

плению морально-психологического климата в воинских коллективах, предупреждению конфликтов среди военнослужащих.

1. Пономарева, М.А. Психологическая компетентность руководителя / М.А. Пономарева. – Минск : ТетраСистемс, 2009. – 208 с.

2. Внутренние войска МВД Республики Беларусь как объект социологического изучения : материалы социол. и соц.-психол. исслед., провед. науч.-исслед. лабораторией фак. внутр. войск / В.Г. Малащенко [и др.]. – Минск : Воен. акад. Респ. Беларусь, 2017. – 185 с.

3. Ефремов, О.Ю. Коммуникативный кодекс военнослужащего / О.Ю. Ефремов, С.Э. Зверев // Воен. мысль. – 2015. – № 10. – С. 73–78.

*V.G. Malaschenko*

FORMATION OF THE COMMUNICATIVE CULTURE OF MILITARY SERVICE INTERNAL TROOPS AS A CONDITION OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE MILITARY COLLECTIVE

*The article reflects the significance of the development of communicative culture and competence among the military personnel of internal troops, gives their distinctions with similar concepts, points out the need to introduce speech education and use the “military communicative code” in the training of military personnel.*

*Keywords: communicative culture, communicative competence, communicative skills, communicative skills, communicative knowledge.*

## Раздел III ЮРИДИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316.334.4

*Е.Е. Кучко, доктор социологических наук,  
профессор*

### КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ

*Обоснованы возможности использования социологической науки, методов социологического исследования для изучения состояния правовой культуры населения и правовых явлений, представлена методика работы с конкретными методами социологических исследований.*

*Ключевые слова: социологическое исследование, методы социологического исследования, качественные и количественные методы социологического исследования, социология права, правовая культура.*

Совокупность традиций, норм, ценностей, идеалов, обычаев, социальных норм и образцов поведения, богатство форм и видов человеческой деятельности социологи относят к культуре. В.С. Степин определяет культуру как «систему исторически развивающихся, надбиологических программ человеческой деятельности, поведения и общения, выступающих условием воспроизводства и изменения социальной жизни во всех ее основных проявлениях» [1]. Именно культура сохраняет, передает и создает формы деятельности, поведения и общения людей. Сложившиеся в ходе социального развития нормы, образцы и идеалы выступают регулятором поведения людей и поддерживаются системой морали и права. Составной частью и фактором развития права выступает правовая культура.

Правовая культура, являясь элементом духовной жизни общества, отражает качественное состояние его правовой жизни. Формируясь вместе с государством, она аккумулировала в себе все достижения в области общественных правоотношений, законодательства, науки о государстве и праве. Состояние правовой культуры, ее содержание проявляются в поведении людей, уровне развития юриспруденции, структуре и компетенции государственных учреждений, степени совершенства правовых актов. Это позволяет определить правовую культуру как «ценностно-нормативную систему, включающую совокупность правовых знаний,

убеждений, ценностей, ценностных ориентаций и установок индивидов, социальных общностей и общества в целом, реализуемых в правовой деятельности и поведении» [2, с. 95]. Правовую культуру предлагается исследовать в трех аспектах: во-первых, как систему ценностей, мировоззренческих установок в области права, подкрепленных профессиональными правовыми знаниями; во-вторых, как совокупность общественных мнений, оценок содержания и действия норм правовой системы в целом; в-третьих, как достигнутый уровень накопления, владения и пользования правовой информацией [3, с. 97]. Кроме того, правовая культура может быть изучена на уровне общества в целом, на уровне конкретных социальных общностей и на уровне индивида. На любом уровне правовая культура проявляет себя как нормативный ориентир правового поведения и формирует тот уровень правового сознания, который необходим обществу.

С учетом важности формирования правовой культуры населения необходимо проведение социологических исследований (как мониторинговых, так и лонгитюдных, а также институционализации специальной социологической теории – социологии права) с целью диагностики уровня ее развития, направлений и способов ее совершенствования [2, 4].

Социологические исследования обозначенного проблемного поля позволяют выявить факторы, воздействующие на состояние правовой культуры, и определить тенденции ее развития. Также они создают базу данных для обоснования и реализации социальных проектов и программ по повышению правовой культуры населения, способствуют выработке практических рекомендаций по преодолению недостатков социальной практики в области правовых отношений, информированию населения по вопросам правовой культуры, формируют общественное мнение и содействуют укреплению прогрессивного правового мышления и правового поведения. Использование результатов социологических исследований позволяет более глубоко изучить особенности правовой культуры, создает научную и информационную основу для принятия соответствующих управленческих решений по ее развитию.

Наряду с количественными характеристиками правовой культуры (например, тенденции ее развития, особенности текущего состояния) социологические исследования позволяют изучить ее качественную сторону (например, определить субъективную специфику формирования правовых ценностей определенных групп населения, субъективные причины нарушения тех или иных правовых норм и особенности правовой социализации). Таким образом, речь идет об использовании количественных и качественных методов социологического исследования.

К количественным методам относятся методы формализованных опросов (анкетные опросы и формализованные интервью), структурированного наблюдения и контент-анализа документов. В основе этих методов высокая степень формализации, дедуктивный подход к анализу информации, выявление тенденций, большая выборка, репрезентативность данных и возможность их распространения на всю генеральную совокупность. В силу того, что методология и методика реализации исследовательских работ с применением группы количественных методов системно описаны в современной научной социологической литературе [5–7], в рамках данной статьи мы более подробно остановимся на специфике применения именно качественных методов социологического исследования.

К качественным методам относятся методы неформализованных опросов (фокус-группы и глубинные интервью, нарративные интервью), неформализованного наблюдения и традиционные методы анализа (изучения) документов. В основе этих методов низкая степень формализации, индуктивный подход к анализу информации, углубленное понимание исследуемой реальности в рамках отдельного случая, малая выборка и невозможность экстраполяции полученных результатов исследования на всю генеральную совокупность.

Характерная особенность современного этапа развития социологии – возрастание интереса к качественным методам социологических исследований. Это связано как с акцентуацией внимания на изучении социальных объектов микроуровня, так и с осознанием разницы между познавательными возможностями количественных и качественных методов сбора данных, ограниченности количественных методов при изучении редких социальных явлений, особых форм поведения и мотивации людей.

Качественные методы социологического исследования преимущественно направлены на изучение субъективной стороны существования правовой культуры. Они сфокусированы на частном (индивидуальном), особенном в описании целостной картины правовой культуры. Использование качественных методов эффективно при изучении своеобразия отдельного случая в правовой культуре, формирования правовой культуры в периоды реформирования общественных отношений, а также новых явлений или процессов, происходящих в правовой культуре и не имеющих массового распространения (например, исследование правовых субкультур).

Самыми распространенными качественными методами социологических исследований выступают фокус-группы и глубинные интервью.

Фокус-группа – опросный групповой метод сбора социологической информации по заданной теме с участием модератора (ведущего), основанный на принципах групповой динамики. Используя этот метод, можно лучше понять мотивацию участников дискуссии, выявить разнообразие мнений по изучаемой проблеме. Это дает возможность глубже понять и объяснить поведение и мотивацию людей в правовом поле, определить особенности понимания права и отношение к нему, выявить идеи, которые могут быть полезны для разработки рекомендаций по повышению уровня правовой культуры, а также уточнить данные, собранные количественными методами.

С помощью фокус-групп можно определить проблемы, связанные с предметом исследования, и совместно найти пути их решения.

Методика проведения фокус-групп предполагает составление гайда (опросника-инструментария) для групповой дискуссии. Он принципиально отличается от инструментария, используемого в опросных количественных методах. Здесь не обязательно строго придерживаться заданного набора вопросов, но модератор должен стимулировать дискуссию среди участников в рамках поставленной проблемы.

При этом должны быть установлены рамки дискуссии, тема, круг и порядок обсуждаемых вопросов (от общего к частному). Предусматривается возможность нарушения регламента групповой дискуссии с целью получения уточнений, дополнений по обсуждаемой теме. Ценность метода состоит в групповой динамике, т. е. в атмосфере обсуждения, в которой каждый участник может свободно и без подготовки высказывать свое мнение по обсуждаемой проблеме, что позволяет выявить новые и иногда неожиданные точки зрения.

Подбор участников фокус-групп называется рекрутингом. Оптимальное число участников дискуссии – 7–9 человек, не знакомых друг с другом, а количество дискуссий определяется степенью насыщенности и повторяемости получаемой информации от группы к группе.

Анализ и обобщение материалов социологических исследований с применением качественных методов происходит по совершенно иной схеме, нежели в исследованиях с применением количественных методов. В качественных социологических исследованиях работают с малыми выборками и даже с единственным, особым случаем, поэтому говорить о репрезентативности данных методологически неправильно. В качественных исследованиях невозможен статистический анализ, в них значимость данных не связана с размером выборки и не предполагает применения выборки в классическом понимании, так как задачей является понимание явления или проблемы, а не перенос выводов на

большие социальные общности. Участники фокус-группы отбираются на основе социально-демографических индикаторов или характеристик их поведения. Главное при отборе участников состоит в том, чтобы они были перспективными для обсуждения проблемы и однородными по какому-либо критерию, связанному с целями и задачами исследования.

В силу того, что процесс фокус-групповой дискуссии всегда предполагает аудио- и (или) видеозапись, обязательным условием является получение согласия участников на такую форму регистрации информации, а соблюдение полной ее анонимности обеспечивает подписание этического (информационного) согласия, в котором участники разрешают использовать предоставленные сведения в научных целях с гарантией анонимности, полученной от исследователей.

Глубинное интервью имеет целью изучение личного опыта, переживаний, чувств конкретного человека относительно понимания, оценки состояния правовой культуры и самооценки. Интервью проводится в соответствии с заранее разработанным гайдом, порядок и тематика вопросов которого могут меняться по ходу интервью. Исследования с использованием глубинных интервью социологи проводят на малых выборочных совокупностях, так как в центре внимания находится частное, субъективное, индивидуальное, особенное. Таким образом, глубинное интервью применяется тогда, когда исследователя интересует субъективный аспект реальных взаимодействий между структурами, социальными институтами и организациями в описании целостной картины социальной практики в сфере правовых отношений.

Глубинное интервью – это вид свободного, неструктурированного интервью, нацеленного на получение полной, глубоко личностной информации, которая ценна в силу своей уникальности, широты ассоциаций. В этом случае социолог задает только тему беседы, а далее выслушивает рассказ респондента без каких-либо вмешательств в него. Предполагается, что в ходе вольного изложения фактов и отношения к ним, переживаний и оценок в памяти респондента ассоциативно возникают в первую очередь те моменты и эпизоды, которые важны для него, имеют наибольшую субъективную ценность. Регистрация результатов такого интервью предполагает аудиозапись или дословную запись по горячим следам, что означает необходимость получения разрешения на ее осуществление со стороны респондента и заключение этического согласия. Анализ результатов глубинных интервью осуществляется по тем же принципам, что и анализ информации в фокус-группах.

Выбор глубинного интервью в качестве метода социологического исследования оправдан в следующих случаях: если изучаемая проблема

требует работы с экспертами как носителями особых знаний; изучаемая тема носит весьма личный характер; респонденты имеют особый статус, а также при изучении инновационных форм в области сложившихся правоотношений. Метод глубинного интервью применяется на небольших выборочных совокупностях, а для отбора респондентов используется метод снежного кома, когда интервьюируемого человека просят посоветовать кого-либо из своего окружения с набором определенных социально-демографических характеристик.

Особенность глубинных интервью состоит в том, что они проводятся всегда индивидуально, лицом к лицу, что сводит к минимуму влияние мнений других людей на ответы респондента. Кроме того, метод позволяет изучать мнения специфических категорий респондентов (например, представителей правовых субкультур). Исследователь в ходе глубинного интервью может использовать визуальные материалы, проективные техники, что способствует получению более полных ответов, позволяет узнать не только мнение респондента по какому-либо вопросу, но и информацию об особенностях его личности в целом, что в конечном итоге может оказать существенную помощь при анализе материалов интервью. Однако необходимо помнить, что качественные методы социологических исследований ориентируют на изучение состояния проблемного поля на микроуровне, а полученная информация не предполагает статистического анализа.

Вместе с тем качественные методы могут быть использованы в сочетании с количественными, что позволяет сопоставлять информацию, полученную из разных источников, разными методами, и способствует обеспечению научной обоснованности и надежности выводов по результатам социологических исследований. Применение количественных и качественных методов может значительно расширить исследовательское поле правовой культуры.

1. Социология : энциклопедия / сост.: А.А. Грицанов [и др.]. – Минск : Книж. Дом, 2003. – 1312 с.
2. Шкурова, Е.В. Социология права : пособие / Е.В. Шкурова. – Минск : БГУ, 2016. – 175 с.
3. Кизима, С.А. Социология права : курс лекций / С.А. Кизима, М.А. Кизима. – Минск : Изд-во МИУ, 2003. – 89 с.
4. Беспальный, О.В. Социология права : учеб.-метод. комплекс / О.В. Беспальный. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2009. – 175 с.
5. Кучко, Е.Е. Методология и методы социологических исследований : пособие / Е.Е. Кучко, С.Н. Бутова, Л.В. Филинская. – Минск : БГУ, 2018. – 251 с.
6. Ротман, Д.Г. Избранное / Д.Г. Ротман. – Минск : БГУ, 2009. – 386 с.
7. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – М. : Наука, 1998. – 596 с.

*E.E. Kuchko, Doctor of Sociological Sciences, Professor*  
QUALITY AND QUANTITATIVE METHODS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH OF LEGAL CULTURE

*Substantiates the possibility of using sociological science, methods of sociological research to study the state of the legal culture of the population and legal phenomena, presents the methods of working with specific methods of sociological research.*

*Keywords: sociological research, methods of sociological research, qualitative and quantitative methods of sociological research, sociology of law, legal culture.*

УДК 316.77 + 343.97 + 008

*С.В. Масленченко, кандидат культурологии,  
доцент*

### **ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ МИЛИЦИИ (ПОЛИЦИИ) В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ**

*Исследуются основные предпосылки и особенности виртуализации отдельных социальных институтов в правоохранительной сфере, особенности регулирования органами внутренних дел социальных отношений в киберпространстве. Выделяются два процесса в регулировании общественных отношений в пространстве. В качестве критерия возникновения новых социальных институтов в правоохранительной сфере, деятельность которых происходит преимущественно в цифровом пространстве и онлайн-способами, предлагается рассматривать доминирование в структуре деятельности киберполиции онлайн-методов и средств работы над офлайн-методами и средствами.*

*Ключевые слова: социальный институт, институциализация в киберпространстве, интернет, кибернетическая безопасность, киберпреступность, киберполиция.*

Современные информационные технологии и интернет проникают в жизнь отдельных граждан и всего общества. Складывается целый комплекс общественных отношений, которые существуют не только в социальной реальности, но и в цифровом пространстве.

Структурными элементами любого социального института являются, во-первых, социальные группы и социальные организации, удовлетворяющие те или иные общественные потребности; во-вторых, совокупность принятых норм, социальных ценностей и образцов поведения; в-третьих, социальные ресурсы, используемые в деятельности института. К этим признакам социального института можно добавить еще один – общественно признанную миссию по удовлетворению общественных потребностей. По мере развития информационного обще-