

МОК

Казахская головная архитектурно-строительная академия

Дисциплина: Социология

**Тема №3. МЕТОДИКА И ТЕХНИКА КОНКРЕТНЫХ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Алматы 2016



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;

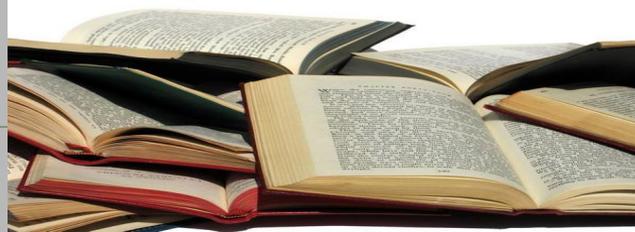
третья группа – методы конкретного социологического исследования.

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 вывод 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) паспортной, 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.

□ *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);

□ **4) 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 приспособливает 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 интервью** 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 наблюдения 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:

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



6. ЗАДАНИЯ ДЛЯ СРСР: *ТЕСТЫ ПО ТЕМЕ*

ТЕМА №3

МЕТОДИКА И ТЕХНИКА ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

\$\$\$1. Какая из отраслей социологии использует методы эмпирического исследования?

- \$ прикладная социология
- \$ общая социология
- \$ специальные социологические теории
- \$ социальная инженерия

\$\$\$2. Отдельные факты исследует в обществе:

- \$ эмпирическая социология
- \$ история
- \$ политология
- \$ психология

\$\$\$3. Что характерно для социологического наблюдения:

- \$ наблюдение по плану, с определенной целью
- \$ простое рассматривание
- \$ проявление живого интереса
- \$ пристальное внимание

\$\$\$4. Структуру малой группы изучают методом:

- \$ социометрии, социограммы
 - \$ наблюдения
 - \$ опрос
 - \$ 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. Акбаева Л.Н.Әлеуметтану: Электрондық оқулық.-Алматы: ҚазБСҚА, 2013.- 144 б.



7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Дополнительная литература

□ По теме №15

- 1. Добренъков 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.
-

