
Лекция № 3. Методы социологического исследования.

1. Виды социологических исследований.

2. Программа исследований.

3. Методы сбора социологической информации.

Литература

- Волков Б.С. Волкова Н.В., Губанов А.В. Методология и методы психологического исследования / Науч. редактор Б.С. Волков: Учебное пособие для вузов. — М.: Академический Проект; Фонд «Мир». 2005.— 352 с. (С. 3 – 37);
- 2. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 768 с.
- Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. – М.: СИН-ТЕГ. – 668 с. (С. 25 – 81);
- 3. Новикова С.С., Соловьев А.В. Социологические и психологические методы исследований в социальной работе: Учебное пособие для высшей школы. – М.: Академический проспект; Фонд, «Мир», 2006. – 446 с. (С. 82 – 240);
- 4. Тавокин Е.П. Основы методики социологического исследования: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 239 с. (С. 4 – 23);
- 4. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы – М., 1995. (С. 37 – 81).

1. Виды социологических исследований.

-
- **Социологическое исследование** - система логических последовательных методологических и организационно-технологических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные объективные данные о изучаемом явлении.
-

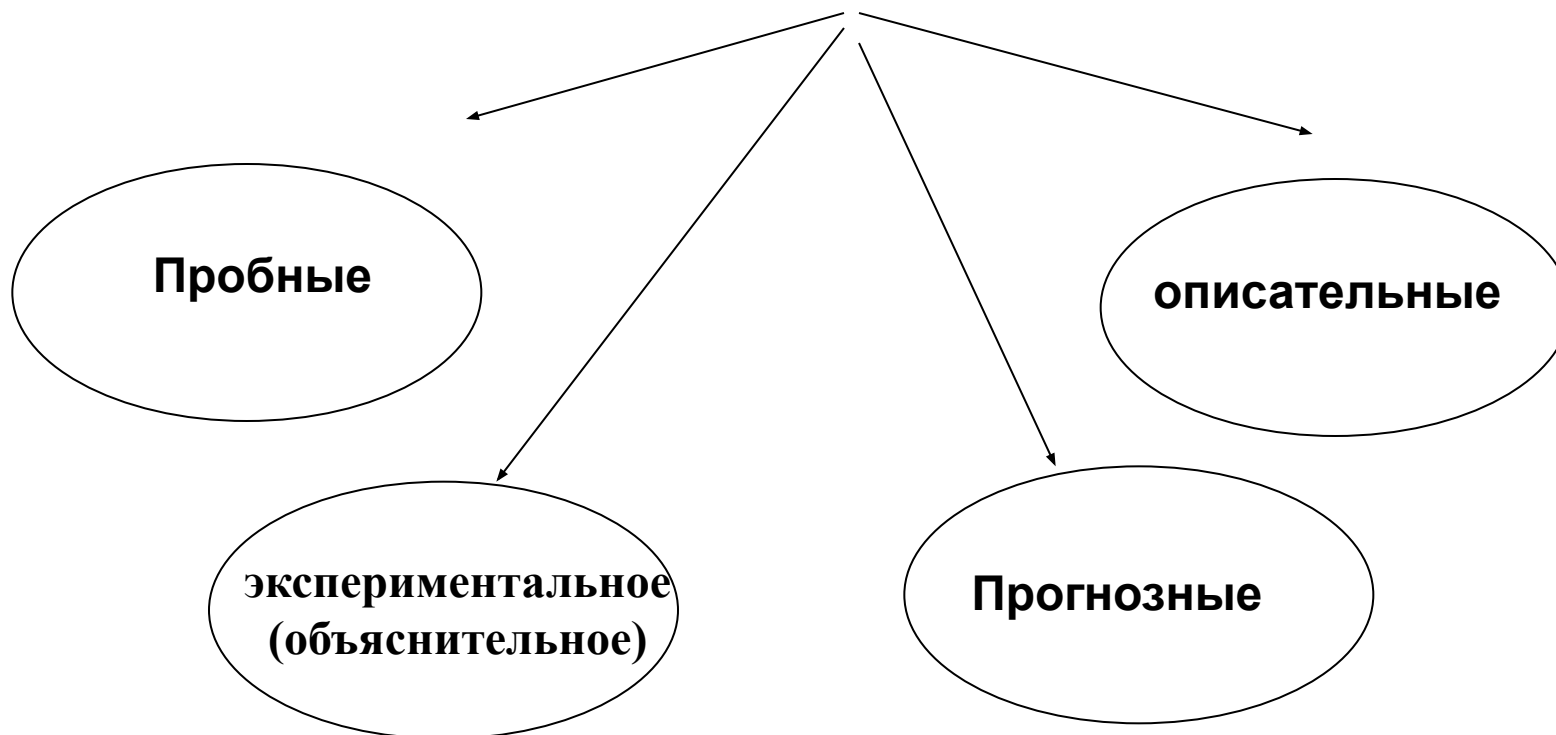
Виды социологических исследований

В зависимости от способа решения научных проблем

- **теоретико-прикладные исследования** — исследования, ориентированные на содействие решению социальных проблем путём разработки новых принципиальных подходов к их изучению, формулированию общей стратегии их решения;

-
- **Прикладные исследования** направлены на изучение и решение конкретных социальных проблем.
 - В качестве исходного знания здесь используются **выводы и теоретические подходы, полученные другими учёными, и которые реализуются в конкретном приложении к определённой проблеме.**
-

По типу содержательной стратегии исследования



Виды пробных исследований

```
graph TD; A[Виды пробных исследований] --> B[Поисковое исследование (разведывательное)]; A --> C[Пилотажное исследование];
```

**Поисковое исследование
(разведывательное)**

Пилотажное исследование

Поисковое исследование (разведывательное)

1. **Поисковое исследование (разведывательное)** направлено на поиск исследовательских проблем, уточнение знаний об объекте, уточнение и содержательную конкретизацию предметного поля исследования и т.п. Его характеризует большая методическая и теоретическая свобода, более гибкие методы сбора и анализа материала.

Виды:

- экспресс-опрос;
- оперативный опрос.

Пилотажное исследование

- **Пилотажное исследование** имеет своей целью решение чисто методических и процедурных задач в интересах основного социологического исследования.
- В ходе пилотажных исследований проверяются на надежность и устойчивость разработанные методики, спроектированный инструментарий, формируется и рассчитывается выборка (в выборочном исследовании).

Описательное исследование

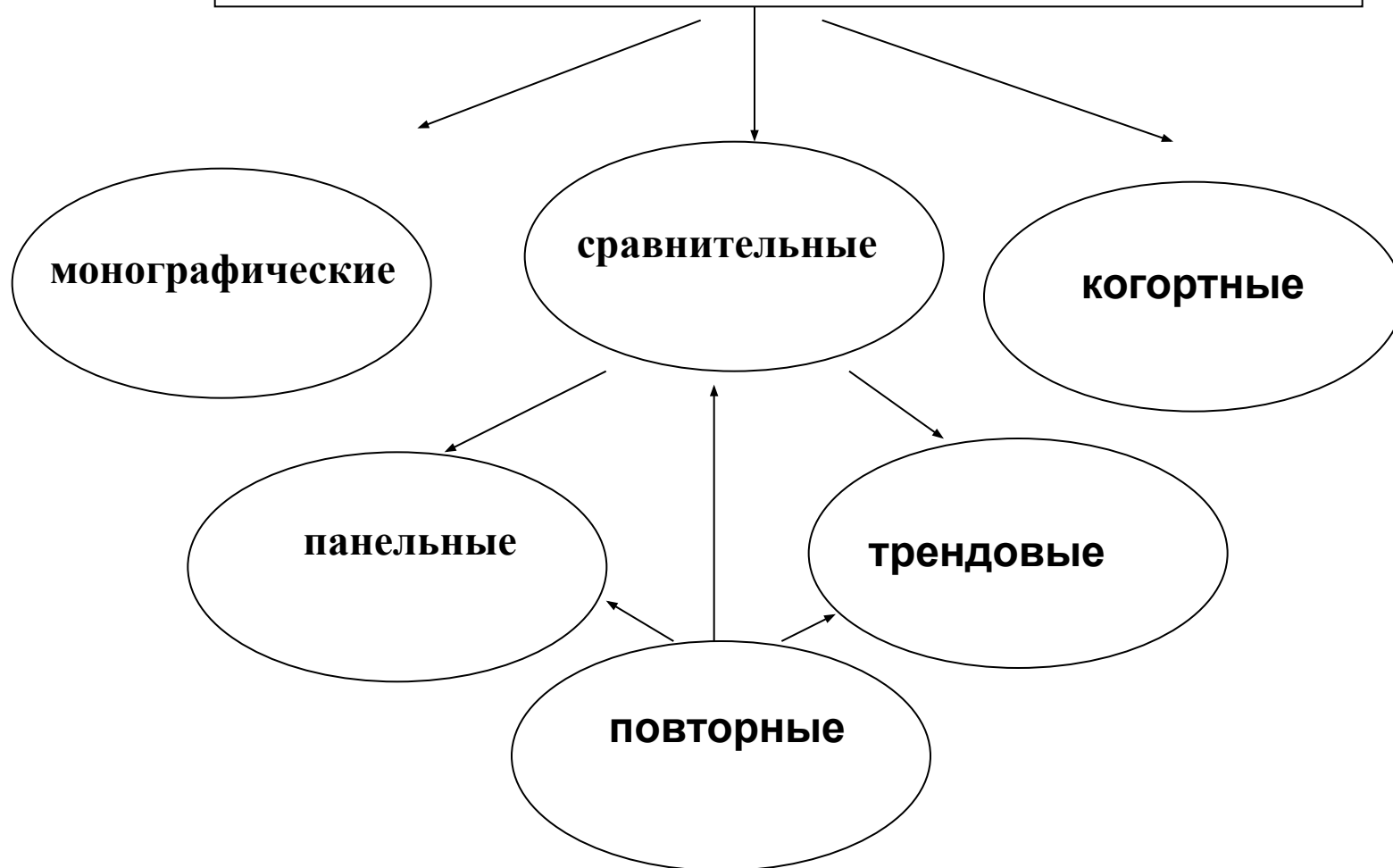
- *Описательное исследование* направлено на всестороннее описание социального объекта и его структурных элементов. Главная задача этого вида исследования - ответить на вопросы "Что собой представляет исследуемый объект?", "Какова его структура и взаимосвязь элементов?", "Насколько оптимально он развивается?".
-

-
- *Аналитическое исследование* – вид СИ, основная цель которого заключается в раскрытии причинно-следственных связей возникновения социального явления.
-

Объяснительные и прогнозные исследования

- *экспериментальное* (объяснительное) *социологическое исследование* направлено на **выявление причин и условий, влияющих на функционирование и развитие социального объекта**
- **Прогнозные исследования направлены на прогнозирование развития того или иного социального объекта.**

По отношению к объекту исследования



- **В монографических исследованиях объект изучается как наиболее типичный представитель класса подобных объектов с выходом на фундаментальные исследования**

-
- **Сравнительные** исследования имеют своей целью анализ динамики протекания социальных процессов в одних и тех же социальных общностях в разное время на одном и том же массиве (**панельное исследование**) или на разных массивах одной и той же общности (**трендовые исследование**).
-

-
- Все сравнительные исследования, проводящиеся на одних и тех же объектах в разное время, носят название **повторных исследований** (основание классификации - время проведения исследования)
-

-
- **Когортные исследования** имеют цель - исследование одних и тех же когорт, переживающих сходные социальные или иные события.
 - **Лонгитюдное исследование** – длительное изучение одной совокупности лиц
-

Сплошное и выборочное исследование

- **Выборочное исследование** – способ систематического сбора данных о поведении и установках людей посредством опроса специально подобранной группы респондентов, дающих информацию о себе и своем мнении (анкетирование, интервью).
- **Сплошное** – исследование, охватывающее все единицы генеральной совокупности (перепись населения).

-
- **Мониторинг** – постоянное наблюдение за процессом, состоянием объекта, развитием явления в течении длительного времени по одинаковой системе показателей и методике.

 - **Полевое исследование** – изучение социальных явлений методом непосредственного наблюдения за поведением людей в реальных жизненных ситуациях;
-

-
- **Анализ случая (Case study)** – исследование случаев (событий), происходящих на каких-то объектах, с каким-то действующим лицом. Детальное рассмотрение события из серии взаимосвязанных событий.
 - **Оперативное исследование** - проводимое с практическими целями в короткие сроки и по сокращенной научной программе
-

2. Программа социологического исследования

■ Организация, подготовка и проведение социологического исследования, как правило, осуществляется **в три основных этапа:**

1. Разработка программы и инструментария исследования;
 2. Проведение исследовательских мероприятий;
 3. Обработка и интерпретация полученных результатов, подготовка отчета.
-

Программа исследования

- **Программа исследования — это изложение его теоретико-методологических предпосылок (общей концепции) в соответствии с основными целями предпринимаемой работы и гипотез исследования с указанием правил процедуры, а также логической последовательности операций для их проверки.**

**Элементы программа
теоретико-прикладного
исследования**

Методологический раздел программы:

1. Формулировка проблемы, определение объекта и предмета исследования.
 2. Определение цели и постановка задач исследования.
 3. Уточнение и интерпретация основных понятий.
 4. Предварительный системный анализ объекта исследования.
 5. Развертывание рабочих гипотез.
-

Процедурный раздел программы:

- 6. Принципиальный (стратегический) план исследования.
- 7. Обоснование системы выборки единиц наблюдения.
- 8. набросок основных процедур сбора и анализа исходных данных.
- Программа дополняется рабочим планом, в котором упорядочиваются этапы работы, сроки осуществления исследования, оцениваются необходимые ресурсы и т. д.

Вопрос 3. Методы социологического исследования

Общая характеристика метода социометрии

-
- ***Социометрия*** (лат. *societas* – общество, греч. *metreo* – измеряю) – область социальной психологии, изучающая межличностные отношения в малых группах ***с акцентом на внутригрупповых симпатиях и антипатиях их членов.***
-



Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Пер. с англ. А. Боковикова. — М. : Академический Проект, 2001.

- Широкое распространение методы социометрии получили благодаря американскому психиатру и психологу **Якову (Джекобу) Леви Морено** (1892 — 1974), который **в 1940 году основал и возглавил институт социометрии и психодрамы.**

Метод социометрических измерений позволяет получить информацию об основных характеристиках группы:

1. Социально-психологических отношениях в группе.



2. Статусах людей в группе



3. Психологической совместимости и сплочённости в группе



**Этапы подготовки и
проведения
социометрического
исследования**

Этапы подготовки и проведения социометрического исследования

1. Определение целей и задач, гипотез исследования. Выбор объектов исследования.

2. Разработка социометрических критериев.

3. Выбор типа процедуры социометрического исследования.

4. Разработка социометрической карточки или социометрической анкеты.

5. Непосредственно проведение социометрии.

6. Непосредственно обработка и интерпретация результатов

1 этап.

**Определение целей и задач, гипотез
исследования. Выбор объектов
исследования.**

1. Выбор объектов исследования.



- **Объект – малая (контактная) группа, члены которой находятся в устойчивом непосредственном взаимодействии друг с другом**

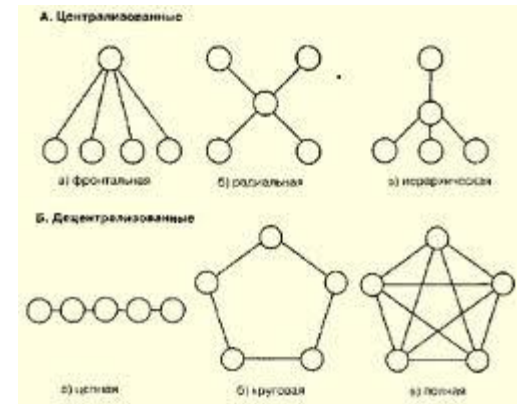


Требования к группе, исследуемой социометрией

- Социометрические опросы могут проводиться в коллективах, имеющих не менее чем **полугодовой опыт совместной деятельности.**
- **Количество членов группы, подвергаемой социометрическому исследованию, не должно превышать 10-15 человек.**

Предмет

- Сама социометрическая структура группы



- Сама социометрическая структура группы



- Внутригрупповые отношения





2 этап

Разработка (выбор) социометрических критериев.

-
- **Социометрические критерии формируются в виде вопросов, ответы на которые и служат основанием для установления отношений в группе.**
-

Типы критериев:

1. **Формальные** - направлены на изучение взаимоотношений в ведущем виде деятельности группы.



1. **Неформальные** - изучают неформальные отношения.



**2. Двойные - изучают
отношения
партнёрства.**



**2. Одинарные - изучают
взаимоотношения
лидерства
(руководства) и
подчинённых.**



3. **Прогностические** - позволяют измерить, на сколько верно картина взаимоотношений отражается в сознании самого индивида.



**4. Сильные выявляют
наиболее глубокие,
стабильные
отношения**



**4. Слабые (незначимые)
затрагивают
поверхностные
отношения.**



Пример

Исследователь зачитывает два вопроса: а) и б) и дает исследуемым **такую инструкцию:**

«Напишите на бумажках

- под цифрой 1 фамилию члена группы, которого Вы выбрали бы в первую очередь,
- под цифрой 2 — кого бы Вы выбрали, если бы не было первого,
- под цифрой 3 — кого бы Вы выбрали, если бы не было первого и второго».

Примеры вопросов для изучения деловых отношений

1. а) кого с своих товарищей из группы Вы попросили бы в случае необходимости предоставить помощь в подготовке к занятиям (в первую, вторую, третью очередь)?
б) кого из своих товарищей из группы Вы не хотели бы просить в случае необходимости предоставлять Вам помощь в подготовке к занятиям?
2. а) с кем Вы поехали бы в продолжительную служебную командировку?
б) кого из членов своей группы Вы не взяли бы в служебную командировку?
3. а) кто из членов группы лучше исполнит функции лидера (старосты, профорга и т.д.)?
б) кому из членов группы тяжело будет исполнять обязанности лидера?

Примеры вопросов для изученным личным отношений

1. а) к кому в своей группе Вы обратились бы за советом в трудной жизненной ситуации?
б) с кем из группы Вам не хотелось бы ни о чем советоваться?

2. а) если бы все члены Вашей группы жили в общежитии, с кем из них Вам хотелось бы поселиться в одной комнате?
б) если бы всю Вашу группу переформировали, кого из ее членов Вы не хотели бы оставить в своей группе?

3. а) кого из группы Вы пригласили бы на день рождения?
б) кого из группы Вы не хотели бы видеть на своем дне рождения?

3 этап. Выбор типа процедуры социометрического исследования.

Социометрия может проводится в двух вариантах:

- 1. Непараметрическая процедура**
- 2. Параметрическая процедура**

4 этап.

**Разработка
карточки или
анкеты.** **социометрической
социометрической**

Примеры социометрических карточек

Бланк социометрического опроса по ограниченному количеству выборов

Ф. И. О. _

Курс (группа, класс, отдел) _____

Ответьте на поставленные вопросы, записав под каждым из них три фамилии членов вашей группы (курса, отдела, к и т. д.) с учетом отсутствующих.

1. Если вашу группу будут расформировывать, с кем бы ты хотел продолжить совместно учиться (работать) в новом коллективе?

а) _____ б) _____ в) _____

2. Кого бы ты из группы пригласил на свой день рождения?

а) _____ б) _____ в) _____

3. С кем из своей группы ты пошел бы в многодневный туристический поход?

а) _____ б) _____ в) _____

Социометрическая карточка

Ф. И. О. _

Курс (группа, класс, отдел) _____

| № п.п | тип | Критерии | Выборы | | |
|----------|--------|---|--------|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 |
| 1. | Работа | а) Кого бы вы хотели выбрать своим бригадиром? б) Кого бы вы не хотели выбрать своим бригадиром? | | | |
| 2 | Досуг | а) Кого бы вы хотели пригласить на встречу Нового года? б) Кого бы вы не хотели пригласить на встречу Нового года? | | | |
| | | | | | |

5 этап

**Непосредственно проведение
социометрии.**

6 этап.

**Непосредственно обработка и
интерпретация результатов**

Способы количественной обработки

- **табличный**(социометрическая матрица),
- **графический**(социограмма)
- **Индексологический**
(социометрические индексы).

Варианты социометрической матрицы

-
- Социоматрица - это матрица связей, с помощью которой анализируются внутриколлективные отношения.
 - В социоматрицу в форме числовых значений и символов заносится информация, полученная в ходе опроса.
-

Социометрическая матрица

| №п. п. | Кто выбирает | Кого выбирают | | | | | | Число отданных выборов | | |
|---------------------------------|--------------|---------------|---|---|---|---|---|------------------------|----------|-----------|
| | | А | Б | В | Г | Д | Е | + | - | Всего |
| 1 | А | | - | + | + | - | - | 2 | 3 | 5 |
| 2 | Б | 0 | | 0 | + | 0 | + | 2 | 0 | 2 |
| 3 | В | + | - | | + | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 |
| 4 | Г | 0 | 0 | + | | 0 | + | 2 | 0 | 2 |
| 5 | Д | 0 | - | 0 | + | | 0 | 1 | 1 | 2 |
| 6 | Е | + | + | + | + | 0 | | 4 | 0 | 4 |
| Число + | | 2 | 1 | 3 | 5 | 0 | 2 | 13 | | |
| полученных выборов - | | 0 | 3 | 0 | 0 | 1 | 1 | | 5 | |
| Всего: | | 2 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | | | 18 |

- ВС – количество выборов, сделанных данным человеком;
- ОС – количество отклонений, сделанных данным человеком;
- ВП – сумма выборов, полученных данным человеком;
- ОП – сумма отклонений, полученных данным человеком;
- ОВ – количество ожидаемых выборов;
- ОО – количество ожидаемых отклонений;
- ВВ – количество взаимных выборов;
- ВО – количество взаимных отклонений.

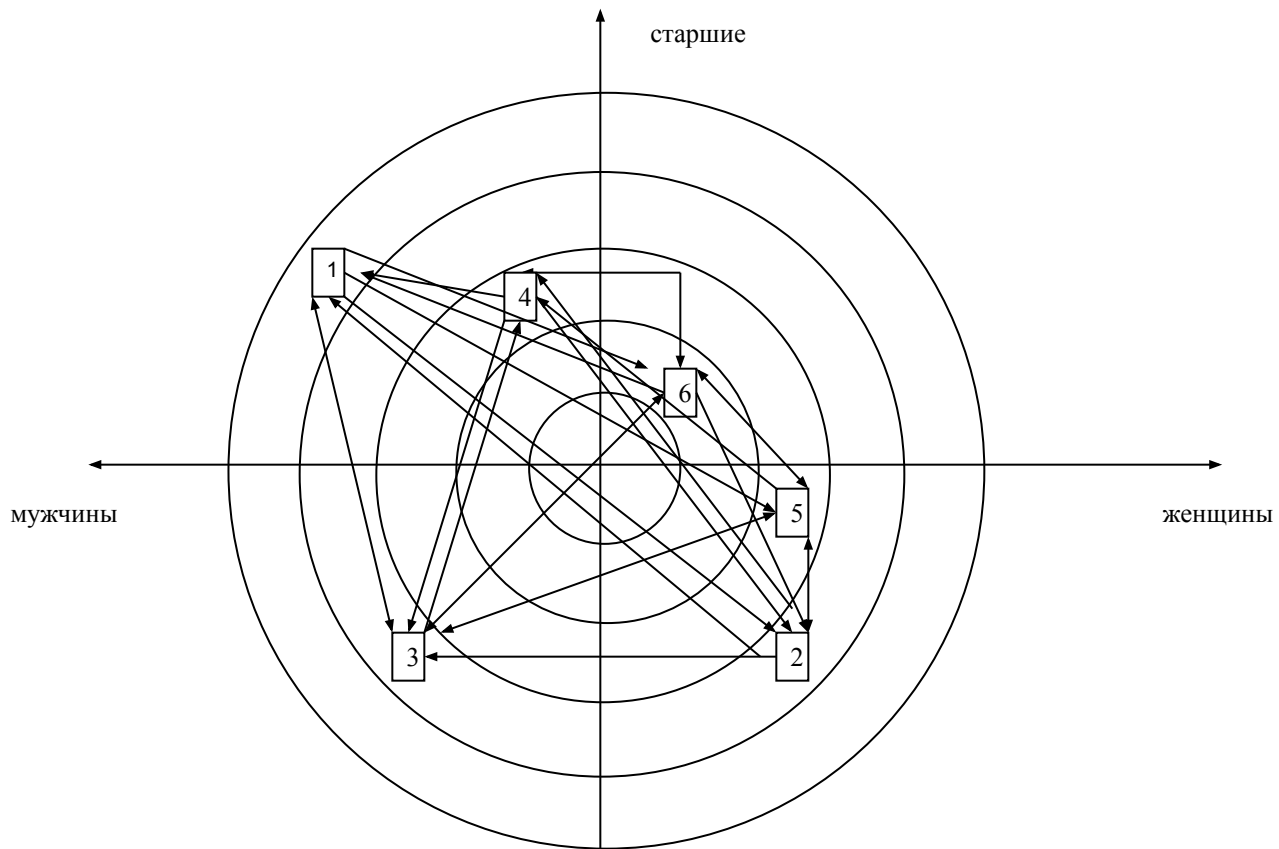
Социограмма

-
- **Социограмма** — **схематическое изображение реакции испытуемых друг на друга при ответах на социометрический критерий.**
 - **Социограмма** позволяет произвести **сравнительный анализ структуры взаимоотношений** в группе в пространстве на некоторой плоскости ("щите") с помощью специальных знаков.
-

Виды социограмм

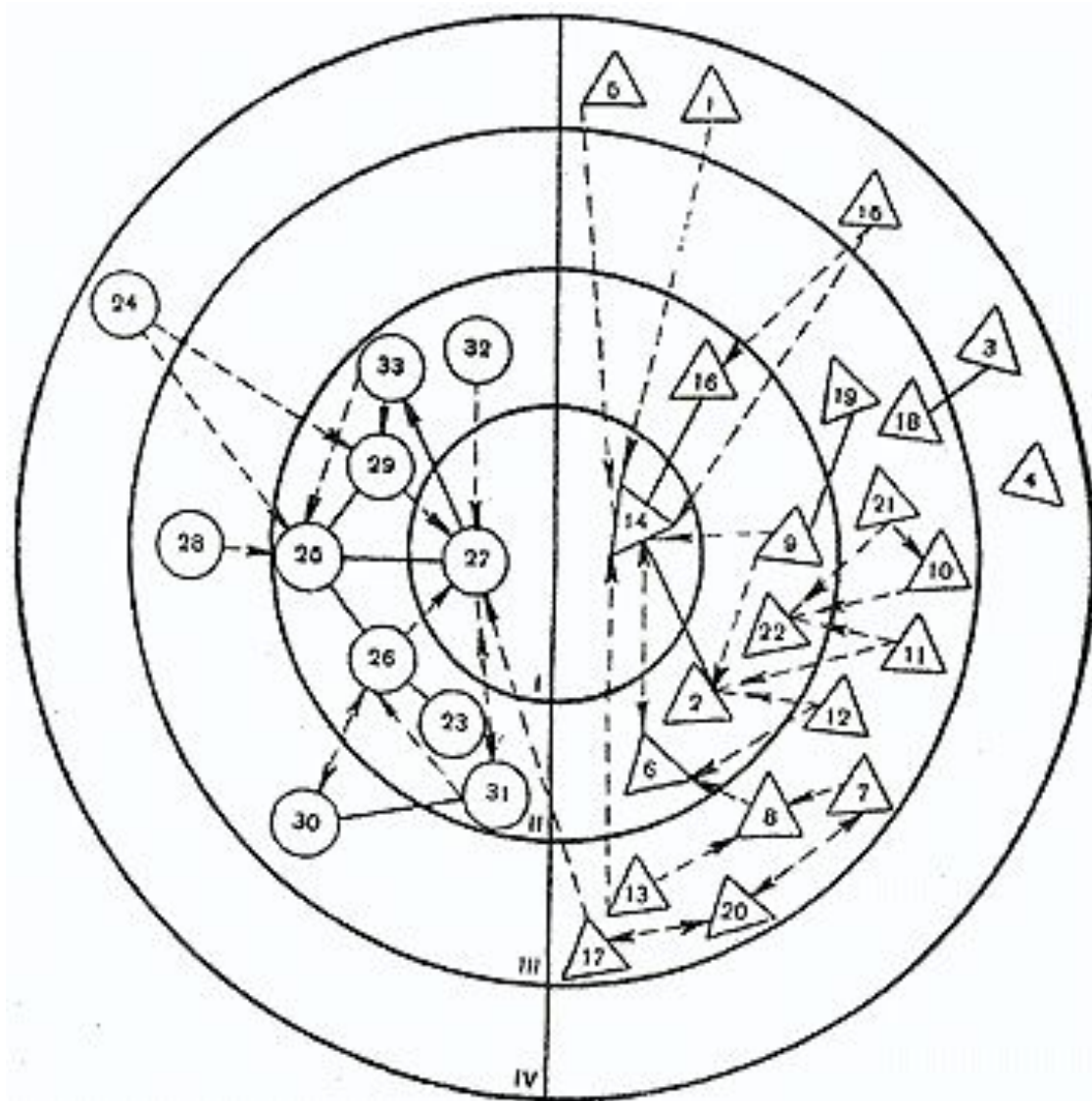
Концентрическая социограмма или "мишень":

- члены группы располагаются в пределах круга, в соответствии с их социометрическим статусом. Это означает, что чем выше статус, тем ближе к центру помещается соответствующая точка.



Легенда

- Положительные голоса
- ↔ Взаимоположительные голоса
- Отрицательные голоса
- ↔ Взаимоотрицательные голоса



Дифференциальная социограмма

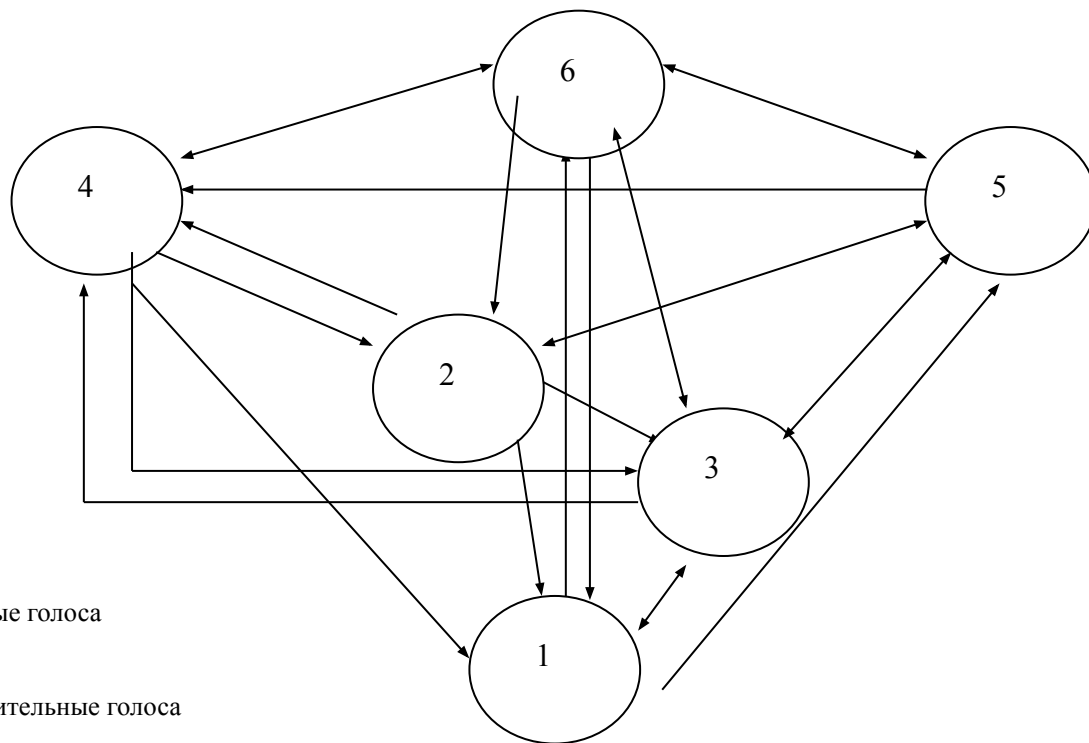
- вариант социогаммы-мишени, учитывающий статистическую значимость количества полученных выборов.
- Испытуемые, получившие достоверно большее, чем у других, количество выборов, располагаются в центре социогаммы – «звезды».
- Индивиды, количество выборов которых не достигает верхней границы, находятся во второй окружности – «предпочитаемые»;
- если количество выборов равно или меньше нижней границы, – в третьей окружности – «игнорируемые»; если выборы отсутствуют, то – «изолированные» – располагаются в пределах самой большой окружности.







Конвенциональная социограмма (иерархия)

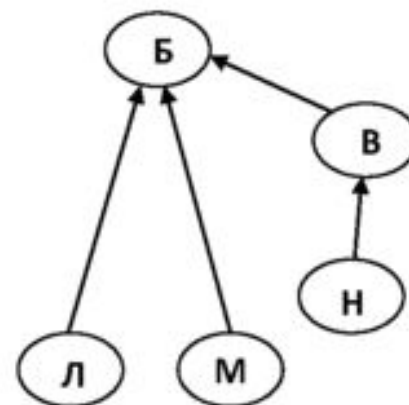
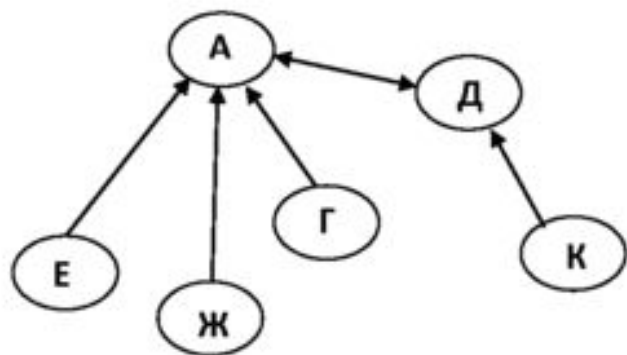
- индивиды располагаются по вертикали в соответствии с количеством полученных ими выборов;
- в верхней части социограммы - те, кто получил наибольшее количество выборов.
- индивидов необходимо располагать на таком расстоянии друг от друга, чтобы оно было пропорционально порядку выбора.

Социограмма «Иерархия»



Легенда

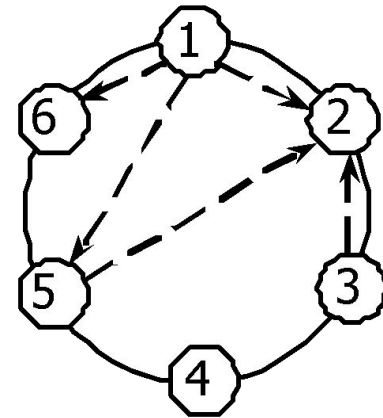
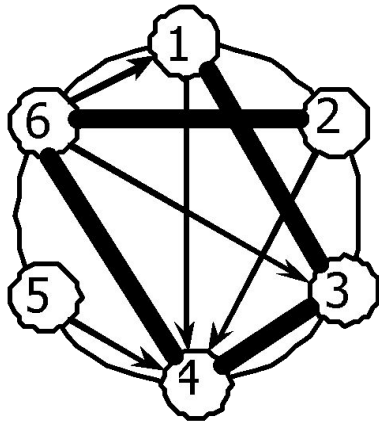
-  Положительные голоса
-  Взаимоположительные голоса
-  Отрицательные голоса
-  Взаимоотрицательные голоса



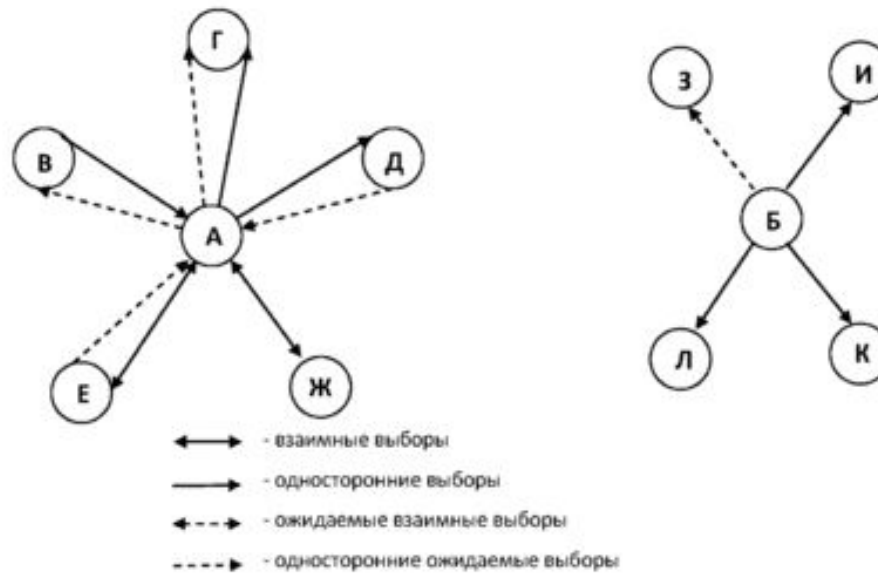
→ - односторонние выборы
↔ - взаимные выборы

Круговые социограммы:

а) положительных и б) отрицательных выборов.



Индивидуальные социограммы



- Для более наглядного представления о **положении отдельных лиц** в группе строят индивидуальные социограммы, которые **изображают индивида в совокупности всех его связей с другими членами группы.**

Карта-монограмма

- для анализа взаимоотношений в группе
- изображает отношения каждого члена группы с остальными ее участниками.
- содержит количество ячеек, численно равное количеству членов группы.
- все ячейки нумеруются в нижнем левом углу, в них заносятся фамилии индивидов.
- в каждой ячейке, закрепленной за конкретным индивидом, изображаются выборы, которые сделаны им и адресованы ему.

В карте-монограмме дается социометрический срез группы в индивидуально-детализированном виде.

Типичные социометрические связи

1. *Взаимные:*

- а) парные – когда индивид находится во взаимных отношениях не более чем с одним членом группы;
- б) групповые – включающие взаимные выборы с двумя и более членами группы.

2. *Односторонние:*

- а) изолированные – сам индивид выбирает других, а его не выбирает никто;
- б) блуждающие – индивида выбирают одни члены группы, а сам он выбирает совершенно других;
- в) обособленные – индивиду отдают предпочтение, а сам он никого не выбирает.

Вариант карты-монограммы

| | | |
|----------------------------|------------------------------|----|
| 2 18→°→12 1. Андреев | 2 11←°→31 4. Гаврилова | 7. |
| 1 32←°↔17 2. Борисов | 38 21→°←11 5. Денисов | 8. |
| 8 26→°→16 3. Петров | 6. Гусев | 9. |

Социометрические индексы

Персональный социометрический индекс

- **Персональный социометрический индекс** определяется подсчетом положительных и отрицательных голосов, полученных каждым членом коллектива. по формуле:

$$C_1 = \frac{P_1 - O_1}{N - 1} * 100\%$$

- где P_1 — число положительных голосов, полученных 1-м членом группы; O_1 — число отрицательных голосов, полученных 1-м членом группы.

Уровень связанности группы

- **Уровень связанности группы** определяется подсчетом общего количества отданных (полученных) положительных голосов.

- По формуле:

$$I_{св} = \frac{B_n}{N(N-1)} * 100$$

- где B_n – общее количество положительных голосов, N – число участников группы устанавливаем индекс конфликтности.
- Уровень связанности группы сравнивают со средним уровнем – 50%:

Уровень сплоченности группы

- **Уровень сплоченности группы** определяется подсчетом взаимположительных голосов.
- По формуле:
$$I_{cn} = \frac{B_{вп}}{N(N-1)} * 100$$
- где $B_{вп}$ – взаимположительные голоса, N – число участников группы, определяем индекс связанности.

Уровень сплоченности группы определяют в соответствии со следующей шкалой:

- ♦ больше 45 % — высокий уровень;
- ♦ 26—45% — уровень выше среднего;
- ♦ 6—25% — средний уровень;
- ♦ 6—15% — уровень ниже среднего;
- ♦ меньше 6% — низкий уровень.

Уровень конфликтности группы

- **Уровень конфликтности группы** определяется подсчетом взаимоотрицательных голосов.
- По формуле:

$$I_{con} = \frac{В_{зотр}}{N(N-1)} * 100$$

- где В – взаимоотрицательные голоса, N – число участников группы, определяем индекс конфликтности.
- Уровень конфликтности группы определяют в соответствии со следующей шкалой:
 - ♦ больше 45 % — высокий уровень;
 - ♦ 26—45% — уровень выше среднего;
 - ♦ -16—25% — средний уровень;
 - ♦ 6—15% — уровень ниже среднего;
 - ♦ меньше 6% — низкий уровень.

Спаси- Бо за работу

