

**Альтернативный вопрос** – один из видов закрытых вопросов, когда из нескольких предложенных вариантов ответа можно выбрать только один.

**Анализ документов** – один из методов сбора исследовательских данных. Предполагает использование информации, фиксированной в документах (текстах, изображениях). В библиотечных исследованиях применяется анализ читательских формуляров, читательских картотек, дневников библиотекаря, а также данных государственной или ведомственной статистики, публикаций и т.д.

**Анкета** (социологическая) – один из исследовательских документов, с помощью которых проводится опрос. Состоит из «шапки» (названия организации, проводящей исследование), инструкции (или нескольких инструкций) по заполнению и перечня вопросов, которые могут быть заданы в разной форме.

**Анкетный вопрос** – вопрос в той формулировке, в которой он непосредственно включается в анкету. Должен быть четким, конкретным, недвусмысленным, понятным респонденту. Может быть открытым, закрытым, полужакрытым. Может быть задан как в форме вопросительного предложения, так и в форме таблицы, шкалы, картинки, описанной ситуации и т. п. Его следует отличать от программного вопроса, который исследователь ставит перед собой в соответствии с целью, предметом и задачами исследования. При составлении анкеты один или несколько программных вопросов преобразуются в анкетные, при составлении отчета происходит обратная работа.

**Библиотечное поведение** – совокупность, система действий и поступков посетителя библиотеки, целью которых является получение интересующей его информации, конкретных материалов. Наблюдая за посетителем, исследователь последовательно фиксирует, как он себя ведет – обращается ли в каталог, к библиотекаря, библиографу (и с каким вопросом), отправляется ли в фонд открытого доступа, если да – просматривает ли только корешки, обложки или листает книгу, смотрит оглавление, аннотацию и т. д.; сколько времени он проводит в том или ином подразделении библиотеки. Характеризуя (например, в отчете) пользовательскую группу, исследователь говорит, какие способы подбора материалов эта группа предпочитает, какие типы библиотек; как часто ее представители посещают библиотеки. Иногда термин понимается более широко – к показателям библиотечного поведения относят библиотечный стаж (как давно пользователь посещает библиотеку), мотивы его обращения к библиотечным материалам, другие характеристики. Библиотечное поведение зависит как от организации обслуживания в той или иной библиотеке, типе библиотеки, так и от характеристик пользователя – социокультурных и психологических.

**Валидность** (от лат. validus – сильный) – обоснованность, мера пригодности, способность отдельного показателя, методики или метода в целом адекватно отражать, измерять именно ту или те характеристики, для изучения которых данный показатель или метод предназначен. Например, если надо узнать о том, насколько активно и интенсивно посещают библиотеку представители той или иной группы пользователей, более валидным будет анализ документов (просмотр формуляров представителей этой группы), а не анкетирование – поскольку респонденты могут преувеличить частоту своих посещений.

**Вопрос-фильтр** – употребляется в тех случаях, когда нужно получить информацию не от всех, а от определенной части респондентов. Например, вы проводите опрос вне библиотеки (в школе, на улице и т. п.) и хотите выделить тех, кто является вашим пользователем, чтобы задать им ряд вопросов о вашей библиотеке. Тогда в качестве фильтра выступит вопрос, записан ли к вам респондент, а далее вы предложите ответить на интересующие вас вопросы о библиотеке только тех, кто ответил «да», остальных же попросите перейти к следующим вопросам.

**Выборка** – часть генеральной совокупности, отобранная по определенным правилам. Количество единиц в выборке должно позволять получить данные о каждой из интересующих исследователя групп респондентов (например, отдельно о читателях–рабочих и пенсионерах, о посетителях разных подразделений библиотеки, о читателях и читательницах и т. п.). С другой стороны, надо учитывать реальные возможности исследователя по сбору и обработке полученной информации. Чем точнее выборка, тем выше репрезентативность исследования. Для многих библиотечных исследований полезной может быть квотная выборка, суть которой состоит в построении микромоделей объекта, проявляющей те его признаки, которые значимы для анализа. Например, в выборке исследования, предметом которого является удовлетворенность посетителей работой библиотеки, должны быть представлены абоненты разного возраста и пола; учащиеся и не учащиеся; посещающие библиотеку давно и недавно, более и менее интенсивно.

**Гендер** (англ. gender, от лат. gens – род) – понятие, принятое в современных социальных науках. Основано на том, что культура традиционно предъявляет к мужчинам и женщинам различные требования, диктует им различные ценности и нормы социального поведения. Параллельно существует и понятие пола (sex) как системной совокупности именно биологических свойств, отличающих мужчину от женщины. Гендер – «социальный пол», в соответствии с которым человек строит свое поведение в обществе, социально детерминированные роли и сферы

деятельности мужчин и женщин, зависящие не от биологических половых различий, а от социальной и культурной организации общества.

**Генеральная совокупность** – группы людей, на которых распространяются выводы исследования. Это может быть население города, села; люди определенного возраста; читатели той или иной библиотеки и т. п. В программе они выступают как объект исследования. Из них по определенным правилам формируется выборочная совокупность – выборка.

**Групповое интервью** – такой способ получения информации, когда интервьюер общается с целой группой опрашиваемых, но выслушивает их ответы на поставленные вопросы от каждого поочередно, индивидуально. Специфическим видом группового интервью является интервью фокусированное (фокус-группа).

**Данные исследования** – структурированная и формализованная информация, собранная в результате исследования.

**Задачи исследования** – действия, которые надо совершить (проблемы, которые надо изучить), чтобы ответить на программные вопросы в соответствии с целью и предметом исследования. Количество задач и степень их детализации обычно зависит от темы, от степени ее изученности, от используемых методов.

**Закрытый вопрос** – анкетный вопрос, на который предложены готовые варианты ответов. Может быть альтернативным и не альтернативным. Может быть задан как в форме вопросительного предложения, так и в форме таблицы, шкалы, картинки, описанной ситуации и т. п.

**Инструментарий** – набор исследовательских документов, с помощью которых проводится исследование. Это может быть, например, анкета, несколько анкет, бланк анализа спроса, схема анализа читательских формуляров; сюда же относятся кодировочные листы, инструкции для сборщиков информации и т. п.

**Интервью** (от англ. interview – беседа с глазу на глаз) – один из основных методов опроса. Предполагает непосредственный (личный или телефонный) вербальный контакт (разговор) опрашивающего с опрашиваемым. Может быть более или менее стандартизированным (формализованным). Может быть индивидуальным и групповым.

**Контент-анализ** – вид анализа документов, при котором происходит не только качественный, но и количественный анализ их содержания. Для этого выделяются некоторые смысловые единицы текста (отдельные слова, словосочетания, понятия, оценки и т.п), а затем производится их подсчет, различного рода количественные сравнения и сопоставления. Так происходит, например, при

анализе формуляров – можно подсчитать и сравнить частоту обращения читателей к классической и современной беллетристике, к учебникам и т. д. Элементы контент-анализа используются также при обработке данных анкетирования – текстов ответов на открытые и полузакрытые вопросы.

**Косвенный вопрос** – вопрос, в котором респонденту предлагается согласиться или не согласиться с утверждением, мнением, позицией, высказанной или якобы высказанной кем-то другим. Он обычно начинается со слов типа «принято считать, что...», «многие думают, что...» и заканчивается словами «а каково Ваше мнение?», «а как считаете Вы?». Такого рода вопросы задаются в случаях, когда исследователь предполагает, что на прямой вопрос респондент по той или иной причине не станет отвечать искренне. Иногда, в соответствии с задачами исследования, предложенная в косвенном вопросе позиция может быть радикальной или провоцирующей. Например: «Многие сегодня думают, что библиотеки уже никому не нужны и скоро исчезнут. Согласны ли Вы с этим?».

**Метод семантического дифференциала** – особый способ построения закрытых альтернативных вопросов, в которых респондента просят оценить какие-либо качества, характеристики чего-либо (например, библиотеки). Вместо текстовых вариантов ответов о каждом из этих качеств респондент должен сделать одну отметку на каждой из предложенных ему шкал. Крайние левые точки этих шкал означают высшую положительную степень каждого качества (например – библиотека очень уютна, время ее работы очень удобно); крайние правые – высшую отрицательную степень. Шкалы располагаются под вопросом в виде горизонтальных линий, в середине их пересекает общая вертикаль, точка пересечения ее с каждой шкалой означает среднюю степень соответствующего качества, признака.

**Методика исследования** – система последовательных действий, операций для изучения конкретной проблемы или ряда проблем. Обычно регламентируется специальным документом. В конкретной методике могут быть использованы различные методы. Например, методика изучения библиотечного спроса, разработанная социологами РГЮБ, включает и наблюдение, и анкетирование.

**Наблюдение (социологическое)** – метод сбора информации путем непосредственной регистрации исследователем событий, явлений и процессов, происходящих в определенных условиях. В библиотечных исследованиях так можно изучать, например, внутреннюю и внешнюю среду библиотеки; поведение читателя в фонде открытого доступа или поведение посетителя массовых мероприятий; наблюдение осуществляется также и при анализе спроса и выдачи. Особым видом является включенное наблюдение, когда наблюдатель лично

участвует в наблюдаемом процессе. Обязательный инструментарий при использовании этого метода – специальный документ (бланк, схема) для фиксации результатов.

**Не альтернативный вопрос** – один из видов закрытых вопросов, когда из предложенных вариантов ответа можно выбрать сразу несколько.

**Нестандартизированное интервью** (неструктурированное, неформализованное, свободное) – беседа с респондентом, ведущаяся без заранее составленного плана, в которой нет ни сформулированных вопросов, ни определенной их последовательности, а есть лишь круг проблем, по которым надо собрать информацию. Бланк может быть заменен списком тем или примерным планом; вопросы открытые. Этот вид интервью часто используется при опросе экспертов или если исследователь не очень четко видит исследуемую проблему.

**Объект исследования** – то, что исследуется. В библиотечных исследованиях это чаще всего те или иные группы людей: реальные или потенциальные абоненты библиотеки; учащиеся окрестных школ; население города, поселка; работники библиотеки и т. д.; объектом может стать также библиотека в целом.

**Опрос** – один из методов сбора исследовательских данных, получение информации с помощью обращения к группе людей с вопросами. Основные виды: анкетирование – когда респондент сам заполняет подготовленную исследователем анкету (сегодня именно оно наиболее широко применяется в библиотечной социологии) и интервьюирование – когда интервьюер задает вопросы и фиксирует на специальном бланке ответы респондента. Различаются опрос экспертов и массовые опросы – опрос аудитории и опрос населения.

**Опрос аудитории** – обращение с вопросами к группе населения, объединенной каким-либо видом деятельности (посещением театров, чтением газет, любительскими занятиями и т. п.). Именно эта группа выбирается в качестве объекта исследования, а само исследование обычно проводится или заказывается структурой, организующей, ведущей такую деятельность. Аудиторией библиотечных социологов являются реальные (а в какой-то мере – потенциальные) пользователи библиотек.

**Опрос населения** – обращение с вопросами к респондентам, находящимся вне данной структуры, организации. Для библиотечного социолога это, например, выход с анкетами в окрестную школу. Особым случаем является опрос так называемых «целевых групп» – инвалидов, бизнесменов, представителей местной власти. Провести опрос населения обычно бывает гораздо труднее, чем опрос аудитории.

**Опрос экспертов** – обращение с вопросами к профессионалам, достигшим успеха и известности в сфере деятельности, связанной с предметом исследования. Для библиотечного социолога экспертами в различных случаях могут явиться научные работники (социологи, социальные психологи, культурологи, педагоги), преподаватели, издатели, представители власти, а также коллеги–библиотекари. Экспертам обычно задаются открытые вопросы, это могут быть и непосредственно программные вопросы. В отличие от массовых опросов, экспертный не требует большого количества участников; достаточно (в зависимости от разработанности темы исследования) 10–15 человек.

**Открытый вопрос** – анкетный вопрос, ответ на который респондент должен сформулировать самостоятельно и записать на специально отведенном для этого месте. Обработка и анализ таких ответов обычно ведется с использованием элементом контент–анализа. И для респондента, и для исследователя работа с открытыми вопросами сложнее, чем с закрытыми. Однако полученная информация может оказаться очень интересной, новой и неожиданной.

**Пилотаж** – предварительный этап сбора данных, практическое опробование методики исследования. Заполняется небольшое количество исследовательских документов (в библиотечных исследованиях – 10–20 анкет, бланков), при необходимости в них вносятся изменения.

**Показатель** – некоторая эмпирическая характеристика свойств явления или процесса (конкретные цифры и факты). Например, *показатель библиотечного стажа* – количество лет, в течение которых человек посещает библиотеку. *Показатель значимости того или иного источника информации* – частота, интенсивность обращения к этому источнику. *Показатель мотивации обращения в библиотеку* – отмеченные респондентами деловые и свободные мотивы. *Показатель популярности автора или темы* – частота соответствующих упоминаний. Фактически именно показатели обеспечивают возможность проверки ваших теоретических положений, гипотез с помощью эмпирических данных. Поэтому система показателей должна быть обдумана на этапе составления программы исследования. При разработке инструментария выбранные показатели представляются в вариантах ответов на закрытые вопросы, в схемах анализа формуляров, кодировочных бланках и т. д. Формулировка открытых вопросов также должна давать возможность вычленения в ответах необходимых показателей.

**Полузакрытый вопрос** – закрытый вопрос, отвечая на который респондент может не только выбрать ответ из предложенного ему перечня, но и написать свой вариант на специально отведенном для этого месте. В большинстве случаев

лучше использовать именно такие вопросы, а не жестко закрытые, поскольку это позволяет респонденту чувствовать себя более свободно и комфортно, а исследователю дает возможность получить дополнительную информацию.

**Полустандартизированное интервью** (полуструктурированное, полужформализованное) – вид беседы, предполагающий использование как открытых, так и закрытых вопросов. Обычно стандартизируются только самые важные вопросы и веер вариантов ответов к ним. Другие вопросы интервьюер может формулировать произвольно, ориентируясь по ситуации.

**Предмет исследования** – те стороны, свойства, характеристики объекта исследования, которые выбраны для изучения. Например: информационные потребности учащейся молодежи, представления посетителей о современной библиотеке; культурные ресурсы организаций, образующих внешнюю среду библиотеки – и т. п.

**Проблемная ситуация** – совокупность обстоятельств, связанных с состоянием того, что выбрано в качестве предмета исследования; комплекс событий и факторов, повлиявших и продолжающих влиять на его развитие. Принято считать, что в проблемной ситуации всегда присутствует некоторое противоречие между осознанной потребностью в какой-то информации и отсутствием такой информации – отсюда и необходимость в проведении исследования. С описания проблемной ситуации обычно начинается программа исследования.

**Программа исследования** – специальный документ, описывающий основные характеристики будущего исследования: его цель, проблемную ситуацию, объект, предмет, задачи, методы, принципы выборки, этапы, сроки, где и кем оно проводится.

**Программный вопрос** – вопрос, поставленный исследователем перед собой, определенный целью и предметом исследования. Его следует отличать от анкетного вопроса, который задается непосредственно респондентам. При составлении анкеты один или несколько программных вопросов преобразуются в анкетные, при составлении отчета происходит обратная работа.

**Репрезентативность** – представленность в выборке тех характеристик генеральной совокупности, которые являются значимыми для предмета исследования. Репрезентативным для данной библиотеки будет, например, такое исследование читательского спроса, когда полученная от выбранных вами респондентов информация отразит спрос всех пользователей – и молодежи, и пенсионеров; и женщин, и мужчин. А для этого каждая группа пользователей должна быть представлена в выборке.

**Респондент** (от англ. respond – отвечать) – человек, попавший в выборку и отвечающий на вопросы.

**Социально-демографический блок** – часть анкеты или бланка интервью, включающая вопросы о социально-демографическом статусе респондента: его возрасте, поле, образовании, месте работы и учебы, составе семьи и т. п.

**Стандартизированное интервью** – вид интервью, при котором беседа ведется по бланку, где вопросы жестко сформулированы, закрыты, задаются в определенном порядке. Этот вид удобен в случае массовых опросов.