

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Цель эмпирического социологического исследования — изучение конкретных социальных процессов и явлений, происходящих в социальной жизни общества.

Социологическое исследование — это система последовательных:

– **методологических** (выбор принципов научного исследования и теоретической точки зрения исследователя)

– **методических** (выбор правил сбора, обработки и анализа информации)

– **организационно-технических** (организация и непосредственное проведение исследования),

процедур, направленных на получение объективных и достоверных данных об изучаемом социальном процессе или явлении для их последующего практического использования.

Этапы социологического исследования

1. Подготовительный этап: обдумывание целей; составление программы, плана исследования; определение средств, сроков проведения исследования, способов обработки информации
2. Полевой этап: сбор первичной информации (заполнение дневников наблюдений, выписки из документов, раздача и заполнение анкет и т.д.)
3. Подготовка собранной информации к обработке, составление программы обработки, обработка
4. Анализ собранной информации, подготовка научного отчета по итогам исследования, формулирование выводов и рекомендаций

Виды социологических исследований

- ❑ **Теоретические**, ориентированные на разработку новой теории, выявление социальных тенденций развития системы, анализ общих противоречий
- ❑ **Эмпирические**, изучающие конкретные социальные проблемы, связанные с решением практических задач

По масштабности:

- **международные социологические исследования**
- **общенациональные социологические исследования**
- **региональные социологические исследования**
- **отраслевые социологические исследования**
- **локальные социологические исследования**

Виды социологических исследований

По решаемым задачам:

Разведывательные исследования (пилотажные), имеющие целью получить оперативную социологическую информацию. В ходе разведывательного исследования идет апробирование и обкатка инструментария – анкет, бланков интервью, карточек наблюдений и т.д.

Программа пилотажного исследования упрощенная, количество обследуемых респондентов невелико (20 - 100 чел.). Часто пилотажное исследование используется в качестве предварительного этапа глубокого и масштабного социологического исследования. В ходе него уточняются цели, гипотезы, задачи, вопросы исследования. Проводить такое исследование необходимо в случаях, когда проблема малоизучена или изучается впервые.

Разновидностью разведывательного исследования является экспресс-опрос, задача которого – выявить отношение людей к актуальным событиям и фактам.

Описательное исследование, с помощью которого получают эмпирическую информацию, дающую целостную картину изучаемой социальной проблемы или явления. Проводится для исследования больших совокупностей людей, отличающихся разнообразием характеристик (пола, возраста, образования, профессий и т.д.). Выделение в структуре изучаемой совокупности однородных групп по выделенным характеристикам позволяет сравнить, оценить эти характеристики, выявить наличие или отсутствие связи между ними.

Аналитическое исследование самый сложный и глубокий вид социологического исследования. С его помощью можно не только описать элементы изучаемой проблемы, но и выявить причины, вызвавшие данную проблему. Цель такого исследования — поиск причинно-следственных связей.

Виды социологических исследований

По частоте проведения:

Разовое социологическое исследование, дающее возможность получить знания об изучаемом объекте на текущий момент.

Повторные исследования, изучающие объект в динамике, в развитии.

Существуют две разновидности повторных исследований – *панельные и лонгитюдные*.

Повторные панельные исследования предусматривают многократное изучение одних и тех же социальных проблем через определенные интервалы времени.

Повторные лонгитюдные исследования предполагают изучение одной и той же совокупности людей в течение ряда лет.

Виды социологических исследований

В зависимости от метода сбора информации:

Опросы

Наблюдения

Анализ документов

Социальный эксперимент

Программа социологического исследования

Программа социологического исследования – документ, который организует и задает направление исследовательской работы, намечая пути ее осуществления.

Методологический раздел программы

- выявление и формулировка социальной проблемы
- определение объекта и предмета исследования
- определение целей и задач
- уточнение основных понятий, используемых в исследовании
- формулировка рабочих гипотез

Методический раздел программы

- определение изучаемой совокупности – выборки
- характеристика методов сбора первичной социологической информации
- последовательность применения инструментария для сбора первичной информации
- выбор программы обработки собранных данных

Социальная проблема - это проявление неразрешенных социальных противоречий в системе общественных отношений.

Цель любого социологического исследования – предполагаемый результат исследования – разрешение объективно существующих социальных проблем и противоречий.

Задачи социологического исследования – этапы реализации цели – последовательные действия, приводящие к достижению цели.

Объект социологического исследования – то, что содержит в себе социальное противоречие, социальную проблему (социальные общности и группы).

Предмет исследования – свойства и стороны объекта, которые наиболее ярко и полно отражают социальные противоречия и потому подлежат непосредственному изучению.

Социологическое исследование основывается на предварительных предположениях исследователя о причинах возникновения изучаемой проблемы – гипотезах исследования.

Гипотеза – это научное предположение, выдвигаемое для объяснения причин возникшей социальной проблемы, либо для объяснения каких-либо фактов, явлений и процессов. Гипотезу в результате исследования необходимо или подтвердить, или опровергнуть.

Гипотезы позволяют повысить оперативность исследования, правильно выбрать его объект, методы сбора социологической информации.

Логический анализ понятий - важная часть программы исследования. Он предполагает точное и всестороннее объяснение содержания и структуры понятий, объясняющих элементы и свойства изучаемого объекта. Логический анализ понятий производится поэтапно – от широких и абстрактных понятий к менее широким и конкретным (простым). Расчленяя понятия исследователь приходит к пониманию сущности отдельных элементов предмета исследования. Полученные таким образом более простые понятия приближаются к показателям, которые можно «закладывать» в анкету в виде конкретных вопросов.

Логический анализ понятий включает в себя две основные процедуры:

- 1) теоретическую интерпретацию понятий
- 2) операционализацию понятий

Весь изучаемый объект, которым чаще всего выступает группа людей, называется **генеральной совокупностью (ГС)**.

ГС $<$ 500 человек – проводят сплошное исследование

ГС $>$ 500 человек – проводят выборочное исследование

Выборочная совокупность (ВС) – это определенное число элементов генеральной совокупности, отобранное по строго заданному правилу.

Выборочная совокупность в идеальном варианте должна являться микромоделью генеральной совокупности и обладать ее важнейшими признаками.

Свойство выборочной совокупности воспроизводить параметры генеральной совокупности называется ***репрезентативностью выборки***.

При организации выборки ошибки неизбежны. Мера несоответствия параметров ВС параметрам ГС называется ***ошибкой выборки***.

При обычных требованиях надежности исследования допускается ошибка выборки в пределах от 3% до 10%. При требовании повышенной надежности (в экономических и демографических исследованиях) допускается ошибка до 3%.

Методы сбора социологической информации

- ☐ Опросы
- ☐ Наблюдение
- ☐ Анализ документов
- ☐ Эксперимент

Опросы

Наиболее популярный метод сбора первичной социологической информации. Опрос предполагает общение социолога и опрашиваемого. Опрашиваемого человека в социологии называют *респондентом*.

Положительные стороны:

- относительная легкость организации
- относительная экономичность
- эффективность обработки полученной информации

Негативные стороны:

- личность опрашиваемого (субъективность ответов: их зависимость от типа культуры, социально-психологических особенностей)
- социально-психологические особенности самого социолога (не всегда находит контакт с опрашиваемым)
- возможное присутствие посторонних

Виды опросов

- устные (*интервьюирование*) и письменные (*анкетирование*)
- *массовые* (источник информации – многочисленные представители больших социальных групп) и *экспертные* (источник информации – компетентные лица (знатоки, эксперты), обладающие необходимыми профессиональными и теоретическими знаниями либо жизненным опытом, которые позволяют им высказывать авторитетные мнения).
- *сплошные* и *выборочные*
- *индивидуальные* и *групповые*
- *одноразовые* и *многократные*
- *очные* и *заочные*

Интервьюирование

Интервьюирование – это целенаправленная беседа исследователя с респондентом.

Применяется:

- В качестве основного метода сбора информации в социально-психологических исследованиях при ограниченной или малой выборке
- В качестве дополнительного метода получения информации совместно с анкетированием, наблюдением и т.д.
- На начальных стадиях исследования с целью уточнения общей проблематики исследования и формулировок рабочих гипотез

Различают три основных вида интервью:

Формализованное интервью – это общение интервьюера и респондента по строго разработанному вопроснику и плану

Полуформализованное интервью предполагает предварительное утверждение исследователем основных направлений беседы без конкретизации задаваемых респонденту вопросов

Свободное интервью проводится по заранее определенной теме, но без предварительно разработанного опросника и плана. Оно носит характер свободной беседы

Анкетирование

Самым популярным в социологических исследованиях является анкетный опрос. Им пользуются приблизительно в 70–80% исследований.

Анкета - это определенным образом организованный набор вопросов, каждый из которых логически связан с задачами исследования.

Структура анкеты:

- вводная часть: обращение к респонденту с просьбой принять участие в проводимом исследовании, пояснение цели опроса, рекомендации по заполнению анкеты
- основная часть: вопросы, обусловленные целями и задачами исследования
- «паспортичка»: вопросы, касающиеся социально-демографических и других характеристик респондента

Оформление анкеты, расположение вопросов и их формулировка имеют большое значение для целей получения достоверной информации.

Требования к составлению анкеты:

- длительность заполнения анкеты не должна превышать 30—40 мин, поскольку усталость респондента не позволит получить достоверные и полноценные ответы
- интерес к предмету опроса должен не снижаться, а постепенно нарастать, поэтому более сложные по содержанию и пониманию вопросы должны следовать за более простыми
- первый вопрос должен быть нейтральным — ни дискуссионным, ни настораживающим
- трудные вопросы необходимо располагать в середине анкеты, чтобы постепенно «подвести» респондента к основной теме
- вопросы должны быть ясными, четкими, понятными опрашиваемым — всем без исключения

Классификация вопросов

по содержанию:

- ***вопросы о фактах*** (возрасте, семье, образовании, доходах и т.п.)
- ***вопросы о знаниях*** (ориентированы на выяснение что и в какой мере знает респондент об интересующей исследователя проблеме, ситуации и т.п.)
- ***вопросы о мнениях, установках, мотивах поведения***

по форме:

- ***открытые*** вопросы формулируются без предложения каких-либо вариантов ответа
- ***полузакрытые*** вопросы ставятся в ситуации, когда у исследователя нет уверенности в том, что он исчерпал полный перечень возможных вариантов ответа. Респонденту предоставляется возможность предложить свой вариант ответа (к предложенному списку добавляется вариант «другое»)

■ **закрытые**: предлагается выбор одного или нескольких ответов из предложенных возможных вариантов. Закрытые вопросы могут быть

- дихотомическими (да-нет)
- альтернативными (ответы носят взаимоисключающий характер: хорошо, плохо, очень плохо и т.п.)
- вопросами-меню (можно выбрать сразу несколько вариантов ответов)

В закрытых вопросах важно дать возможность респонденту уклониться от ответа предложив вариант *«затрудняюсь ответить»*

по функциям:

- **контрольные вопросы** (используются для проверки правильности, непротиворечивости и искренности ответов респондента)
- **вопросы-фильтры** (задаются для выделения из совокупности опрашиваемых той их части, которой будет адресован основной, содержательный вопрос исследования)

Наблюдение

Наблюдение в социологии – это сбор первичной социологической информации путем прямой и посредственной регистрации исследователем событий и условий, в которых они имеют место.

Научное наблюдение отличается планомерностью, систематичностью, последующей проверкой результата.

Виды наблюдений

по степени формализованности:

- **формализованные**, имеющие жесткую программу наблюдения
- **неформализованные**, когда нет программы, а задается только объект наблюдения

по регулярности наблюдения:

- **систематические**
- **случайные**

по положению наблюдателя:

- **невключенное**, когда наблюдение осуществляется при невмешательстве исследователя в изучаемые события.
- **включенное**, когда исследователь является участником событий, находится в контакте с наблюдаемыми, принимает участие в их деятельности. Может быть скрытым и открытым.

по месту проведения:

- **полевые** наблюдения, проводимые в естественной среде, в реальных жизненных ситуациях
- **лабораторные**, чаще всего используемые в психологических и социально-психологических экспериментах

Положительные стороны: регистрации материала, недоступного для фиксации другими методами: мимики, жестов, стиля общения и т.д.

Отрицательные стороны: меньшая по сравнению с другими методами репрезентативность материала вследствие субъективизма наблюдателя. Наблюдение может стать достоверным, если при повторении его в тех же условиях и с тем же объектом оно дает те же результаты

Анализ документов

Документом называется специально созданный человеком предмет, предназначенный для передачи и хранения информации.

Классификация документов

по способу фиксации информации:

- письменные (все виды печатной и рукописной продукции: архивные материалы, статистическая отчетность, научные публикации, пресса, личные документы – письма, дневники, мемуары и т.д.)
- иконографические (теле-, кино-, видео- и фотоматериалы)
- фонетические (аудиодокументы)
- материалы, имеющиеся на новых носителях информации

по статусу:

- официальные (постановления, заявления, судебные решения и т.д.)
- неофициальные (личные документы)

по назначению:

- целевые (материалы, полученные в ходе исследования)
- наличные документы (независимые материалы, полученные другими исследователями)

по источнику информации:

- первичные (собранная первичная социологическая информация)
- вторичные (информация, полученная после анализа и обобщения первичной информации)

по содержанию:

- литературные
- исторические
- правовые и т.д.

- подлинники
- копии

Выделяют два основных вида анализа документов:

Традиционный (классический), суть которого заключается в углубленном исследовании содержания документа.

Слабостью традиционного анализа является *субъективизм*: как бы ни старался исследователь, его интерпретация всегда в большей или меньшей степени будет субъективной.

Формализованный анализ документов – **контент-анализ**. Контент-анализ проводится по особым правилам и позволяет быстро обработать большое количество источников информации.

Сущность контент-анализа заключается в подсчете того, как отражены в некотором информационном массиве (тексте, теле-, аудио- материале и т.п.) интересующие исследователя смысловые единицы.

как считают?

- частоту упоминаний
- число строк или минут эфирного времени, отданных данной смысловой единице
- площадь газетной полосы и т.п.

Кроме того имеет значение: шрифт публикации, место на газетной полосе или в теле-, радионовостях, тональность, в которой подается материал, и т.д.

Вопросы к экзамену по социологии 08.02.2020.

1. Позитивизм О. Конта: сущность, основные идеи, закон 3-х стадий.
2. Органическая теория общества Г.Спенсера.
3. Теория социальных действий М.Вебера.
4. Теория циркуляции элит В.Парето.
5. Теория социального обмена Дж. Хоманса.
6. Объект и предмет, методы, функции социологии.
7. Взаимосвязь социологии с другими науками об обществе (историей, психологией).
8. Структура социологического знания.

9. Социальные связи. Типы социальных связей: социальные контакты, социальные взаимодействия, социальные отношения.
10. Социальные институты. Виды социальных институтов. Функции социальных институтов Явные и латентные функции, дисфункции.
11. Институционализация. Этапы процесса институционализации.
12. Институт семьи: функции, классификация.
13. Жизненный цикл семьи. Институт брака.
14. Социальные общности: определение, классификация.
15. Социальные группы: признаки, классификация.

16. Социальное неравенство. Теории социального неравенства.
17. Социальная стратификация. Критерии стратификации.
18. Социальные статусы. Классификация социальных статусов.
19. Социальные роли. Ролевые конфликты. Механизмы разрешения ролевых конфликтов.
20. Социальная мобильность: определение, типы, формы, виды, причины, факторы, каналы мобильности.
21. Понятие личности. Теории личности. Социальная типология личности.
22. Социализация личности: определение, этапы, агенты социализации. Особенности социализации на каждом этапе жизненного цикла.

23. Социальный контроль: определение, виды, механизмы, инструменты.
24. Социальные нормы: определение, функции, типология социальных норм.
25. Социальные санкции: определение, типология.
26. Отклоняющееся поведение: девиантное и делинквентное поведение.
27. Теории социальных отклонений: биологические, психологические и социологические теории.
28. Гендер как социальный пол человека. Этапы формирования пола человека. Многообразие полов.
29. Теории гендера (классическая, модернистская, постмодернистская).
30. Структура гендера. Гендерная социализация.

- 31. Социологическое исследование: основные этапы, виды исследований.
- 32. Программа социологического исследования
- 33. Методы сбора социологической информации: опрос
- 34. Методы сбора социологической информации: наблюдение
- 35. Методы сбора социологической информации: анализ документов