Лекция №1
Социология как наука

Немова Ольга Алексеевна

к. соц. н., доцент кафедры Экономики предприятия НГПУ им. К. Минина

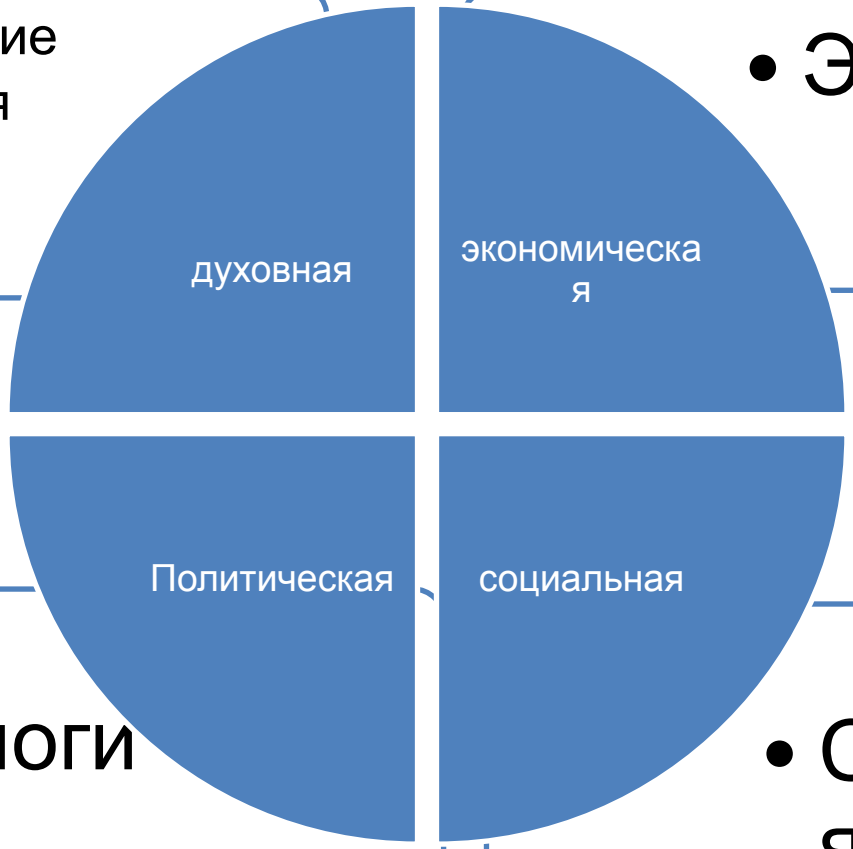
Основные вопросы лекции

1. Объект и предмет социологии.
2. Уровни социологического знания.
3. Основные парадигмы социологического исследования.
4. Функции социологии как науки.
5. Методы социологического исследования.

1. Связь социологии с другими науками

- Религиоведение
- Культурология
- Психология
- Философия

- Экономика



- Политологи
я

- Социологи
я

Сферы жизнедеятельности

2. Уровни социологического знания

- Теоретическая социология (общесоциологическая теория);
- Отраслевая социология (социология среднего уровня);
- Эмпирическая социология (конкретно-социологические исследования).

3. Основные парадигмы социологического исследования

- Позитивистская, сторонники которой считают, что главное в социологии это описание социальных фактов);
- Исторические материалисты (марксисты) считают, что научное познание способно открыть законы объективного мира, которые отражаются в социологии;
- Субъективисты считают, что общественное бытие – это система социального поведения и взаимосвязей. Она представляет собой единство объективного (материального) и субъективного (идеального). Задача социологии заключается в выявлении социологических законов и рациональном управлении поведением людей в соответствии с определенным социальным идеалом.

4. Функции социологии как науки

1. Теоретико-методологическая;
2. Аналитическая (диагностическая);
3. Прогностическая;
4. Практическая (проективная);
5. Образовательная.

5. Методы социологического исследования

Выделяют в науке две группы методов:

1. Общенаучные методы (метод логической абстракции, анализ и синтез, индукция и дедукция, сравнительно-исторический, диалектический и т.д.);

2. Частнонаучные или специальные методы (количественные и качественные)

Исследовательская стратегия

1. Постановка проблемы исследования
2. Обзор материалов по данной проблеме
3. Уточнение проблемы исследования
4. Разработка исследовательского проекта
5. Проведение исследования
6. Интерпретация результатов
7. Отчет по результатам исследования

Три вида социологического исследования (по глубине изучения объекта)

1. Пилотажное (разведывательное) исследование;
2. Описательное исследование. Цель – получить целостное представление об изучаемом явлении, его основных структурных элементах;
3. Аналитическое исследование. Цель – описание не только структурных элементов, но и выявление причин, специфических особенностях изучаемого явления.

Исследование объекта относительно статики или динамики

1. **Точечное исследование**. Дает информацию о состоянии объекта в данный момент времени;

2. **Повторное исследование**. Исследование объекта в различных временных рамках. Они в свою очередь бывают трех видов:

- Трендовые исследования (когортные и исторические тренды)
- Панельные
- Лонгитюдные

На основе данных исследований строится социальный мониторинг

Выборочный метод в социологическом исследовании

- Социологические исследования всегда являются **выборочными**, так как сплошной охват изучаемой совокупности требует значительных средств и времени.
- **Представительностью (репрезентативностью) выборки** называют ее способность правильно отражать генеральную совокупность.
- **Генеральной совокупностью** называется все множество объектов, имеющих отношение к изучаемой проблеме. Генеральные совокупности делят на конечные и бесконечные, конкретные и гипотетические, однородные и неоднородные.
- **Репрезентативность выборки** связана с возможностью обобщения результатов выборочного исследования на генеральную совокупность.

Опросные методы сбора социологической информации

Основные этапы опроса:

1. Подготовительный этап – разработка программ опроса, составление плана и графика опроса, решение организационных проблем;

2. Оперативный этап – сам процесс анкетирования;

3. Результативный этап – обработка полученной информации.

Особенности анкетного опроса

- Любая анкета состоит из трех частей: вводной, содержательной и заключительной (паспортичка);

1. Вводная часть содержит информацию о том, кто проводит исследование, цель, задачи исследования, правила заполнения анкеты, обозначается анонимность и высказывается благодарность за участие в исследовании;
2. Основная часть;
3. Паспортичка содержит сведения о респондентах (пол, возраст, образование, место жительства).

По предметному содержанию вопросы делятся на:

1. **Вопросы о фактах**, их цель - получение информации о социальных явлениях, о стоянии дел на производстве, о поведении окружающих, действиях, поступках самого респондента.
2. **Вопросы о знании** – раскрывают то, что знает и что может изложить респондент, их цель - выявить уровень информированности респондента, его знаний в определенной области.
3. **Вопросы о мнении** направлены на фиксацию фактов, пожеланий, ожиданий, планов на будущее респондента. Ответом выступают оценочные суждения, основанные на индивидуальных представлениях, отношение человека к тем или иным событиям.
4. **Вопросы о мотивах** призваны выявить субъективное представление человека о мотивах, причинах своей деятельности

По своей логической природе вопросы подразде ляются на:

- **Основные вопросы** – об изучаемом явлении, они составляют большую часть анкеты.
- **Вопросы-фильтры** задаются для отсева некомпетентных лиц при опросе по изучаемой проблеме или же с целью выделения части респондентов по определенному признаку.
- **Контрольные вопросы** служат для проверки правдивости и непротиворечивости ответов, определения их искренности и достоверности.
- **Наводящие вопросы** оказывают помощь респонденту в правильном осмыслении основного вопроса, помогают дать более точный ответ.
- **По психологической функции**, определяющей отношение респондента к анкетированию и вопросам, на которые ему предстоит ответить:
- **Контактные вопросы** служат для установления контакта с респондентом. Их цель - создать интерес к исследованию, побудить принять в нем участие. Обычно это первый или один из первых вопросов анкеты.
- **Буферные вопросы**. Их цель - переключение внимания при переходе от одного тематического блока к другому, часто с повествовательной преамбулой к вопросу. Респонденту предлагается переключиться с одной проблемы на другую и объясняется, для чего это необходимо сделать. Вопросы эти обычно начинаются с общей формулы: "Как думаете?" - и далее идет описание новой проблемы.
- **Прямые вопросы** направлены на выражение отношения респондента к анализируемой проблеме, ее оценку.
- **Косвенные вопросы**. Респондент отвечает на них от имени группы, коллектива, в косвенной форме, что позволяет ему как бы скрыть свое

По характеру ответов вопросы подразделяются на следующие виды:

- **Открытые вопросы** предполагают оригинальный, не заданный исследователем.
- **Закрытые вопросы**. Ответы на них предполагают выбор из предложенных респонденту вариантов.
- **Полузакрытые вопросы**. Здесь наряду с набором определенных вариантов ответов респонденту предоставляется возможность высказать своё мнение по проблеме.
- **Шкальные вопросы**. Ответ дается в виде шкалы, в которой необходимо отметить тот или иной показатель.
- **Вопросы-меню**. Здесь респонденту предлагается выбрать любое сочетание вариантов предлагаемых ответов.
- **Дихотомические вопросы** (или альтернативные) предполагают ответы по принципу "да-нет", носят взаимоисключающий характер. При этом перечень альтернатив должен быть исчерпывающим, а сами альтернативы должны быть перемешаны без смещения в какую-либо сторону, т.е. уравновешены.

По способу распространения анкет опросы подразделяются на:

- **раздаточные** (анкетный опрос, при котором анкетер лично поручает анкету и либо ждет, пока она заполняется, и тут же получает ее - очный раздаточный опрос, либо получает заполненную анкету через несколько дней - заочный раздаточный опрос);
- **почтовые** (анкета по предварительному согласию посылается и получается через почту);
- **прессовые** (анкета предлагается читателю через печатный орган);
- **телетайпные, телеграфные, телефонные**.

По уровню компетентности респондентов различают

- **массовый опрос** (мнение неспециалиста по проблеме);
- **симптоматический опрос** (достаточное знание у респондента общей информации без глубокого осмысления задач и целей исследования);
- **экспертный опрос** (опрос специалистов).

Социологическое интервью

По степени формализации:

- Нестандартизированное (свободное) интервью. Предполагает отсутствие жесткой детализации поведения социолога и респондента во время интервью, разрабатывается опросный лист интервью и его план, вопросы формулируются в открытой форме.
- Стандартизированное (формализованное) интервью. Предусматривает беседу по жестко фиксированному опроснику, где также четко представлены и варианты ответов на поставленный вопрос.
- Полустандартизированное интервью. Этот вид интервью предполагает сочетание в себе особенностей как формализованного, так и неформализованного интервью.

Социологическое наблюдение

Наблюдение - метод сбора первичной социологической информации, основанный на визуальном и слуховом восприятии сведений, касающихся изучаемого объекта.

Его основные преимущества:

- наблюдение позволяет фиксировать особенности поведения людей не в их воспоминаниях и интерпретации, а непосредственно в момент совершения действия.
- наблюдение дает возможность получать данные, независимо от умения респондента описать словами свое поведение и от его желания рассказывать о нем что-либо.

Классификации социологического наблюдения

- **по степени формализации** наблюдение делится на стандартизированное (контролируемое) и нестандартизированное;
- **по положению наблюдателя** (включенное невключенное);
- **по условиям организации** (лабораторные, полевые, лабораторно-полевые);
- **по регулярности проведения** (систематические, эпизодические и случайные).

Социологический эксперимент

Эксперимент - это такой метод исследования, с помощью которого путем планомерного управления условиями изучаемой ситуации проверяются и испытываются гипотезы о причинных связях явлений. Основными признаками социального эксперимента являются:

- активное вмешательство исследователя (моделирование) в систему изучаемых явлений;
- планомерное введение экспериментального фактора, его комбинация с другими факторами;
- планомерный контроль за всеми существенными факторами.

Структура социального эксперимента

1. Экспериментатор - исследователь или группа исследователей, которые разрабатывают и проводят эксперимент.
2. Экспериментальный фактор (независимая переменная) - условия, которые вводятся социологом и контролируются им.
3. Экспериментальная ситуация - ситуация, которая создается в соответствии с программой исследования для проведения эксперимента.
4. Экспериментальный объект - это группа лиц, согласившихся участвовать в эксперименте.

Анализ документов в социологии

Под **документом** в социологии понимают знаковую или образную информацию, зафиксированную на каком-либо материальном носителе.

Примеры документов: рукописный, машинописный или печатный текст, стенограмма, магнитофонная запись, фотографии, рисунки, кинофильмы, видеозаписи и т.д.

Спасибо за внимание!