начнем обсуждение вашего отношения к вопросам религии и светскости.

Как вы все знаете, статья 1 Конституции РК говорит: «Республика Казахстан утверждает себя демократическим, **светским**, правовым и социальным государством, высшими ценностями которого являются человек, его жизнь, права и свободы»¹¹. При этом согласно статьи 22 Конституции гражданам страны обеспечена свобода совести, т.е., право каждого человека придерживаться любых убеждений, включая религиозные и нерелигиозные, атеистические и другие¹². Т.е., в Казахстане есть свобода вероисповедания, и любой человек сам может решать – верить ему в Бога или нет, а основной принцип нашей жизни – это мир и согласие между представителями разных религий.

Конечно, тема может быть немного сложная для разговора, но, как я уже говорил/-а раньше, в нашем обсуждении нет правильных и неправильных ответов, мы бы хотели, чтобы вы все высказались по тем вопросам, которые сейчас будут заданы.

ОСНОВНОЙ ВОПРОС/ТЕМА	ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
Расскажите о значении религии в Вашей жизни	<ul style="list-style-type: none"> – Интересуетесь ли вы вопросами религии, близки ли они вам? – Что такое, по вашему мнению, быть религиозным человеком? Какими чертами такой человек должен обладать? Чего он не должен делать? – Как вы считаете, должны ли все люди быть обязательно религиозными или нет? Почему вы так считаете? – Знаете ли вы о том, что такое атеизм? Как вы относитесь к атеистам? Есть ли в вашем окружении такие люди? – Как уже сказано раньше, Казахстан – это светское государство. А что вы понимаете под словом «светское», что он для вас значит? <p>МОДЕРАТОР! Если ответов респондентов не будет, дать определение светского государства. Например, «Светское государство – это такое государство, в котором религия и государственная власть разделены и не вмешиваются в дела друг друга». ПОПРОБОВАТЬ ОБСУДИТЬ!</p> <ul style="list-style-type: none"> - Вам понятно это определение? - Вы поддерживаете такой принцип/подход? Почему? - Знаете ли, что такое религиозное государство? Что такое халифат?
Религиозная грамотность	<ul style="list-style-type: none"> – Говорите ли вы в семейном кругу на религиозные темы? Одобряете ли вы подобные разговоры? Дают ли они вам что-то ценное/полезное? – Отмечаете ли вы в семье религиозные праздники? Как вы это делаете, в чем это выражается? – Из каких источников, от кого вы получаете чаще всего новую информацию о религии, религиозной ситуации в Казахстане? Это: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Друзья, знакомые; ✓ В мечети/церкви; ✓ Телевидение; ✓ Интернет? – Достаточно ли вам получаемой информации и знаний? Хотелось бы вам получать больше религиозных знаний? – Ввели ли у вас школе предмет «Светскость и основы религиоведения»? Как вы его оцениваете? Была ли полезной полученная по итогам обучения информация? – <i>(для мусульман)</i> Вы знаете, что в Казахстане есть такая организация, как Духовное управление мусульман (ДУМК)? Что вы о нем знаете? Как оцениваете его работу?
Посещение мечети/церкви/	<ul style="list-style-type: none"> – Ходите ли вы в мечеть/церковь? – Как часто вы посещаете мечеть/церковь?

¹¹ Конституция Республики Казахстан (принята на республиканском референдуме 30 августа 1995 года) (с изменениями и дополнениями по состоянию на 23.03.2019 г.) // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1005029#activate_doc=2

¹² Комментарий Подопригора Р.А. к ст.22 Конституции Республики Казахстан // https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=38602023

молельного дома	<ul style="list-style-type: none"> ✓ каждый день, ✓ неделю, ✓ по пятницам, ✓ праздничным дням ✓ очень редко ✓ не хожу. – Вам нравится то, как относятся к прихожанам имамы и другие служители мечети/церкви? Знаете ли вы, как зовут имама вашей мечети (батюшку)? Давно ли он служит в вашей мечети/церкви? – Можете ли вы откровенно обсудить со служителем (имамом/батюшкой) вопросы, которые вас интересуют?
Что вы думаете о религиозной ситуации	<ul style="list-style-type: none"> – Считаете ли вы, что в вашем городе/селе религиозная ситуация хорошая, что нет проблем в отношениях между людьми, которые исповедуют разные религиозные взгляды? Если вы считаете, что ситуация не очень хорошая, то не могли бы вы сказать, почему? – По вашему мнению, от кого зависит сохранение хороших отношений между людьми из разных религий? Считаете ли вы это важным делом для нашей страны?

Большое спасибо за участие в нашем исследовании!

3.4 Рекомендуемые гайды различных видов интервью

3.4.1 Экспертное интервью: практические рекомендации и гайд

Для экспертных интервью предлагаем в качестве целевой группы в регионах рассматривать *лидеров и руководителей религиозных объединений*. Именно они могут предоставить данные о своих религиозных организациях, взаимосвязи с прихожанами, различными институтами государства и гражданского общества, обрисовать проблемы, текущую деятельность и перспективы развития, дать рекомендации по улучшению государственно-конфессиональных отношений, что будет отвечать государственной политике «слушающего государства».

Если в регионах достаточно широкий диапазон экспертов, занимающихся вопросами религий (религиоведов, социологов, психологов и прочее), и местные исполнительные органы не работали с ними прежде, то есть смысл рассматривать их в качестве целевой группы и, соответственно, разрабатывать программу такого экспертного интервью.

Спецификой экспертных интервью с точки зрения социологии является то, что в качестве эксперта может быть отобран человек, обладающий, по мнению исследователя, специальными знаниями, которые помогут раскрыть, изучить особенности изучаемого объекта. Т.е., понимание эксперта в социологии может совпадать с общепринятым представлением (например, в законодательстве), но может и отличаться: в социологии более широкая трактовка этого понятия. Однако, в ходе составления программы исследования, несмотря на отсутствие конкретных фамилий экспертов, должны быть даны подходы или описания тех, кого мы включаем в группу экспертов. Чаще всего даются описания подгрупп. Например, в ходе изучения общественно-политической тематики предполагается сделать интервью с представителями таких подгрупп, как: политологи; журналисты; преподаватели вузов; представители госорганов и др.

Важной составляющей подготовки исследования является предварительная работа со списком потенциальных экспертов, который должен быть достаточно широким, т.е., включать в себя большее число экспертов, чем собираетесь опросить, чтобы была возможность замены. Целесообразно для контроля над процессом исследования сделать таблицу (предпочтительно в формате Excel), которая может включать следующие столбцы:

ФИО (пишем так, как представился эксперт)	Место работы/должность (полное и правильное название организации; должность пишем, если разрешит эксперт)	Контактные данные (полные данные, с адресом, с номерами телефона и др. виды связи)	Статус в проекте (здесь описываются результаты переговоров, на какой день и время назначено интервью, перенос даты встречи и т.п.)	Примечания (описывается любая информация, которая относится к проекту, например, если было агрессивное отношение со стороны эксперта и т.п.)

Если экспертное исследование предполагает проведение бесед с лидерами и руководителями религиозных организаций в конкретном регионе, то список потенциальных экспертов будет стремиться к 100% охвата (т.е., скорее всего, имеется база представителей всех зарегистрированных организаций). В этом случае, важной задачей является проведение мониторинга списка, постоянное обновление данных об экспертах.

Однако, необходимо учитывать, что мнение одних и тех же экспертов (представителей религиозной сферы) по профильной для них тематике вряд ли будет сильно меняться. Также следует учитывать возможность появления новых религиозных организаций (зарегистрированных или нет), которые тоже следует вовлекать в процесс изучения, т.е., включать в список для экспертных интервью.

Таким образом, если исследование носит мониторинговый характер, то для выявления динамики лучше при примерно одном и том же объеме респондентов (например, 5-7 человек в одной волне) чередовать их, т.е., не опрашивать постоянно одних и тех же людей по одному и тому же гайду.

Примерный гайд экспертного интервью с лидерами и руководителями религиозных объединений

Вводная

Здравствуйте! Меня зовут _____. Я работаю в _____. Наша организация/я проводим исследование по теме _____.

Спасибо, что согласились принять участие в исследовании и ответить на наши вопросы. Если не возражаете, интервью мы хотели бы записать на аудионоситель. Вы не должны беспокоиться, данная запись нигде не будет транслироваться/публиковаться. Она является только вспомогательным материалом для нас, когда мы будем писать обобщенный отчет.

Если вопрос Вам не понравится, мы можем его не обсуждать. Наша беседа не займет больше одного часа.

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ

1) Оценка общей религиозной ситуации

1. Удовлетворяет ли Вас, как обстоят дела в религиозной сфере в стране? Что-то Вас беспокоит? Были ли какие-то причины, из-за которых произошли изменения? Если да, то назовите их, пожалуйста.

2. Как Вы оцениваете текущую религиозную ситуацию в Вашей области? Что Вы можете сказать в этом отношении непосредственно о Вашем городе/районе/селе?

3. В вашем регионе (области/районе/селе) живут представители разных религий? Если да, то, как Вы оцениваете отношения между представителями различных конфессий? Они спокойные, дружелюбные или возникала какая-то напряженность? Если напряженность возникала, то, как Вы считаете, она именно религиозная? Или эта напряженность возникла из-

за других причин, например, экономических проблем, или состояния межэтнических отношений?

2) Оценка государственной религиозной политики

1. По Вашему мнению, за последние два года произошли ли изменения в той политике, которую проводит государство в религиозной сфере? Ощущаете ли Вы эти изменения на себе? В чем это выражается?

2. Считаете ли Вы что есть меры, которые неоправданно усложняют Вашу работу? Назовите, пожалуйста.

3. Как повлияли антипандемические меры на Вашу работу?

4. В целом, как Вы считаете, какой политики государство должно придерживаться в религиозных вопросах – быть активным, контролировать все религиозные объединения или быть только наблюдателем и реагировать только в случае нарушения закона?

5. Каков Ваш прогноз развития религиозной ситуации в Вашей области на ближайшие несколько лет?

3) Актуальные аспекты жизнедеятельности религиозных объединений

1. Как обстоят дела в Вашей мечети/церкви/приходе? Произошли ли изменения, на которые Вы бы хотели обратить наше внимание для понимания ситуации?

2. Какие Вас беспокоят проблемы во взаимоотношениях с представителями других религиозных направлений, представленных в нашем регионе и в Казахстане, в целом?

3. На что Вы хотели бы обратить внимание во взаимоотношениях с представителями других религиозных течений и направлений?

4. Видите ли Вы разницу в отношении к вере со стороны молодых жителей области и людей более старшего возраста? С кем легче общаться? А много ли верующих среди молодых граждан?

5. Что Вы рекомендуете, на что нужно государству обратить внимание во взаимоотношениях с религиозными объединениями для сохранения межконфессионального мира и согласия?

6. Как Вы считаете, уменьшилась ли в стране угроза религиозного, в том числе исламского, экстремизма?

7. По Вашему мнению, что необходимо предпринять, чтобы не допускать радикализацию верующих?

8. Что Вы еще можете добавить, о чем мы еще не говорили, для улучшения государственно-конфессиональных отношений и сохранения мира и согласия в нашем регионе и государстве?

Большое спасибо за участие в нашем исследовании!

СВЕДЕНИЯ ОБ ЭКСПЕРТЕ (заполняется после встречи)

Возраст _____

Образование _____

Стаж деятельности _____

3.4.2 Нарративное интервью: практические рекомендации и гайд

Нарративное интервью рекомендуется проводить с верующими, практикующими людьми, чтобы через рассказ, историю респондента попытаться глубже понять человека «в вере», его взаимоотношения с общиной и другие аспекты, находящиеся в фокусе исследования. Проведение нарративных интервью с верующими также можно связывать с какими-то актуальными специальными темами в религиях, чтобы глубже понять их с позиции религиозного человека.

Согласно принципам социологического исследования, нарративное интервью принято разделять на три фазы, что и определяет структуру интервью.

Фаза I

Свободный нарративный рассказ

В начале нарративного интервью, исследователь кратко формулирует просьбу и общий вопрос – «нарративный импульс». Цель «нарративного импульса» – стимулировать респондента к биографическому повествованию.

Нарративный импульс:

«Я хотел бы попросить Вас рассказать историю своей жизни. Лучшего всего, если Вы начнете с момента вашего рождения, с того времени, когда Вы были ребенком, и расскажите затем обо всем, что с Вами происходило вплоть до настоящего времени. Очень интересно узнать о том, какую роль играла религия и занимает сейчас место в Вашей жизни. Вы можете говорить даже о деталях, так как меня интересует все, что важно для Вас самого».

Важно: после того, как респондент начал свой рассказ, интервьюер не должен прерывать респондента и его главная роль – это слушать и стимулировать продолжение разговора мимикой (кивок головы) и фразами «Хорошо», «Что было дальше?», а также междометиями. Пассивная роль интервьюера позволяет респонденту раскрыться и сфокусироваться на собственном жизненном опыте.

Как правило, первая фаза заканчивается финальной фразой респондента «Вот и все...», «Вот это, пожалуй, все...» и т.п. После этого, интервью переходит во вторую фазу.

В ходе первой фазы необходимо записывать или запоминать ход повествования и последовательность событий, временные рамки, пропуски и обрывы в рассказе с целью использования их во второй фазе.

Фаза II

Нарративное расспрашивание

В данной фазе исследователь может задавать уточняющие вопросы, призванные восстановить оборванные нити рассказа, прояснить смысл высказываний респондента.

На данном этапе важно избегать оценочных вопросов или суждений, как со стороны интервьюера, так и со стороны интервьюируемого.

Для достижения поставленных целей и задач, необходимо охватить обязательный круг тем, которые можно затронуть во второй фазе, если они не были раскрыты респондентом на первом этапе. Информация, полученная в ходе нарративного расспрашивания, позволяет не только развернуто детализировать отдельные моменты, но и осветить те проблемные эпизоды, которые не вошли в основной рассказ по причине своеобразной внутренней цензуры респондента.

Примерные темы, необходимые для анализа нарративного интервью (для удобства помечайте «галочками» раскрытые темы):

Семья	
Родители (возраст, профессия, социальный класс, взаимоотношения с респондентом)	
Проблемы внутри семьи (насилие, развод, безработица)	
Мировоззренческие и, в частности, религиозные взгляды респондента и членов семьи	
Школьные и студенческие годы	
В каких образовательных учреждениях учился респондент	
Достижения и, если были проблемы в школе, колледже или университете и их причины	
Насколько религия присутствовала в этот период жизни	
Профессиональная карьера	
Опыт работы, кем работал(а)	
Был ли респондент безработным	
Какое место занимает религия	
Политические и религиозные взгляды	
Отношение к государственным структурам, государственно-конфессиональной политике	
Отношение к светскости	

Отношение к другим конфессиям	
Друзья и близкие	
Роль друзей в становлении личности респондента	
Как респондент проводит свой досуг	
Как религия присутствует во взаимодействии с друзьями и близкими	

Фаза III

Заключительная фаза или «интерпретация»

Цель данной фазы – отвлечь респондента от воспоминаний и вернуть в настоящее время, и оценить прошлое с позиций сегодняшнего дня для того, чтобы получить в фокусированном виде интерпретацию прошлого опыта в современном контексте.

Примерный гайд нарративного интервью с верующими – прихожанами религиозных объединений¹³

- Здравствуйте, как я могу Вас называть?

Начните с описанного выше нарративного импульса. Если респондент будет затрудняться, можете подключать следующие вопросы.

Блок 1. Биографические данные информанта, родительская семья

1. Где и как прошло Ваше детство?
2. Чем занимались Ваши родители, когда Вы были маленьким(-ой)? Где работали Ваши родители?
3. Есть ли у Вас братья, сестры? Насколько близки Вы были в детстве? Сохранились ли Ваши отношения сейчас?
4. Семья, в которой Вы росли, была верующей? В чем это выражалось?
5. Окружение Ваших родителей было ли религиозным?
6. Какие религиозные обряды исполнялись в Вашем детстве? Насколько они были интересны для Вас?
7. По каким случаям в Вашем детстве поднималась тема религии?
8. Ваши родители говорили с Вами о религии? У Вас возникали вопросы на эту тему?
9. Кто еще кроме родителей говорил с Вами о религии в Вашем детстве/юности?
10. Чем Вы занимались после окончания школы? Где учились? Какую роль занимала религия во время учебы?
11. Какое образование Вы имеете? Влияла ли религия на Ваше образование?

Блок 2. Современная жизнь, окружение

1. Чем Вы занимаетесь в настоящее время?
2. С кем Вы живете в настоящее время?
3. В какой сфере Вы работаете сейчас? Вы работаете по полученной специальности?
4. Есть ли у Вас близкие друзья? Как давно Вы дружите?
5. У Вас есть друг/подруга, муж/жена? Есть ли у Вас своя семья?
6. Есть ли у Вас дети?
7. Чем Вы интересуетесь в настоящее время?
8. Насколько религиозно Ваше окружение?
9. Есть ли среди Ваших друзей, знакомых, коллег глубоко верующие люди?
10. Вы разделяете их взгляды?

¹³ В гайде предлагаются вопросы, как помощь интервьюеру в проведении интервью. Данные вопросы не обязательно могут задаваться, если уже респондент рассказывал о чем-то. Также интервьюер может задавать другие вопросы, которые не присутствуют в данном гайде, чтобы уяснить важные для исследования моменты.

11. Есть ли в Вашем окружении верующие других религиозных конфессий? Каковы Ваши отношения с ними? Есть ли таковые среди Ваших близких друзей?

12. Насколько религиозен Ваш супруг (супруга)? Кто из Вас более религиозен? Не возникает ли между Вами разногласий по поводу религии? Если возникают, то, как Вы их разрешаете?

13. Приобщаете ли Вы своих детей к религии? С какого возраста? Что Вы делаете для этого?

Блок 3. Религиозное поведение¹⁴

1. Как часто Вы ходите в /название культового сооружения в зависимости от вероисповедания информанта/? По каким поводам это происходит?

2. Какие религиозные праздники Вы отмечаете? Какие праздники, кроме религиозных, Вы празднуете? С кем Вы обычно проводите религиозные праздники?

3. Какие религиозные обряды, практики Вы совершаете? Как часто?

4. Читаете, изучаете ли Вы литературу о /название вероисповедания информанта/? Какую? Где Вы ее обычно берете? Обсуждаете ли Вы прочитанное? С кем?

5. Вы носите украшения, одежду, имеющую религиозную символику? Какое значение она для Вас имеет? Где еще Вы используете религиозную символику?

6. Придерживаетесь ли Вы в повседневной жизни религиозных норм морали?

7. Получали ли Вы религиозное образование (медресе, воскресная школа, др.)?

8. Знаете ли Вы историю /название вероисповедания информанта/?

9. Знакомы ли Вы с историей других религий?

10. Из каких источников Вы черпаете информацию по религиозным вопросам?

11. Если у Вас возникает спорный вопрос религиозного характера, к кому Вы обращаетесь за советом, решением?

Блок 4. Путь обретения веры информантом. Определение факторов, оказавших влияние на духовное становление информанта

1. В каком возрасте Вы почувствовали себя верующим(-ей)?

2. Было ли какое-то событие в Вашей жизни, которое привело Вас к религии, или это происходило постепенно?

3. Как часто Ваши религиозные убеждения менялись?

4. Было ли у Вас когда-нибудь желание сменить религию? Что послужило причиной такого желания? Как Вы поступили тогда?

Если не сменил: Что Вас останавливало тогда?

5. Как Вы думаете, имеет ли человек право сменить религию, уйти из традиционной для своей национальности религии в другую?

Далее, если в жизни информанта имело место религиозное обращение (религиозная конверсия):

- Что изменилось в Вашей жизни после того, как Вы стали /название вероисповедания информанта/?

- Изменилось ли Ваше душевное состояние? Как?

- Как отреагировали Ваши близкие на то, что Вы сменили религию?

- Изменился ли круг друзей, знакомых?

- Изменилось ли что-то в Вашей личной жизни?

- Произошли ли какие-нибудь изменения, связанные с работой/учебой?

- Были ли в Вашей жизни моменты, когда Вы пожалели о том, что сменили религию?

¹⁴ Вопросы здесь лучше связывать непосредственно с темой, целью и задачами исследования. Здесь предлагаются различные возможные варианты, которые можете использовать.

Блок 5. Религиозная община. Религиозные агенты

1. Знакомы ли Вы с людьми, регулярно посещающими Ваш(-у) /название культового сооружения в зависимости от вероисповедания информанта/, членами Вашей религиозной общины?
2. Насколько тесно Вы с ними общаетесь?
3. Какие обязанности есть у /название вероисповедания информанта/ перед /определение вероисповедания информанта/ общиной и обществом?
4. Что Вы делаете для общины?
5. Что дает Вам община?
6. Насколько важно для Вас ощущать свою принадлежность к общине?
7. Какую роль играет в Вашей общине духовенство?
8. Есть ли недостаток или, напротив, избыток священнослужителей?
9. Справляются ли священнослужители со своими обязанностями? Доверяете ли Вы им?
10. Что Вы можете сказать о составе прихожан, которые посещают ту же /название культового сооружения в зависимости от вероисповедания информанта/, что и Вы (пол, возраст, этническая принадлежность, социальный и экономический статус)?
11. Насколько тесно связаны /определение в зависимости от вероисповедания информанта/ общины сегодня? В чем это проявляется?
12. От кого, на Ваш взгляд, зависит то, насколько община сплочена и крепка?
13. Есть ли у Вас некое чувство единого целого со всеми /последователи вероисповедания информанта/ мира, или Вы по каким-то причинам скорее солидарны только с /последователи вероисповедания информанта/ Казахстана?
14. Что можно сказать об уровне религиозности, силе веры /последователи вероисповедания информанта/ в Казахстане сегодня?

В заключительной фазе в рамках основной цели проведения нарративного интервью респонденту предлагается оценить прошлое с позиций сегодняшнего дня с тем, чтобы получить его интерпретацию жизненного опыта в современном контексте.

Часть 4. ПРОГРАММА И ЕДИНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПО ИЗУЧЕНИЮ РЕЛИГИОЗНОЙ СФЕРЫ ДЛЯ ВСЕХ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА

4.1 Программа проведения социологического исследования по изучению религиозной сферы в регионах Казахстана

Название организации, проводящей исследование: *Центры исследования проблем религий (или другие НПО оказывающие услуги по проведению социологических исследований в сфере религий)*

Заказчик исследования: *Государственные органы в лице региональных Управлений по делам религий*

Название проекта: *«Анализ религиозной ситуации в регионе: на основе массового опроса населения (1000 респондентов)»*

I. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Нормативно-правовое основание – ст. 5, п. 1, п.п. 1-1 Закона Республики Казахстан от 11 октября 2011 года № 483-IV «О религиозной деятельности и религиозных объединениях».

Актуальность исследования. Религии продолжают играть важную роль в жизни человека и общества. Изучение уровня религиозности населения, его отношения к политике государства в сфере межконфессиональных и государственно-конфессиональных отношений, понимание светского характера государства позволят взвешенно оценивать религиозную ситуацию, как в регионе, так и в Казахстане в целом, и принимать соответствующие меры.

Целью социологического исследования является изучение и анализ религиозной ситуации в регионе, выявление основных тенденций, оценка отношения населения к государственно-конфессиональной политике.

Исходя из поставленной цели, в рамках настоящего исследования будут решены следующие задачи:

- изучение уровня религиозности населения;
- выявление факторов и источников, влияющих на религиозные ориентации и убеждения населения;
- изучение ценностных установок населения и личностных идентификационных маркеров;
- определение важных ориентиров в самоидентификации личности;
- исследование установок населения по вопросу религиозных знаний и религиозного образования;
- изучение отношения населения к деятельности религиозных объединений, миссионеров;
- выявление основных тенденций в развитии религиозной ситуации в стране/регионе;
- изучение мнений населения о государственной политике в религиозной сфере;
- составление прогноза развития религиозной ситуации в регионе на краткосрочную и среднесрочную перспективы;
- выработка рекомендаций для регулирования государственно-конфессиональных отношений.

Объект исследования: население региона в возрасте старше 18-ти лет.

Предмет исследования – ценностно-мировоззренческие установки населения в отношении религий и государственно-конфессиональной политики в регионе.

Гипотеза:

На религиозность населения и на отношение населения к религиям влияют множество факторов, такие как ценностно-мировоззренческие установки людей, уровень религиозной грамотности, миссионерская и прозелитическая деятельность религиозных организаций, взвешенная государственно-конфессиональная политика, основанная на принципах

светскости. Повышение или понижение уровня религиозности населения может быть следствием действия данных факторов.

Время проведения исследований в регионах должно согласовываться с Комитетом по делам религий МИОР РК. Желательно, чтобы исследования проводились **одновременно во всех регионах**, чтобы, в дальнейшем можно было проводить сравнительный анализ полученных данных.

II. МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Метод исследования – массовый опрос населения региона на основе репрезентативной квотной выборки в 1000 респондентов с учетом поло-возрастных характеристик и места проживания (областной центр / города районного значения / сельская местность)

Метод сбора информации: анкетный опрос посредством формализованного интервью по месту жительства респондента (лицом-к-лицу);

Язык опроса: казахский и русский в зависимости от предпочтений респондента.

Размеры квотной выборки (на примере Акмолинской области)

Выборка рассчитана согласно данным Департамента статистики региона на 1 января текущего календарного года.

Акмолинская область (1000 респондентов)

	Кокшетау		Другие города		Село	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Казахи (524)						
18-24	7	7	7	7	16	15
25-34	15	16	13	11	29	24
35-44	11	12	13	13	27	25
45-54	9	12	11	12	24	24
55-64	9	12	10	13	22	24
65 и более лет	5	11	7	14	14	23
ВСЕГО:	56	70	61	70	132	135
Русские (323)						
18-24	3	3	5	4	11	10
25-34	7	8	8	7	19	16
35-44	6	6	8	8	18	17
45-54	5	6	7	8	16	16
55-64	4	6	6	8	15	16
65 и более лет	3	5	5	9	9	15
ВСЕГО:	28	34	39	44	88	90
Представители других национальностей (153)						
18-24	1	1	2	2	5	5
25-34	3	3	4	4	9	8
35-44	2	3	4	4	9	8
45-54	2	3	3	4	8	8
55-64	2	3	3	4	7	8
65 и более лет	1	2	2	5	4	7
ВСЕГО:	11	15	18	23	42	44
ИТОГО:	95	119	118	137	262	269

4.2 Единая анкета для проведения массового опроса

Здравствуйте!

Меня зовут _____.

Просим Вас принять участие в нашем социологическом опросе по изучению отношения населения к религии, проводимом Центром исследования проблем религий. Анонимность и конфиденциальность Вашего мнения гарантируется. Полученная информация будет использована только в обобщенном виде.

ЗАРАНЕЕ БЛАГОДАРИМ ЗА СОТРУДНИЧЕСТВО!

БЛОК 1. РЕЛИГИОЗНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ. ФАКТОРЫ И ИСТОЧНИКИ РЕЛИГИОЗНОСТИ

1. Считаете ли Вы себя религиозным человеком? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Да, я верующий
2. Я сомневающийся: и да, и нет
3. Нет, но я верю в высшие силы
4. Я к религии безразличен----- ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №5
5. Нет, я неверующий -----ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №5
6. Я атеист -----ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ №5
- (98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

2. К какой религии Вы себя относите? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Ислам суннитского направления
2. Ислам шиитского направления
3. Православие
4. Католицизм
5. Протестантизм
6. Иудаизм
7. Буддизм
8. Не отношу себя ни к одной из существующих религий, так как у меня свое представление о Боге
- (98) Другое (НАПИШИТЕ) _____
- (99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

3. ИНТЕРВЬЮЕР, ПОКАЖИТЕ КАРТОЧКУ 3

Если Вы считаете себя верующим человеком, то, что привело Вас к вере? (НЕ БОЛЕЕ ТРЕХ ОТВЕТОВ)

1. Семейное воспитание
2. Постоянное близкое общение с верующими (религиозными) людьми (родственники, друзья, коллеги, соседи и т.п.)
3. Особенная встреча с верующим (религиозным) человеком
4. Обучение в медресе/воскресной школе
5. Регулярное чтение литературы (художественной, философской, религиозной)
6. Поиск смысла жизни
7. Зов божественного, высших сил
8. Знамения, знаки, откровения, чудесное событие
9. После встречи с любимым человеком/супругом(-ой)
10. Разрыв личных отношений (измена, предательство и т. п.), одиночество
11. Тяжелая болезнь/потеря близкого человека
12. Наркомания, алкоголизм, другие зависимости/наркомания, алкоголизм, другие зависимости близкого человека
13. Ситуация угрозы жизни (например, в случае внезапной катастрофы)
14. Материальные лишения, потеря социального положения

15. Самостоятельно пришел к вере
16. Любопытство
17. Проживание рядом с мечетью/храмом/молитвенным домом
18. Агитация/миссионерская деятельность религиозного объединения /деятеля
19. Положительный пример религиозных людей
20. Религиозная информация в интернете
21. У меня была надежда на помощь Бога

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

4. Как Вы можете охарактеризовать работу Вашей религиозной общины с прихожанами / членами жамагата?

1. Священнослужители и община активно вовлекают прихожан в религиозную деятельность
2. Община и ее лидеры уделяют достаточно внимания всем прихожанам
3. Если обратиться с вопросом – тебе помогут, но сами обращаться к тебе не станут
4. Священнослужители общины совершенно не заинтересованы в жизни обычных прихожан

5. Я не являюсь членом религиозной общины/прихожанином

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

5. Как часто Вы в течение последнего года совершали следующие действия? (ОДИН ОТВЕТ ПО КАЖДОЙ СТРОКЕ)

Варианты	Каждый день	Каждую неделю	Каждый месяц	2-3 раза в год	Ни разу
Посещали культовые сооружения (мечеть, церковь, молитвенный дом и др.)	1	2	3	4	6
Совершали молитвы	1	2	3	4	6
Читали религиозную литературу	1	2	3	4	6
Посещали религиозные сайты в интернете, страницы/каналы в социальных сетях	1	2	3	4	6
Смотрели религиозные телевизионные каналы	1	2	3	4	6
Беседовали с родственниками, друзьями на тему религии	1	2	3	4	6
Беседовали с духовенством (имамом, священником и др.)	1	2	3	4	6
Совершали пожертвования (закят, садака, десятина, помощь нуждающимся и др.)	1	2	3	4	6
Участвовали в коллективных религиозных практиках общины (жума-намаз, субботнее/воскресное богослужение и др)	1	2	3	4	6
Совершали паломничество	1	2	3	4	6

6. Являются ли люди в Вашем ближайшем окружении религиозными верующими? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Большинство из них верующие люди
2. Большинство – это умеренные верующие, то есть те, для кого важным является выполнение только основных религиозных обрядов
3. Есть разные – и верующие, и неверующие
4. Большинство неверующие

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

7. Какие праздники Вы обычно празднуете? (ЛЮБОЕ КОЛИЧЕСТВО ОТВЕТОВ)

1. Дни рождения
2. Новый год
3. Женский день (8 марта)
4. Наурыз
5. День защитника Отечества (7 мая)
6. День Победы
7. День Конституции (30 августа)
8. День Независимости (16 декабря)
9. Наиболее значимые религиозные праздники (например, Курбан-айт / Рождество и т.п.)
10. Все или почти все религиозные праздники
11. Никаких праздников не праздную
- (98) Другое (НАПИШИТЕ) _____
- (99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

БЛОК 2. ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ НАСЕЛЕНИЯ

8. ИНТЕРВЬЮЕР, ПОКАЖИТЕ КАРТОЧКУ 8

Что для Вас наиболее важно в жизни? (НЕ БОЛЕЕ ПЯТИ ОТВЕТОВ)

1. Семья
2. Здоровье
3. Верные и надежные друзья
4. Хорошая репутация
5. Власть, политика
6. Богатство, финансовое благополучие
7. Хорошее образование
8. Карьера, профессиональный рост
9. Вера в Бога, жизнь в соответствии с религиозными предписаниями
10. Творчество и самореализация
11. Помощь ближнему, гуманность
12. Служение Родине, патриотизм
13. Честность, порядочность
14. Трудолюбие
15. Развитие науки, научно-технического прогресса
16. Уважение родителей и старших
17. Жизнь в ладу с самим(-ой) собой
18. Традиции
19. Свободное время
- (98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

9. Считаете ли Вы допустимыми следующие явления? (ОДИН ОТВЕТ ПО КАЖДОЙ СТРОКЕ)

Варианты	Допустимо	Скорее допустимо	Скорее недопустимо	Недопустимо	Затрудняюсь ответить
Официально зарегистрированный брак БЕЗ религиозного бракосочетания (никаха, венчания и т.п.)	1	2	3	4	99
Брак, заключённый ТОЛЬКО по религиозным обрядам и церемониям (никах, венчание и т.п.)	1	2	3	4	99
Гражданский брак	1	2	3	4	99
Сексуальные отношения до брака для женщин	1	2	3	4	99

Сексуальные отношения до брака для мужчин	1	2	3	4	99
Неподчинение жены мужу	1	2	3	4	99
Рукоприкладство в отношении жены	1	2	3	4	99
Супружеские измены со стороны женщин	1	2	3	4	99
Супружеские измены со стороны мужчин	1	2	3	4	99
Аборты	1	2	3	4	99
Физическое наказание детей	1	2	3	4	99
Многоженство, наличие нескольких жен	1	2	3	4	99
Брак между людьми разного вероисповедания	1	2	3	4	99
Гомосексуальные браки	1	2	3	4	99
Разводы	1	2	3	4	99
Жестокое обращение с животными	1	2	3	4	99
Смена вероисповедания	1	2	3	4	99
Нетерпимость к другим религиям	1	2	3	4	99
Религиозный фанатизм	1	2	3	4	99
Агрессия, насилие по отношению к иноверцам /инакомыслящим	1	2	3	4	99

10. ИНТЕРВЬЮЕР, ПОКАЖИТЕ КАРТОЧКУ 10

Какие ценности Вы считаете нужным воспитывать, развивать в детях, прежде всего? (НЕ БОЛЕЕ ПЯТИ ОТВЕТОВ)

1. Самоуважение
 2. Уважение к старшим
 3. Трудолюбие
 4. Доброта, милосердие, помощь другим людям
 5. Справедливость
 6. Уверенность в себе
 7. Индивидуализм
 8. Саморазвитие
 9. Целеустремленность, настойчивость
 10. Патриотизм
 11. Религиозная вера
 12. Уважение прав и свобод человека
 13. Уважение к закону, законопослушность
 14. Стремление к знаниям, образованность
 15. Религиозное образование
 16. Критическое мышление
 17. Уважение культуры, языка, традиций своего народа
 18. Уважение культуры, языков, традиций представителей других народов
 19. Соблюдение религиозных обрядов и церемоний
 20. Забота об окружающей среде
 21. Здоровый образ жизни
- (98) Другое (НАПИШИТЕ) _____
- (99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

БЛОК 3. СТРУКТУРА ИДЕНТИЧНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

11. ИНТЕРВЬЮЕР, ПОКАЖИТЕ КАРТОЧКУ 11

Кем Вы себя считаете, прежде всего? (НЕ БОЛЕЕ ТРЕХ ОТВЕТОВ)

1. Жителем своего города, села
2. Жителем Казахстана
3. Представителем своего рода/жуза

4. Представителем своего этноса
5. Представителем своего вероисповедания
6. Представителем группы людей, говорящих на одном языке со мной
7. Представителем своего пола
8. Представителем своего поколения
9. Представителем своей профессии
10. Гражданином мира

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

12. Как Вы думаете, обязательно ли придерживаться религии, традиционной для своего этноса, то есть обязательно ли всем казахам быть мусульманами, русским – православными и т.д.? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Да, обязательно, традиционная религия – это важная часть этнической идентичности
2. Скорее да, поскольку этнические и религиозные традиции тесно переплетены
3. Скорее нет, но в нашем обществе придерживаться другой религии очень сложно
4. Нет, в светском обществе есть свобода выбора, любой может выбрать любую религию

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

13. Случались ли за последний год лично с Вами ситуации, когда по отношению к Вам открыто негативно высказывались по поводу Вашего мировоззрения (религиозности/атеизма/безверия)?

1. Да, такое случалось часто
2. Да, за последний год такое было несколько раз
3. Нет, открытого высказывания не было, однако я чувствовал, что со мной не хотят общаться из-за моей религиозности/атеизма/безверия
4. Нет, такого не случалось

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

БЛОК 4. РЕЛИГИОЗНЫЕ ЗНАНИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ

14. Испытываете ли Вы потребность в ознакомлении с историей религий, основами различных вероучений? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Да, испытываю острую потребность в получении знаний о религиях
2. Мне интересно было бы ознакомиться с историей различных религий, но острой потребности в получении такой информации я не испытываю
3. Я уже знаком с историей и основами различных религий
4. Не считаю нужным изучать историю различных религий, хотя не против организации соответствующих мероприятий для тех, кто в этом нуждается
5. Не считаю нужным изучать историю различных религий, нужно изучать историю только своей религии
6. Считаю, что в светском государстве изучение истории религий недопустимо

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

15. Хотели бы Вы, чтобы Ваши дети получали образование в сфере религий? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Да, в религиозных заведениях Казахстана (медресе, духовные семинарии и др.)
2. Да, в зарубежных религиозных заведениях (медресе, духовные семинарии и др.)
3. Да, в рамках различных религиозных курсов при религиозных объединениях (воскресные школы, курсы религиозной грамотности и др.)

4. Нет, достаточно знаний о религиях, получаемых в рамках школьной/вузовской программы

5. Нет, достаточно знаний о своей религии, получаемой в семье

6. Нет, я против религиозного образования в любой форме

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

16. В случае возникновения вопроса о религии, к кому Вы обратитесь в первую очередь? (НЕ БОЛЕЕ ДВУХ ОТВЕТОВ)

1. К родителям, близким родственникам

2. К знающему человеку среди родственников

3. К знающему человеку среди друзей, знакомых

4. К интернет-источникам

5. К религиозной литературе

6. К священнослужителю

7. К членам религиозной общины

8. К квалифицированному специалисту в сфере религий (религиоведу, теологу и т.д.)

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

БЛОК 5. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕЛИГИОЗНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ, МИССИОНЕРОВ

17. За последний год подходили ли (приходили ли домой/на работу, звонили ли по телефону, приходили письма по почте) к Вам люди с настойчивыми разговорами о религии, вере, Боге (Всевышнем)? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Да

2. Нет

18. Как часто Вы сталкиваетесь с материалами религиозного содержания в социальных сетях?

1. Постоянно

2. Довольно часто

3. Иногда

4. Очень редко

5. Никогда не сталкивался

6. Я не пользуюсь социальными сетями

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

19. Как Вы считаете, в последние несколько лет численность религиозной молодежи в Вашем городе/селе стала больше, не изменилась, уменьшилась? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Уменьшилась

2. Не изменилась

3. Стала больше

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

20. Принимали ли Вы участие в специальных мероприятиях для детей и молодежи, организованных представителями религиозных объединений с целью повышения религиозной грамотности? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Да, часто принимал(-а, -ю) участие в подобных мероприятиях

2. Несколько раз присутствовал(-а) на таких мероприятиях

3. Лично участи не принимал(-а), но дети мои ходят

4. Что-то слышал(-а) о них, но ни я, ни мои дети никогда в них участия не принимал(-и)

5. Никогда не слышал(-а), что подобные мероприятия проводятся

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

БЛОК 6. РЕЛИГИОЗНАЯ СИТУАЦИЯ В СТРАНЕ И РЕГИОНЕ

21. Как Вы относитесь к представителям других вероисповеданий? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Хорошо, среди моих друзей, знакомых есть такие люди
 2. Я терпимо отношусь к представителям другой веры, но предпочитаю не общаться с ними
 3. Мне это абсолютно безразлично, сужу о людях по другим критериям
 4. Я негативно отношусь к представителям другой веры, но никак этого не проявляю внешне
 5. Я испытываю открытую неприязнь к представителям другого вероисповедания
- (98) Другое (НАПИШИТЕ) _____
- (99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

22. Как Вы оцениваете состояние межконфессиональных отношений в Вашем регионе, Казахстане, мире, в целом? (ОДИН ОТВЕТ ПО КАЖДОЙ СТРОКЕ)

	Как благоприятные	Скорее как благоприятные	Скорее как неблагоприятные	Как неблагоприятные	Затрудняюсь ответить
В Вашем городе/селе	1	2	3	4	99
В Казахстане	1	2	3	4	99
В мире	1	2	3	4	99

23. По Вашему мнению, как изменятся эти отношения в дальнейшем? (ОДИН ОТВЕТ ПО КАЖДОЙ СТРОКЕ)

	Улучшатся	Останутся без изменений	Ухудшатся	Затрудняюсь ответить
В Вашем городе/селе	1	2	3	99
В Казахстане	1	2	3	99
Во всём мире	1	2	3	99

БЛОК 7. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ РЕЛИГИЙ

24. Как Вы оцениваете политику государственных органов в отношении религиозных объединений в Казахстане? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Политика государства в отношении религиозных объединений правильная, уравновешенная, обеспечен необходимый баланс между их свободой и регулированием их деятельности
 2. Религиозным объединениям дали слишком много свободы, их деятельность никто не регулирует, необходимо усилить контроль за их деятельностью
 3. Политика в отношении религиозных объединений слишком жесткая, религиозным объединениям не дают свободы, слишком много ограничений
- (98) Другое (НАПИШИТЕ) _____
- (99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

25. Какого рода отношения между государством и религией Вы поддерживаете? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Равное и нейтральное отношение ко всем конфессиям
2. Государство обязано поддерживать религию, которой придерживается большинство населения

3. Государство должно поддерживать тесные отношения с «традиционными» конфессиями (ислам ханафитского мазхаба, православие)

(98) Другое (НАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

D1. Ваш пол:

1. Мужской
2. Женский

D2. Ваш возраст _____ Внимание! Возраст респондента кодируется по следующим возрастным группам:

1. 18-29 лет
2. 30-45 лет
3. 46-60 лет
4. 61 год и старше

D3. Ваша этническая принадлежность (ОДИН ОТВЕТ)

1. Казах (-шка)
2. Русский (-ая)
3. Другой (-ая) (ЗАПИШИТЕ) _____

D4. Ваше образование (ОДИН ОТВЕТ)

1. Среднее образование
2. Профессионально-техническое образование
3. Высшее образование (специалист, бакалавр, магистр, кандидат, доктор, PhD)

D5. Ваш социально-профессиональный статус? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Госслужащий
 2. Работаю в бюджетной организации
 3. Работаю в частной сфере
 4. Собственный бизнес с привлечением наемных работников
 5. Индивидуальная трудовая деятельность
 6. Фрилансер (работник на договорах услуг)
 7. Занятые в личном подсобном хозяйстве, семейном предприятии
 8. Пенсионер
 9. Студент
 10. Домохозяйка
 11. Безработный
 12. Не работаю по причине инвалидности
- (98) Другое (ЗАПИШИТЕ) _____

D6. Ваше семейное положение? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Состою в зарегистрированном в ЗАГСе браке
2. Проживаем совместно без регистрации брака в ЗАГСе
3. Разведен(-а)
4. Не замужем (холост) ----- ПЕРЕХОД К ВОПРОСУ D8
5. Вдова(-ец)

D7. Вы с супругом(-ой) проводили религиозный обряд заключения брака (никах, венчание и др.)? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Да

2. Нет
 3. Нет, но планируем это сделать
- (99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

D8. Сколько у Вас несовершеннолетних детей (младше 18 лет)? (ОДИН ОТВЕТ)

1. 1 ребёнок
2. 2 детей
3. 3 детей
4. 4 и более детей
5. Нет детей

D9. ИНТЕРВЬЮЕР, ПОКАЖИТЕ КАРТОЧКУ D9

Как бы Вы оценили Вашу покупательную способность? (ОДИН ОТВЕТ)

1. Денег хватает на все, чтобы ни в чем себе не отказывать
2. Покупка большинства товаров длительного пользования (холодильник, телевизор и т.д.) не вызывает трудностей
3. Денег достаточно для приобретения только необходимых продуктов и одежды, оплаты коммунальных услуг, на накопления не остается
4. Денег хватает только на приобретение продуктов питания, но уже не остается на оплату коммунальных услуг
5. Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания, постоянно приходится жить в долг

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

D10. ИНТЕРВЬЮЕР, ПОКАЖИТЕ КАРТОЧКУ D10.

В среднем, каков доход в Вашей семье на одного человека в месяц? (СУММИРУЙТЕ ВСЕ ПОСТУПАЮЩИЕ ДОХОДЫ В МЕСЯЦ И РАЗДЕЛИТЕ НА ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧЛЕНОВ СЕМЬИ) (ОДИН ОТВЕТ)

1. До 30 000 тенге
2. От 30 001 до 60 000 тенге
3. От 60 001 до 100 000 тенге
4. От 100 001 до 300 000 тенге
5. От 301 000 до 350 000 тенге
6. От 351 000 и более

(98) Другое (ЗАПИШИТЕ) _____

(99) Затрудняюсь ответить (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ)

D11. К какому религиозному направлению Вы непосредственно себя относите?

(98) Записать ответ _____

Благодарим за участие в опросе!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учебников, методических пособий по проведению социологических исследований достаточно много. Но вместе с этим, наблюдается определенный дефицит литературы, сфокусированной на изучении такой деликатной сферы жизнедеятельности человека и общества, какой является религия. Главной целью разработки данного пособия было помочь местным исполнительным органам как в общей ориентации в социологических методах, так и в конкретных вещах, как то расчет квотной выборки, проведение фокус-групп, различных видов интервью.

В пособии было уделено особое внимание ключевым принципам и этическим аспектам проведения исследований в религиозной сфере. Эти принципы и этические аспекты разъясняют исследователю этическое ответственное отношение к участникам исследовательских работ — от первоначального замысла до шагов, необходимых для защиты конфиденциальности данных исследования.

При изучении результатов проведенных исследований за 2017-2020 гг. было выявлено, что в регионах основным методом исследования религиозной ситуации остается метод опроса населения путем анкетирования. В пособии предложены меры по улучшению проводимых исследовательских работ, в частности, применение не только количественных, но и качественных методов исследования.

Практическая значимость разработки данного пособия состоит в использовании разных методов исследования для достижения единой цели и получения объемной информации по религиозной проблематике. Кроме, классического метода опроса населения, нами предложены такие методы, как, фокус-группа, наблюдение и различные виды интервью.

Представленные рекомендации, примерные гайды различных методов могут дополняться в регионах с учетом местной специфики и актуальных событий в религиозной сфере. В любом случае, базовые положения в данном методическом пособии помогут ориентироваться в поле исследований. Только при таком раскладе можно добиться цели - проведения качественных и эффективных исследований, и решить все поставленные задачи, с получением полноценной религиозной картины в разрезе регионов.

ГЛОССАРИЙ

ТЕРМИН	ОПРЕДЕЛЕНИЕ
Анкета	Методическое средство для получения первичной социологической и социально-психологической информации, оформляемое в виде набора вопросов, логически связанных с центральной задачей исследования
Анкетный опрос, анкетирование	Выявление мнения населения посредством получения ответов на вопросы анкеты
Валидность	Обоснованность и пригодность применения методик и результатов исследования в конкретных условиях
Вторичный анализ	Разнообразные методы исследования, использующие общедоступную информацию и данные
Вторичный источник данных	Это данные, собранные другими людьми, например, перепись
Выборка (выборочная совокупность)	Это часть генеральной совокупности, которую вы изучаете в ходе исследования с помощью разработанных вами инструментов (анкета, гайд и прочее), т.е. это аналитическое подмножество более широкой совокупности управляемого размера
Гайд (план, путеводитель, сценарий) для проведения качественного исследования	Это последовательное изложение вопросов для модератора, проводящего качественное исследование (фокус-групповое обсуждение или интервью), что дает ему возможность проводить беседу эффективно, охватывая все необходимые вопросы и обеспечить сопоставимость по существу результатов, полученных в рамках одного проекта во всех группах или интервью
Генеральная совокупность	Это собрание всех единиц или объектов, по отношению к которым планируется изучение определенной проблемы и принятие выводов
Данные социологические	Результаты наблюдений или информация о действительности, получаемая в ходе исследования
Интервьюер	Лицо, занятое в исследовании, задающее вопросы своим собеседникам/респондентам и получающее от них ответы
Интервью	Опрос респондента лицом к лицу или по телефону для получения желаемой информации
Индикатор	Показатель измерений, который указывает на состояние или уровень определенного явления или процесса
Качественные методы исследования (Методы качественных исследований)	Это получение глубокой, развернутой информации о предмете исследования. Качественное исследование отвечает на вопросы «как?» и «почему?». К качественным методам относят: глубинные и экспертные интервью, метод наблюдений, фокус-групповые исследования, мозговой штурм, метод Дельфи и др.
Количественные методы исследования	В социологии это методы исследования, в которых конечные данные выражаются в цифровой форме. С помощью количественных методов исследования можно получить ответ на вопрос «сколько?». К количественным методам относят: анкетирование, количественный контент-анализ
Корреляция	Взаимосвязь между двумя переменными, при которой изменение одной из них совпадает с изменением другой
Лонгитюдное исследование	Это исследование, проводимое в течение длительного периода времени
Мониторинг	Это непрерывный процесс наблюдения и регистрации параметров объекта, в сравнении с заданными критериями
Мини-фокус-группы (peer-	Представляет собой переходный метод от индивидуальных

группы)	интервью к групповым. Количество участников не должно превышать 4-х человек. Ограниченный контингент участников компенсируется за счет их качественного состава. Данный метод используется для получения более детальной информации по определённой, чаще всего узкой, теме от каждого участника групповой дискуссии
Направленное интервьюирование	Сбор данных с помощью интервьюирования, имеющий целью получение от респондента специфической информации
Наблюдение	Метод исследования, при котором исследователь собирает информацию путем непосредственного участия и/или наблюдения за группой, племенем или сообществом
Опрос	Исследование, обычно в форме интервью или анкетирования, которое предоставляет социологам и другим исследователям информацию о том, как люди думают и действуют
Респондент	Лицо, отвечающее на вопросы интервью или анкеты
Репрезентативность	Обеспечение в выборочной совокупности наличия всех видов единиц генеральной совокупности в достаточном количестве
Светскость	<p>Состояние нейтральности в отношении религии и безрелигиозности. Светским может считаться все, что не имеет прямого как положительного, так и отрицательного отношения к религии (https://en.wikipedia.org/wiki/Secularity).</p> <p>«Четкое отделение имманентной формы от трансцендентного порядка — это одно из изобретений (не знаю, к лучшему это было или к худшему) латинского христианства.</p> <p>Суть этого понимания в том, что «низшим» — имманентным или светским — порядком исчерпывается все существующее, а высший — трансцендентный — порядок есть изобретение человека» (Чарльз Тейлор. «Что такое светскость?» https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-svetskost/viewer)</p>
Статистический анализ	Это набор методов, используемых для обработки больших объемов данных и общих тенденций
Фокус-группа (ФГ), фокус-групповая дискуссия (ФГД), фокус-групповое обсуждение (ФГО)	Проведение глубинного фокусированного интервью в форме групповой дискуссии/беседы, в ходе которой собирается субъективная информация от его участников по обозначенному кругу проблем
Фасилитатор	Это тот, кто умело помогает группе людей понять их общие цели и помогает им спланировать их достижение, не занимая определенной позиции в дискуссии
Целевая группа	Это термин, используемый для обозначения группы людей, объединённых общими признаками, или объединённых ради какой-либо цели или задачи. Это группа, на которую направлено действие (изучение)

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература на казахском языке

1. Ройс Синглтон, Брюс Стрэйтс. Әлеуметтік зерттеу әдістері. «Oxford University Press» баспасы, 2017. – 672 б. / Оқулықтың жауапты редакторы – О.Алейдарова, аудармашылар – Н.Муминов, Д.Мазен, Ш.Қаниязов, А.Қуанышбекова, Ә.Мұхамеджанова.
2. Дэвид Бринкерхоф, Роуз Уейтс, Сюзан Ортега. Әлеуметтану негіздері. «South-Western College Pub» баспасы, 1992. – 464 б. / Оқулықтың аудармашылары – Ж.Бөрібаева, М.Амандосова, Г.Қалдыбаева, М.Сеңгірбай, Г. Чен.
3. Джордж Ритцер, Джеффри Степниcki. Әлеуметтану теориясы. «SAGE Publications» баспасы, 1995. – 832 б. / Оқулықтың аудармашылары – Д.Бурханова, С.Серікжанова, С.Дүйсенова, А.Мырзабекова, Г.Әбдікєрова.
4. Жүсіпова А. Әлеуметтану негіздері: оқу құралы. - Алматы: Экономика баспасы, 2012 – 280 б.
5. Қарабаев Ш.К. Әлеуметтану негіздері: оқу құралы. - Алматы: Экономика, 2007. - 528 б.

Литература на русском языке

6. Белановский С.А. Глубокое интервью и фокус-группы» (3-е издание), 2018. <http://www.sbelan.ru/Glubokoe-intervju-i-fokus-gruppy-4-e-izdanie-S-A-Belanovskij.html>
7. Гараджа В.И. Социология религии. Москва ИНФРА-М 2005
8. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. М., Флинта., 2005, 382 с.
9. Гречихин, В.Г. Социологические очерки / В.Г. Гречихин, В.Л. Гречихина. – М. : Канон : Реабилитация, 2010. – 255 с.
10. Григорьев СИ., Растов Ю.Е. Основы современной социологии: Учеб. пособие. – <http://irbis.asu.ru/mmc/grig/4.2.ru.shtml>.
11. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. М.: Книж. дом" Университет", 2003.
12. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования: Учебник. – М.: КДУ, 2006. – 296 с.
13. До и после тюрьмы. Женские истории: коллективная монография / под ред. Е.Л. Омельченко. – СПб.: Алетейя, 2012.
14. Добренков В.И. Методы социологического исследования: Учебник / МГУ. – М.: Инфра-М, 2006. – 768 с.
15. Иванов М.А. Беседа как метод исследования // социологическое исследование, 1989. № 4.
16. Капитонов Э.А. Социология XX века. – Ростов н/Д, 1996. – С. 379 – 504.
17. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.
18. Кутлалиев А. Умеете ли вы задавать вопросы? // Новые рынки. 2001.№ 4.
19. Левченко, И. Е. История и социология религии : практикум : [учеб.метод. пособие] - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. - 156 с.
20. Макарова, Л.С. Практическая социология : учеб. пособие / Л.С. Макарова, В.М. Круковер. – М. : Гамма-Пресс 2000, 2003. – 272 с.
21. Маслова О.М. Методика полевых исследований в социологии. – <http://rc.msses.ru/rc/Mpis.htm>.
22. Методическое пособие социолога-практика (словарь-справочник) / Под Д.А. Шевченко, А.И. Кравченко. М., 1990. С. 86.
23. Мещеркина Е. Ю., Семенова В. В. Биографический метод в социологии: история, методология и практика. М.: ИС РАН, 1994.

24. Мягков А.Ю. Влияние метода сбора данных на вербальное поведение респондентов // Социологический журнал, 1999. № ½. С. 133-142
25. Новикова, С.С. Методика составления социологической анкеты / С.С. Новикова. – М., 1993. – 60 с.
26. Около тюрьмы: женские сети поддержки заключенных / под ред. Е.Л. Омельченко и Дж. Пэллот. – СПб.: Алетейя, 2015.
27. Омельченко Е., Пилкингтон Х., Флинн М., Блюдина У., Старкова Е. Глядя на Запад: Культурная глобализация и российские молодежные культуры. Пер. с англ. О. Оберемко и У. Блюдиной. СПб.: Алетейя, 2004. <http://region.3ebra.com/files/nazapad.pdf>
28. Основы прикладной социологии: Учебник для вузов/ Ин-т «Открытое общество»; Под ред. Ф.Э.Шереги, М.К.Горшкова. – М.: ИНТЕРПРАКС, 1996. – 180 с.
29. Полевая кухня: как провести исследование / Под ред. Н. Гончаровой. - Ульяновск, 2004. <http://region.3ebra.com/generation/files/polevayakuhnya.pdf>
30. Прикладная социология : учеб. пособие / под ред. Ю.С. Колесникова. Серия «Учебники Феникса». – Ростов н/Д : Феникс, 2001. – 320 с.
31. Радугин, А.А. Социология : курс лекций / А.А. Радугин, К.А. Радугин. – М. : Библионика, 2008. – 224 с.
32. Самыгин С.И., Нечипуренко В.И., Полонская И.Н.. Религиоведение: социология и психология религий. Ростов-на-Дону; “Феникс”, 1996.
33. Страусс А., Корбин Д. Основы качественного исследования. Обоснованная теория. Процедуры и техники. М.: КомКнига, 2007.
34. Татарова Г. Г. Методология анализа данных в социологии (введение). Учебное пособие. М.: Издат. дом «Стратегия», 1998.
35. Уйти, чтобы остаться: Социолог в поле / Сб. статей под ред. Воронкова В., Чикадзе Е. СПб.: Алетейя, 2009.
36. Шмерлина И.А. Процедурные начала исследовательской социологии. Учеб. Пособие. – <http://www.unn.ac.ru/rus/f14/k2/courses/shmerll.htm>.
37. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., & Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. СПб.: Алетейя, 2009.
38. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности: Учеб. для вузов. Ин-т социологии РАН. – М.: Добросвет, 2003. – 596 с.
39. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования – М. : Омега-Л, 2009. – 576 с.

Литература на английском языке

40. Bryan S. Turner. 2010. The Sociology of Religion. Blackwell Publishing Ltd.
41. Denzin, Norman K., Lincoln, Yvonna S. (2005). The Sage Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks: Sage, 3rd ed.
42. Flick, Uwe. (2009). An Introduction to Qualitative Research. Sage.
43. Leavy, Patricia (ed.) (2014). The Oxford Handbook of Qualitative Research – <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199811755.001.0001/oxfordhb-9780199811755>
44. Peter B. Clarke. 2011. The Oxford Handbook of The Sociology of Religion. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199588961.002.0004
45. Richard K. Fenn. 2003. The Blackwell Companion to Sociology of Religion. Princeton Theological Seminary. By Blackwell Publishing Ltd.
46. Wolfinger, N. H. (2002). 'On Writing Field Notes: Collection Strategies and Background Expectancies', Qualitative Research, 2: 85 – 95.