МОК

Казахская головная архитектурно-строительная академия

Дисциплина: Социология

Тема №3. МЕТОДИКА И ТЕХНИКА КОНКРЕТНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Алматы 2016



ПЛАН ЛЕКЦИИ №3

МЕТОДИКА И ТЕХНИКА КОНКРЕТНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

- □1. Общая характеристика социологического исследования структуры, методов.
- □2. Эксперимент.
- □3. Опрос. Анкетирование.
- □4. Интервью.
- □5. Наблюдение.

Задания для СРСП: ТЕСТЫ по теме.

□Рекомендуемая литература.





1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ – СТРУКТУРЫ, МЕТОДОВ

Конкретное социологическое исследование (с сер. XVII в.) — это система теоретических и эмпирических процедур, позволяющая получить новые знания о социальном объекте (процессе, явлении) для решения фундаментальных и прикладных задач.

Социологическое исследование состоит из четырех взаимосвязанных этапов:

- 1) подготовка исследований;
- 2)сбор первичной социологической информации;
- 3) подготовка собранной информации для ее обработки;
- 4) анализ обработанной информации, подготовка отчета по итогам исследования.

Различают три основных вида социологического исследования: разведывательное, описательное и аналитическое.

Разведывательное исследование – наиболее простой вид исследования, решает ограниченные задачи и изучает небольшие обследуемые совокупности.

Описательное исследование — более сложный вид исследования, предполагающий получение эмпирических сведений для целостного представления об изучаемом явлении.



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ – СТРУКТУРЫ, МЕТОДОВ

Аналитическое исследование – самый сложный вид исследования, преследующий целью не только описание изучаемого явления, но и выяснение причин, лежащих в его основе.

Непосредственная подготовка исследования предполагает разработку его *программы, рабочего плана и вспомогательных документов*.

Программа исследования — это стратегический документ исследования. Она представляет собой тезисное изложение концепции организаторов работы, всестороннее теоретическое обоснование подходов к изучению социальных фактов. Программа состоит из двух частей — методологической и методической.

Первая – методологическая часть, – включает формулировку и обоснование проблемы, указание цели, определение объекта и предмета исследования, логический анализ основных понятий, формулировку гипотез и задач.

Вторая — методическая часть, — включает определение обследуемой совокупности, характеристику используемых методов сбора первичной социологической информации.



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ – СТРУКТУРЫ, МЕТОДОВ

К структурным элементам программы конкретного социологического исследования относятся:

- 1. Объект конкретного социологического исследования социальный факт или социальная проблема, т.е. созданная жизнью противоречивая ситуация.
- **2.** Предмет конкретного социологического исследования это свойства объекта, наиболее полно выражающие проблему.
 - 3. Гипотеза является предварительным предположением, объясняющим социальный факт с целью его последующего подтверждения или опровержения.
 - 4. Задачи формулируются в соответствии с целью и гипотезами.
 - 5. Генеральная совокупность это все люди, территориально и по времени причастные к изучаемому объекту.
- 6. Выборочная совокупность это респонденты, отобранные для обследования с помощью того или иного метода выборки.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В социологии выделяют три группы методов:
первая группа – общенаучные методы
(анализ и синтез, восхождение от частного к общему, статистический и т.д.);
вторая группа – общие подходы;
третья группа – методы конкретного социологического исследования.

Основными методами социологического исследования являются:

опрос, наблюдение, анализ документов, экспертная оценка, эксперимент, социометрия, измерение социальных установок.

Количественные методы исследования — методы исследования, в которых конечные данные выражаются в цифровой форме.

Качественные методы исследования — методы исследования, в которых социологи полагаются на свое мастерство включенного интервьюера или наблюдателя для сбора уникальных данных.



2. ЭКСПЕРИМЕНТ

Эксперимент (от лат. experimentum – проба, опыт) – это научный метод исследования для проверки экспериментальной гипотезы в контролируемых и управляемых условиях и наличием причинно-следственных связей между явлениями и процессами.

Социологический эксперимент основывается на разработке и проверке в рамках научного исследования гипотезы и установления причинных связей между феноменами.

Эксперимент воспроизводится в описанных условиях неограниченное количество раз, и даёт идентичный результат. Он отличается от наблюдения активным взаимодействием с изучаемым объектом.

Эксперимент является краеугольным камнем эмпирического подхода к знанию. Критерий *К.Поппера – принцип фальсификации* («Логика научного исследования», 1959; «Предположения и опровержения», 1963), заключающийся в том, что конечным критерием научного знания является фальсифицируемость (опровергаемость) выдвигаемых ею гипотез.



2. ЭКСПЕРИМЕНТ

Схема эксперимента следующая:

- 1)выдвижение гипотез;
- 2)выбор экспериментального и контрольного объекта (или состояний одного объекта);
- **3) определение нейтральных, факторных** (будем менять) и **контрольных** (будем отслеживать) **характеристик объекта**;
- **4) подтверждение или опровержение гипотез** о причинно-следственных связях между явлениями.

Самые знаменитые социологические эксперименты — это *Хоторнские* эксперименты (1927-1932) американского социолога *Э.Мэйо* на тему «повышение производительности труда». В итоге наблюдаемые пришли к выводу, что улучшение производительности наблюдаемых больше зависит от дружественных отношений между работниками. Этот выход стал основой эффективного управления, основанного на человеческих отношениях.



3. ОПРОС. АНКЕТИРОВАНИЕ

Самый распространенный метод социологических исследований — это *опрос*, с помощью которого собирается 90% социологической информации.

Метод опроса активно используют медики, юристы, журналисты, педагоги и др.

В социологии специфика опроса состоит прежде всего в том, что при его использовании источником первичной социологической информации является человек (респондент) — непосредственный участник исследуемых социальных явлений.

Существуют две основные разновидности опроса по форме проведения: 1) письменные, к которым относятся анкетирование и тестирование; 2) устные, к которым относится – интервьюирование.

Опросы могут проводиться в очной или заочной форме.

Преимущества опроса заключаются в: а) коротких сроках сбора информации; б) получении разнообразной информации; в) охвате больших совокупностей людей; г) охвате различных областей социальной практики.

Несовершенством данного метода является **искажение информации** в силу субъективного восприятия и оценки социального факта респондентами.

Лица, которые отвечают на вопросы, называются респондентами.

Опрос предоставляет исследователю информацию пяти типов: 1. факты (биографические сведения о респонденте); 2. знания (суждения опрашиваемого об окружающем мире); 3. мнения (суждения о взглядах респондента на предметы и события); 4. отношения (оценки респондентов на определенные события, людей); 5. поведенческие отчеты (утверждения опрашиваемых об их действиях).

3. ОПРОС. АНКЕТИРОВАНИЕ

Другими разновидностями опроса являются:

1) исследовательская беседа; 2) экспертный опрос.

Исследовательская беседа по форме **близка к свободному интервью** характеризуется совместным — исследователя с респондентом — поиском истины, методически близка к экспертному опросу.

Наиболее распространенным в практике прикладной социологии является анкетирование. Оно может быть групповым или индивидуальным.

Групповое анкетирование предполагает присутствие **социолога и группы в 15-20 человек**, с возможностью консультаций по технике заполнения анкеты и контроля со стороны социолога. **Индивидуальное анкетирование** подразумевает **раздачу анкет респондентам на определенный срок для заполнения без присутствия анкетера**, с последующей проверкой по ходу возврата анкет.

Анкета — это объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественных и качественных характеристик объекта.

Композиционно данный сценарий беседы с респондентом включает знакомство с: 1) темой исследования, целями опроса, названием проводящей его организации и объяснением техники заполнения анкеты; 2) психологической установкой на сотрудничество, т.е. с блоком простых вопросов, преследующих целью заинтересовать собеседника; 3) содержательной частью, т.е. блоком главных вопросов, отвечающих цели исследования; 4) паспортичкой, т.е. социально-демографическим блоком вопросов.

3. ОПРОС. АНКЕТИРОВАНИЕ

Анкетные вопросы классифицируются по

содержанию, форме и функциям.

По содержанию они подразделяются на вопросы о: 1) фактах сознания (выявление мнений, пожеланий, планов на будущее); 2) фактах поведения (выявление поступков, результатов деятельности); 3) личности респондента.

Классификация анкетных вопросов по форме – это деление их на:

- **а) открытые вопросы,** рассчитанные на индивидуальные ответы в письменном виде без предложенных социологами вариаций, и **закрытые** (с набором вариантов ответов).
- **б) прямые вопросы,** требующие от респондента критического отношения к себе, к окружающим или оценки негативных явлений, и косвенные, проверяющие информацию прямых вопросов, дополняющие ее.

PARMINIT

- По функции анкетные вопросы делятся на:
- **1) основные**, нацеленные на содержание исследуемого явления;
- □2) не основные, выявляющие адресат вопросов, проверку искренности ответов;
- □3) контактные (вопросы завязки);
- **14) фильтрующие,** отсекающие круг респондентов от ответов на р



4. ИНТЕРВЬЮ

Интервью — это метод сбора социальных данных на индивидуальном уровне, «лицом к лицу», по предварительно разработанному плану, гарантирующий более высокий коэффициент ответа, чем почтовые опросные листы.

Однако метод интервью **из-за непосредственного воздействия интервьюера на респондента, может влиять на качество, валидность и достоверность собранной информации.**

- □ Социологи проводят интервью на основе заранее подготовленного опросного листа с вопросами в определенной последовательности. Интервьюер максимально приспосабливает вопросы бланка интервью к возможностям отвечающего.
- □ **Интервью** могут быть *структурированными*, когда задается ряд вопросов, а ответы респондентов сразу же распределяются по категориям. Эта форма облегчает анализ и снижает вероятность смещения опрашиваемого, но сведения не будут столь же «богаты», как при неструктурированном варианте.
- □ Неструктурированные интервыю проводят когда проведено начальное исследование в данной области, сформулированы гипотезы для дальнейшей работы и когда важен объем данных.

4. ИНТЕРВЬЮ

Видами интервью являются:

1) формализованное –

означает строгую регламентацию общения интервьюера и респондента детально разработанным вопросником и инструкцией.

2) фокусированное –

имеет своей целью сбор мнений оценок по поводу конкретной ситуации, его последствий или причин. Респондентов заранее знакомят с предметом беседы, но вопросы могут задаваться в любой последовательности и формулировке. Главное здесь — получить информацию по каждому вопросу.

3) свободное интервью

проводится без заранее заготовленного опросника или плана беседы, определяется только тема интервью. Информация, полученная таким образом, уникальна и обрабатывается не статистически, а с помощью традиционных методов анализа документов.

4) Глубинное интервью (in-depth interview).

Один из методов маркетинговых исследований, когда интервьюер задает респонденту зондирующие вопросы по исследуемой теме, на которые он отвечает в произвольной форме. Данный метод применяется для сбора информации о новых концепциях, дизайне, рекламе и других методах продвижения продукта. Он помогает лучше разобраться в мотивах поведения потребителей, в эмоциональных и личностных аспектах жизни потребителей, получить данные об использовании определенных продуктов.

5. НАБЛЮДЕНИЕ

Важнейшим методом конкретного социологического исследования является наблюдение. Это метод сбора первичной социальной информации об изучаемом объекте путем направленного, систематического и непосредственного восприятия и регистрации с точки зрения целей и задач исследования.

Наблюдение применяется тогда, когда информация не может быть получена никакими иными способами; для изучения поведения людей в привычных, часто повторяющихся обстоятельствах; в экстремальных случаях для выявления типичных реакций людей на чрезвычайные ситуации.

Особенности метода наблюдении заключаются в следующем: 1) ситуация наблюдения во многом уникальна, и наблюдение дает как бы моментальный снимок объекта, характеризует его состояние здесь и сейчас; 2) наблюдение позволяет помогать избежать влияния респондента на информацию.

Видами наблюдения являются:

- 1) невключенное, которое ведется «со стороны» и включенное, осуществляемое при участии самого наблюдателя;
- 2)полевое и лабораторное (связаны с местом проведения исследования);
- 3) структурированное (детальная инструкция по фиксации результатов) и неструктурированное (общая инструкция).



6. ЗАДАНИЯ ДЛЯ СРСП: ТЕСТЫ ПО ТЕМЕ

□TEMA №3

МЕТОДИКА И ТЕХНИКА ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

□ФФФ1. Какая из отраслеи социологии использует методы эмпирического исследования?
□\$ прикладная социология
□\$ общая социология
□\$ специальные социологические теории
□\$ социальная инженерия
\$\$\$2. Отдельные факты исследует в обществе:
прическая социология
□\$ история
□\$ политология
□\$ психология
\$\$\$3. Что характерно для социологического наблюдения:
п\$ наблюдение по плану, с определенной целью
□\$ простое рассматривание
□\$ проявление живого интереса
□\$ пристальное внимание
\$\$\$4. Структуру малой группы изучают методом:
\$ социометрии, социограммы
П\$ наблюдения
□\$ о <u>прос</u>
п\$ анкета

\$\$\$5. Под выборкой в социологии понимается:
\$ специально отобранная часть исследования
\$ все объекты исследования
\$ некоторые признаки свойства общей совокупности
\$ расчет характеристик общей совокупности исследования
\$\$\$6. Какой метод исследования использует принципы герменевтики?
\$ анализ документов
\$ наблюдение
\$ эксперимент
\$ опрос
\$\$\$7. Что дает больше информации о развитии и функционировании исследуемого объекта?
\$ программа
\$ исторический метод
\$ практика
\$ теория
\$\$\$8. Анкета, содержащая варианты ответов, называется:
\$ закрытая
\$ смешанная
\$ открытая
\$ альтернативная
\$\$\$9. Социометрия – это метод исследования:
\$ межличностных отношений в группе
\$ биологических параметров человека
\$ эргономических характеристик человека
\$ экономической эффективности деятельности группы

\$\$\$10. Раздаточные, почтовые, прессовые, телетайпные способы распространения – это:
\$ опрос
\$ эксперимент
\$ наблюдение
\$ брифинг
\$\$\$11. Маркетинговые исследования – это:
\$ комплекс мер, предполагающих сбор, регистрацию и анализ информации с целью облегчения процесса ринятия решений
\$ система принципов научного исследования
\$ совокупность исследовательских процедур
\$ опросы на входе и выходе
\$ проблемы молодежи в обществе
\$\$\$12. Холл-тест – это:
\$ оценка товара вкуса и оформления в отведенном помещении
\$ наблюдение
\$ эксперимент
\$ интервью
\$\$\$13. Экспертный опрос – это когда:
\$ респондентами выступают эксперты
\$ респондентами выступают желающие
\$ массовый опрос
\$ мозговая атака
\$\$\$14. Эмпирическая социология исследует:
\$ отдельные факты общества
\$ теоретические проблемы социологии
\$ управление обществом
\$ общество в целом

\$\$\$15. Объектом социологического исследования является:
\$ общество в целом
\$ структура общества
\$ культура поведения
\$ взаимодействие групп
\$\$\$16. Укажите методы социологического исследования:
\$ социологический эксперимент
\$ сбор информации
\$ социологический расчет
\$ поиск
\$\$\$17. Укажите методы социологического исследования:
\$ анкетирование
\$ допрос
\$ беседа
\$ разговор по телефону
\$\$\$18. Социально-демографический блок вопросов в анкете составляют:
\$ вопросы о личности респондента
\$ вопросы о возрасте респондента
\$ вопросы о месте работы респондента
\$ вопросы о паспортных данных респондента
\$\$\$19. Человек, который проводит социологические исследования, называется:
\$ интервьюер
\$ следователь
\$ респондент
\$ корреспондент

\$\$\$20. Что характерно для социологического наблюдения:
\$ наблюдение по плану, с определенной целью
\$ простое рассматривание
\$ проявление живого интереса
\$ пристальное внимание
\$\$\$21. Кто является автором метода социометрии?
\$ Я.Морено
\$ Л.Козер
\$ М.Вебер
\$ Д.МакГрегор
\$\$\$22. Анкеты, бланки интервью, социокарты в социологическом методе – это:
\$ инструментарии
\$ техника
\$ методика
\$ процедура
\$\$\$23. Контент-анализ – это метод анализа:
\$ документов
\$ групповых ситуаций
\$ политических партий
\$ числовых методов
\$\$\$24. Метод социологии, рассматривающий общество как систему:
\$ структурно-функциональный анализ
\$ целенаправленный анализ
\$ исследование движущих сил общества
\$ прогнозирование

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

- □1. Вебер М. Социология религии (типы религиозных сообществ) // М. Вебер. Избранное. Образ общества. М., 1994. С. 78–308.
- □2. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни //Р. Арон. Этапы развития социологической мысли. М., 1993. С. 343–359.
 - 3. Габдуллина К.Г. и другие. Социология. Учебник для студентов высших технических учебных заведений. Алматы: Санат, 2007.
 - 4. Дакенов Н. Абсаттаров Р.Б. Социология. Алматы: Галым, 2004.
 - 5. Кернаценский М.В., Шатина Н.В. Основы социологии и политологии.- Учебное пособие.-М.: Форум: Инфра-М, 2002.-192 с.
 - 6. Социология для технических вузов: Учебное пособие / Под ред.С.Н.Яременко.-Ростов-на-Дону: Феникс, 2001*.-416 с.
 - 7. Кравченко А.И. Социология: Учебник.-М.: ЮНИТИ, 2009.
 - 8. Кравченко А.И. Социология в вопросах и ответах: Учебное пособие.-М: Проспект.- 2008.-240 с.
 - 9. Лавриненко В.Н. Социология: Учебник.-М.: ЮНИТИ, 2009.
 - 10. Акбаева Л.Н. Социология: Электронный учебник.-Алматы: КазГАСА, 2010.- 165 с.
 - 11. Ақбаева Л.Н.Әлеуметтану: Электрондық оқулық.-Алматы: ҚазБСҚА, 2013.- 144 б.



7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Дополнительная литература

П По теме №15

- □ 1. Добреньков В.И. Кравченко А.И. «Методы социологического исследования» М.: Инфра, 2006.
- □ 2. Белановский С.А. Глубокое интервью. М., 2001.
- □ 3. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М., 1999.
- □ 4. Гуревич Л.Я. Социологические и маркетинговые исследования: современные методики. – Алматы, 1997.
- □ 5. Андреенков В.Г., Кабыща А.В. Структура и процесс социологического исследования // Социология. М: Наука, 1996.
- □ 6. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. М., 1995.
- □ 7.Капитонов Э.А. Технология разработки программы социологического исследования (методический материал) // Социология XX века. История и технология. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996.
- 8.Ноэль Э. Массовые опросы. М.,1993.