

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО  
«РУДНЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

## **Лекция 3. Социологические исследования**

Дисциплина «Социология. Политология.  
Культурология. Психология-1»

Преподаватель дисциплины:  
**Тажибаев Р.Х.**

# Классификация социологических исследований

## 1. По типам задач

- Разведывательное исследование
- Описательное исследование
- Аналитическое исследование

## 2. По времени получения информации

- Разовое исследование
- Повторное исследование

## 3. Повторные исследования

- Трендовые (на примере одной группы)
- Панельные (исследуются определенные люди через одинаковые периоды времени)
- Лонгитюдные (одна и та же социальная группа в развитии)

# Методы социологических исследований

---

## Неопросные методы

- Наблюдение
- Анализ документов
- Научный эксперимент в прикладной социологии



## Опросные методы

- Анкетирование
- Интервьюирование
- Метод социометрии

# Неопросные методы

---

**Наблюдение** – метод прямой регистрации событий очевидцем в процессе их протекания.

Применяется:

- на начальном этапе исследования;
- при исследовании поведения, форм общения индивидов или групп.



# Примеры

---

Изучение поведения:

- забастовщиков;
- уличной толпы;
- подростковой группировки
- бригады рабочих;
- группы студентов.

Изучение: собраний, концертов.



# Виды наблюдения

---

- Структурированное / неструктурированное
- Включенное / невключенное
- Осознанное / неосознанное
- Полевое / лабораторное
- Систематическое / случайное



# **Структурированное/ неструктурированное наблюдение**

---

- **Структурированное (контролируемое) имеет четкий план, систему показателей, бланк наблюдения;**
- **Неструктурированное (неконтролируемое) наблюдение не имеет четкого плана, системы показателей, в бланке наблюдения велика доля избыточной информации.**

## **Включенное/ невключенное наблюдение**

---

- **Невключенное (внешнее) – исследователь находится вне объекта и старается не вмешиваться в ход событий (а только регистрирует события);**
- **Включенное наблюдение – социолог участвует в изучаемых процессах, взаимодействует и вмешивается в ход событий. При этом постоянно фиксирует наблюдаемые процессы. (Например, журналисты на Украине)**



# Осознанное/ неосознанное наблюдение

---

- **Осознанное наблюдение** – группа знает, что ведется наблюдение;
- **Неосознанное** - группа не осознает, что является объектом наблюдения.



# Полевое/ лабораторное наблюдение

---

- Полевое наблюдение – проводится в естественной среде (деревня, город, производство и т.д.);
- Лабораторное наблюдение – создается экспериментальная ситуация, моделирующая какие-то условия (деловая игра).

# Систематическое/ случайное наблюдение

---

- **Систематические наблюдения** – проводятся с определенной периодичностью и спецификой целей исследования. Позволяют выявить динамику изучаемых процессов;
- **Случайные наблюдения** – не планируются как самостоятельный метод сбора информации. Изучается заранее незапланированное явление.

# Процедура наблюдения

---

- **Что наблюдать?**
- **Как наблюдать (технические средства)**
- **Как регистрировать результаты?**

## **Правила:**

- 1. Стремиться видеть, не будучи видимым и не становясь участником наблюдаемого события;**
- 2. Стать инкогнито, уметь принимать новый облик (надеть маску).**

# Анализ документов

---

- Один из способов получения информации.

Документ в соц. исследовании – предмет специально созданный человеком для хранения и передачи информации (не включая предметы материальной культуры и быта).



# Классификация документов

---

**По форме изложения**

```
graph TD; A[По форме изложения] --> B[Письменные документы]; A --> C[Фонетические документы]; A --> D[Иконографические документы];
```

**Письменные  
документы**

**Фонетические  
документы**

**Иконографические  
документы**

**В жизни реальные документы сочетают в себе разные формы фиксации содержания**

# Письменные документы

---

- **вербальные** (книги, переписка организаций, пресса). Описывают социальные явления и процессы в форме текста;
- **статистические** (данные переписи населения, соц. опросов, показатели экономического и социального развития). Содержат данные в числовой форме.



# Фонетические документы

---

- **Рассчитаны на слуховое восприятие**
  - магнитофонные записи
  - лазерные диски
  - радио эфир





# Иконографические документы

---

- Фиксируют обратную информацию, воспринимаемую визуально.
- картины
- фотографии
- документальное и художественное кино



# Классификация документов:

## По форме изложения

Письменные  
документы

Фонетические  
документы

Иконографические  
документы

## По статусу источника

**Личные документы** -  
все, что создается  
частными лицами по  
собственной  
инициативе

- письма;
- дневники
- семейные альбомы

**Официальные документы**  
- те, что исходят от какой-то  
организации и отражают  
общественные связи,  
коллективную точку зрения.

- договоры
- соглашения
- приказы
- официальная переписка

# Этапы исследования методом анализа документов

---

1. Обозначаем круг документов, которые нужно исследовать;
2. Отбираем документы, которые можно исследовать (в первую очередь те, которые имеют непосредственное отношение к проблеме);
3. Для отбора документов привлекается исследовательская группа;
4. К работе привлекаются документы, получившие одобрение более 50% экспертов.



# Методы анализа документов

---

**Неформализованные  
(качественные) методы —  
основаны на общих  
логических операциях  
(анализ, синтез, сравнение,  
определение, оценивание):**

- чтение документа
- понимание и интерпретация содержания документа

**Формализованные  
(качественно-  
количественные) —  
основаны на алгоритме  
выделения в тексте  
определенных  
содержательных  
элементов в соответствии  
с целями и задачами  
исследования**

**Контент-анализ —  
формализованный анализ  
документов, больших объемов  
информации. Часто используется  
для исследований СМИ.**

# Контент-анализ

---

- Это метод сбора данных и анализа содержания текста.
- Используется для описания событий или процессов в обществе, изучения социальных изменений.
- Контент-анализ средств массовой коммуникации, частных документов, позволяет изучить изменения в системе ценностей, установках и мотивах поведения людей.
- Например, индекс дискриминации национальных групп можно измерить подсчетом частоты появления негативных этнических стереотипов (установок) на обложках журналах, телевизионных передачах, Интернете, газетах и др. СМИ.
- Можно использовать для проверки гипотез. Например, об изменении социального поведения, ценностных установок людей или групп.

# Техника проведения контент-анализа

---

1. Постановка проблемы, целей и задач исследования;
2. Выбор эмпирического материала для исследования, конкретного источника коммуникаций (журналы, газеты, худ. литература, официальные документы, радио, телепередачи и т.п.);
3. Правильно выбрать временной период: ситуационный (мгновенный) срез – одна неделя; динамика развития социального явления – несколько лет.
4. Операционализация понятий;
5. Кодирование текста.



# Операционализация понятий в контент-анализе

---

1. Выбрать в текстовой информации смысловую единицу анализа (категорию анализа): слово, словосочетание, целый материал, сообщение, поведенческий акт;
2. Определить единицу счета (количественную характеристику единицы анализа, фиксирующую регулярность с которой встречается в тексте смысловая единица);
3. Установить соотношение различных элементов друг с другом, с общим смыслом, объемом информации, назначением;
4. Обеспечить объективность и систематичность исследования;
5. Разработать классификатор контент-анализа – методический документ, предназначенный для выделения и регистрации признаков текстовой информации.

# Научный эксперимент

---

- Метод познания при помощи которого в контролируемых и управляемых условиях исследуются явления природы и общества;
- Специфический метод, основанный на контролируемом взаимодействии исследователя с исследуемым объектом в заранее заданных условиях. В эксперименте можно получить информацию в искусственно созданной обстановке, что отличает этот метод от обычного наблюдения.





# Пять стадий эксперимента

---

1. Создаются две группы:
  - экспериментальная (в группу вмешивается ученый)
  - контрольная (в группу никто не вмешивается)
2. Подбор испытуемых - на основе случайной выборки, что обеспечивает эквивалентность;
3. Обе группы проходят претест (pretest) – у них измеряют несколько переменных, которые будут изменяться в ходе эксперимента;
4. Вводятся независимые переменные, т.е. планируемые изменения;
5. Измеряются зависимые переменные, т.е. последствия нововведений – посттест (posttest).

# Трудности эксперимента

---

- **Возникновение побочных факторов, влияющих на изучаемую ситуацию;**
- **Нравственно-этические проблемы (затрагиваются интересы конкретных людей);**
- **Трудности в обеспечении репрезентативности экспериментальной группы и дальнейшего распространения выводов на всю генеральную совокупность.**

# Формы экспериментов

---

**Лабораторный** –  
проводится в закрытых  
лабораторных условиях

**Полевой** – с выездом на место  
поселения(групп, людей) или  
на место действия группы в  
реальных условиях.  
Полевые эксперименты  
используют этнографы,  
антропологи, социологи.

**Социологический эксперимент** – применяется как:

- самостоятельный метод сбора социальной информации;
- дополнительный метод в комплексе с методами наблюдения и различных видов опросов.

# Опросные методы

---

- **Анкетирование** – опосредованный письменный опрос
- **Интервью** – непосредственный устный опрос



# Что такое опрос?

---

**Это метод сбора социальной информации об изучаемом объекте в ходе опосредованного (анкетирования) или непосредственного (интервью) социально-психологического общения социолога и опрашиваемого (респондента) путем регистрации ответов на систему вопросов, вытекающих из целей и задач исследования**

# Анкетирование

---

- Это процедура проведения опроса в письменной форме с помощью заранее подготовленных бланков.
- Респондент сам заполняет вопросник в присутствии анкетера или без него.
- Анкета - основной инструмент опроса. Представляет собой социологический документ, содержащий структурно-организованный набор вопросов, каждый из которых связан с задачами проводимого исследования.



# Формы анкетирования

**Очное (раздаточное)  
анкетирование**



**У анкетера есть  
непосредственный  
контакт с респондентом**



**Анкетер выступает в качестве  
инструктора по заполнению анкет  
или раздатчика анкет. Однако  
анкета заполняется респондентом  
самостоятельно.**

**Заочное анкетирование**



**У анкетера нет  
непосредственного  
контакта с респондентом**



- Анкета рассылается  
(почтовый опрос)**
- Анкета публикуется в  
печатных СМИ, Интернете  
(прессовый опрос)**

# Достоинства метода анкетирования

---

- высокая оперативность получения информации;
- возможность организации массового опроса;
- отсутствие влияния личности и поведения анкетера на работу респондентов.





# Недостатки анкетирования

- трудности с определением достоверности получаемой информации;
- ошибки при заполнении анкеты;
- длительность ожидания ответов, неполный возврат анкет (число безответных анкет достигает нередко более 90%).

# Интервьюирование

---

**Интервью** - от англ. **interview** - деловая встреча; беседа.

**Предполагает личное общение интервьюера с респондентом.**

**Интервьюер сам задает вопросы и фиксирует ответы.**



# Виды интервью по степени свободы интервьюера

## Формализованное (стандартизированное)

- **вопросник строго регламентирован**
- **варианты ответов формализованы**
- **проводится при опросе больших масс людей**

## Полуформализованное (полустандартизированное)

- **вопросник не строго регламентирован**
- **порядок вопросов и их формулировка могут меняться в течение интервью**
- **проводится при опросе малых групп**

## Неформализованное (открытое)

- **может проводиться без вопросника**
- **порядок вопросов и их формулировка могут меняться в течение интервью**
- **проводится при индивидуальном или групповом опросах**

# Виды интервью по форме проведения

Прямое  
«лицом к лицу»

Опосредованное  
(по телефону)

- Массовый опрос населения
- Специализированные опросы



# Массовый опрос населения

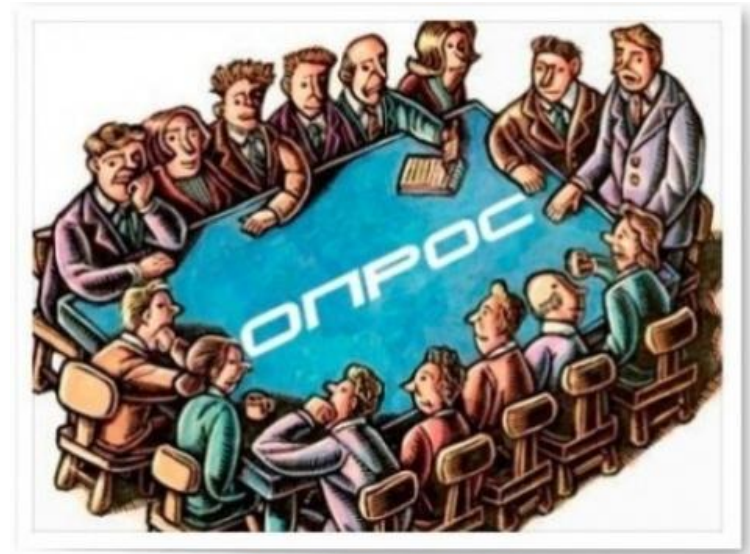
---

- источником информации является население, представители различных социальных групп, профессиональная деятельность которых непосредственно не связана с предметом анализа;
- проводится в виде формализованного (стандартизированного) интервью;
- отбор респондентов осуществляется в соответствии с выборкой.

# Специализированные опросы

---

- источником информации являются компетентные лица (их деятельность, знания или жизненный опыт позволяют давать взвешенную оценку)



# Виды специализированных опросов



- **Индивидуальное интервью «с глазу на глаз»**
- **Экспертный опрос**

- **Фокусированное-групповое интервью**
- **Социометрический опрос**



# Индивидуальное интервью «с глазу на глаз»

---



- способ получения эмпирической социологической информации, который осуществляется интервьюером в его индивидуальной беседе "с глазу на глаз" с опрашиваемым лицом.
- Прямое, личное интервью: интервьюер опрашивает одного респондента с целью определения его убеждений по определенной теме
- между интервьюером и респондентом устанавливается прочный контакт и возникают доверительные отношения, способствующие подробному и тщательному обсуждению всех необходимых вопросов
- за достаточно короткий промежуток времени удаётся обсудить большое количество вопросов



# Экспертный опрос

---



- **разновидность опроса, в ходе которого респондентами являются эксперты.**
- **эксперт - компетентное лицо, имеющее специальные знания и опыт работы в области, непосредственно связанной с объектом исследования**
- **особенность метода состоит в том, что он предполагает компетентное участие экспертов при анализе и решении исследуемой проблемы**

# опроса

По характеру взаимодействия интервьюера с экспертами

По численности экспертов

По процедуре согласования экспертных оценок

**Очный опрос** — устная форма, личное общение, неформализованное интервью

**Индивидуальный опрос** — взаимодействие с одним экспертом

**Однотуровый опрос**

**Заочный опрос** — письменная форма, формализованная и неформализованная

**Групповой опрос** — несколько экспертов (мозговой штурм, метод-Дельфи)

**Многотуровый опрос** эксперты комментируют результаты предыдущего тура

# Фокусированное-групповое интервью (фокус-группа)

---



- **Метод групповой дискуссии, в ходе которой выясняется отношение участников к объекту и предмету исследования.**
- **Фокус-группа – особый тип группы с точки зрения ее проведения, количества и состава ее участников и методики проведения.**
- **Цель – в том, чтобы выслушать участников и собрать информацию.**

# Особенности фокусированного-группового интервью

---

- **участников выбирают по определенным параметрам, необходимых для обсуждения заданной темы;**
- **создается атмосфера свободного общения (нет давления);**
- **участники делятся мыслями и высказывают свою точку зрения;**
- **исследователь получает качественную (не количественную) информацию, отвечающую на вопросы: где? когда? какой? почему?**

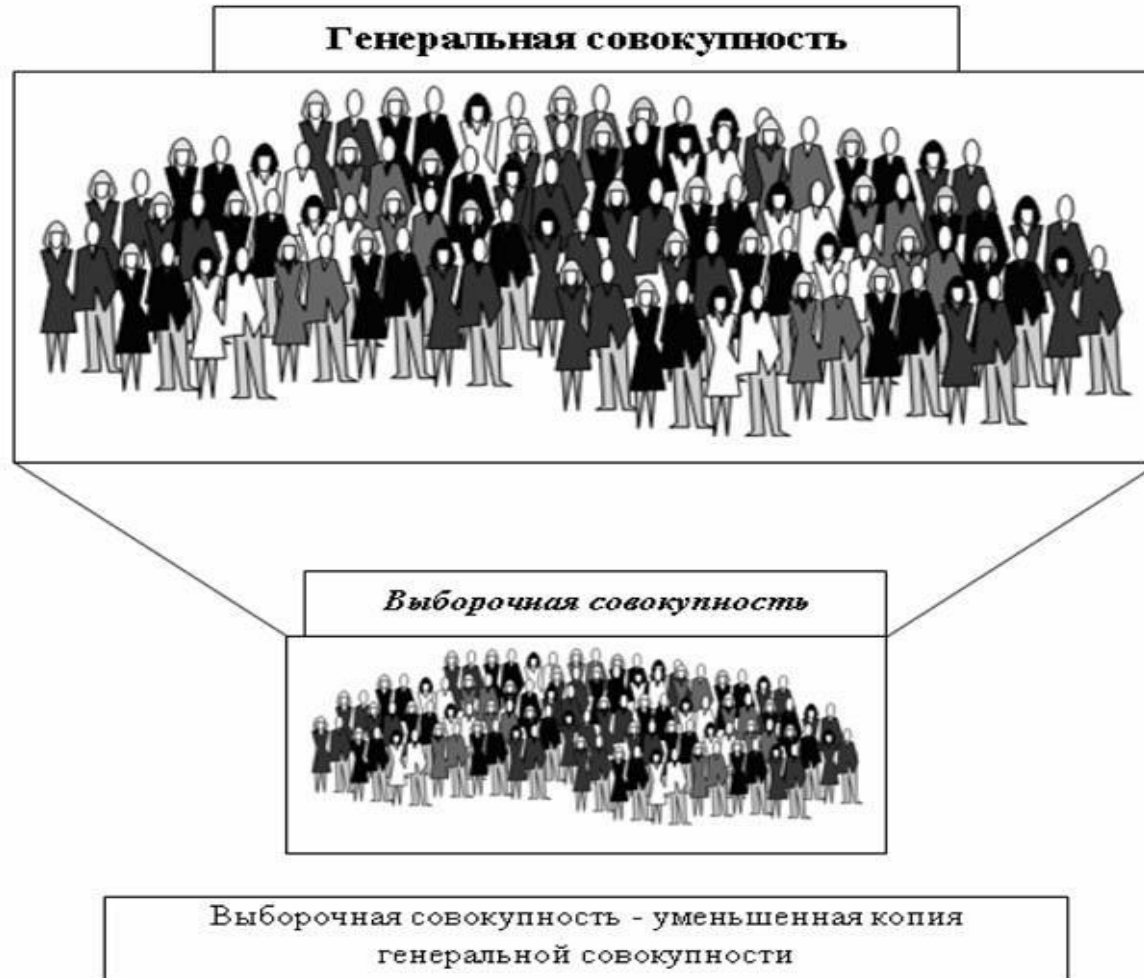
# Выборочный метод исследования

- Большинство социологических исследований имеют не сплошной, а выборочный характер: по строгим правилам отбирается определенное количество людей, отражающих по социально-демографическим признакам структуру изучаемого объекта.

**Такое исследование именуется выборочным.**



# Основная идея выборки – в том, чтобы по части судить о целом



# Основные вопросы перед началом исследования

- Какое наименьшее число людей необходимо обследовать, чтобы исследование было научно-обоснованным?
- Каким образом отбирать этот минимум?
- Как выяснить причины и интервал неизбежных ошибок выборки?
- Можно ли снизить процент ошибки в исследовании?

# Выборочное обследование

- Это способ систематического сбора данных о поведении и установках людей посредством опроса специально подобранной группы респондентов, дающих информацию о себе и своем мнении.
- Основа выборочного обследования – **выборочная совокупность**, которая составляется на базе своей уменьшенной копии, **генеральной совокупности**



# Генеральная и выборочная совокупность

## Генеральная совокупность:

- это множество тех людей, сведения о которых стремится получить социолог в своем исследовании.
- это все население или какая-то часть населения, которую социологу необходимо изучить (Например, население РК, население Костанайской обл.; или молодежь РК, молодежь Костанайской обл. и т.п.)

## Выборочная совокупность:

- уменьшенная модель генеральной совокупности;
- множество людей, которых социолог опрашивает по обозначенным параметрам

# **Правило определения основы выборки:**

**Определиться, кого относить к генеральной совокупности и кого включать в выборочную совокупность?**

-----  
-----

- **Генеральная совокупность определяется целью исследования**
- **Выборочная совокупность определяется математическими методами**

# Типы выборки

- **Сплошные выборки** – опрашиваются все единицы из генеральной совокупности (переписи, референдумы)
- **Случайные выборки:**
  - вероятностная,
  - систематическая,
  - районированная,
  - гнездовая
- **Неслучайные выборки:**
  - стихийная,
  - квотная,
  - метод «основного массива»

# Объем выборки

- Это количество единиц выборочной совокупности;
- Это часть генеральной совокупности, отобранной с помощью специальных методов;
- Объем выборочной совокупности всегда меньше объема генеральной совокупности

## Главный принцип:

часть не должна искажать представления о целом

# Репрезентативность исследования

- Репрезентативная выборка означает представительство того минимума состава обследуемых по выделенным параметрам (критериям), который должен приближаться к соответствующим пропорциям в генеральной совокупности и без которого исследование сводится на нет.
- Допустимо отклонение от базовых характеристик генеральной совокупности в пределах 5%.

# **Выборочная совокупность должна обеспечивать репрезентативность**

- **Репрезентативная выборка** означает **представительство** того **минимума состава обследуемых по выделенным параметрам (критериям)**, который **должен приближаться к соответствующим пропорциям в генеральной совокупности** и без которого исследование сводится на нет.
- Если **статистическая структура выборки отклоняется от базовых характеристик генеральной совокупности (по выделенным параметрам)**, то существует **ошибка репрезентативности**
- **Допустимо отклонение от базовых характеристик генеральной совокупности в пределах 5%.**

# Ошибка репрезентативности (ошибка выборки)

- **Ошибка репрезентативности** - это расхождение между двумя совокупностями – генеральной и выборочной
- Количественно более точное понятие - **ошибка выборки** – отклонение средних характеристик выборочной совокупности от средних характеристик генеральной совокупности
- В качестве контрольных статистических параметров обычно применяются социально-демографические признаки (пол, возраст, территория проживания)

# Этапы социологического исследования

- **Подготовительный** (разработка программы исследования)
- **Основной** (проведение исследования)
- **Завершающий** (обработка и анализ данных, формирование выводов и рекомендаций)