

МОК

Казахская головная архитектурно-строительная академия

Дисциплина: Социология

**Тема №15. МЕТОДИКА И ТЕХНИКА
КОНКРЕТНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ**

Выполнила: ассоц. проф. ФОГП Акбаева Л.Н.

Алматы 2015



ПЛАН ЛЕКЦИИ №15

- 1. **Общая характеристика конкретного социологического исследования.**

- 2. **Структурные элементы программы конкретного социологического исследования.**
- 3. **Характеристика методов социологического исследования.**
- 4. **Эксперимент.**
- 5. **Наблюдение.**
- 6. **Опрос. Анкетирование.**
- 7. **Интервью.**
- 8. **Анализ документов. Контент-анализ.**
- 9. **Социометрия.**

Задания для СРСР. Первоисточники по теме.

- **Рекомендуемая литература.**



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Прикладная социология – это составная часть социологии, которая опирается на теоретические достижения фундаментальной науки с использованием методов эмпирической проверки и формализованных процедур.

Социологическое исследование – это один из основных способов развития социологического знания. Эмпирические изучения социальных явлений начались с **середины XVII века** и получили характер институционализированной деятельности в **20-30-гг. XX века**.

Конкретное социологическое исследование – 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.



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Разведывательное исследование –

наиболее простой вид исследования, решает ограниченные задачи и изучает небольшие обследуемые совокупности. Оно имеет упрощенную программу и применяется в случае неисследованных проблем, для получения дополнительной информации об объекте, для уточнения гипотез и задач, для получения оперативных данных.

Описательное исследование –

более сложный вид исследования, предполагающий получение эмпирических сведений для целостного представления об изучаемом явлении, имеющий полную программу и применяющийся к большой общности с разнообразными характеристиками.

Аналитическое исследование –

самый сложный вид исследования, преследующий целью не только описание изучаемого явления, но и выяснение причин, лежащих в его основе. Оно представляет наибольшую ценность, требует значительного времени и тщательно обработанной программы.



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

По динамике объекта выделяют *точечное (разовое)* и *повторное исследование* (несколько исследований того же объекта через определенные промежутки времени по единой программе).

Конкретное социологическое исследование может быть **широкомасштабным** или **локальным**. Преимущественно это социальная работа на заказ.

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, логическую структуру инструментария для сбора этой информации и логические схемы ее обработки.



2. СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПРОГРАММЫ КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

К ним относятся:

1. *Объект* конкретного социологического исследования –

это **социальный факт или социальная проблема, т.е. созданная жизнью противоречивая ситуация.** Проблемы разделяются по целям, носителям, масштабам распространенности, времени действия, глубине.

2. *Предмет* конкретного социологического исследования –

это **свойства объекта, наиболее полно выражающие проблему.** При помощи логического анализа выделяются понятия, определяющие предмет, их содержание и структура.

3. *Гипотеза*

является **предварительным предположением, объясняющим социальный факт с целью его последующего подтверждения или опровержения.**

4. *Задачи*

формулируются **в соответствии с целью и гипотезами.**



2. СТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПРОГРАММЫ КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

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. Отбор респондентов осуществляется по социальным формулам, с помощью таблицы случайных чисел, методами механической, серийной, гнездовой, стихийной выборки, методами «снежного кома» и основного массива. Наиболее точен метод квотной выборки.

В программе обосновывается необходимость использования конкретных методов сбора социологической информации (анкетирование, интервьюирование, анализ документов, наблюдение и др.). Логическая структура инструментария выявляет направленность блока вопросов на определенные характеристики и свойства объекта, а также порядок расположения вопросов. Логические схемы обработки собранной информации показывают предполагаемый диапазон и глубину анализа социологических данных.



3. ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Социология как наука развивается в двух направлениях: фундаментальном и прикладном. Прикладная социология основывается на точных, конкретных данных об отдельных социальных фактах о процессе изменения и структуре общества. Эти данные собираются социологами при помощи методов эмпирических исследований.

Второй этап исследования называют **«полевым этапом»**, так как **зона практических действий социологов** – это поле, с которого собирается урожай в виде надежной и представительной информации. В ходе сбора информации применяются различные методы, каждый из которых имеет свои особенности.

Методы сбора и анализа данных служат созданию эмпирической базы и первичному обобщению эмпирических данных (массовый опрос, наблюдения, анализ документов, эксперимент).

Выбор метода исследования зависит от спецификации **объекта и задач исследования**, например настроения избирателей можно изучать с помощью опроса избирателей, опроса экспертов или глубинного интервью с типичным избирателем. Соответственно методу избирается метод анализа данных.

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.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Социолог *Н.Денцин* («Introduction: entering the field of qualitative research», 1994) доказывал, что при социологическом исследовании необходимо «производить триангуляцию» различных методов 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. То есть при их проведении полагаются на инструмент исследования, посредством которого осуществляется измерение, то есть структурированный опросный лист, структурированное наблюдение или эксперимент.

Качественные методы исследования –

методы исследования, в которых социологи полагаются на свое мастерство включенного интервьюера или наблюдателя для сбора уникальных данных. Они могут иметь неструктурированный список тем обсуждения со своими информантами (памятку), раскрытие «изложения фактов» или опыта по выбору самого участника. Наиболее качественным является *полное включенное наблюдение.*



3. ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Выбор методов исследования зависит от следующих показателей:

- 1. характера изучаемой проблемы** (например, для изучения заболеваний среди пожилых лучше использовать опросные листы или медицинские отчеты; девиантное поведение требует включенного наблюдения и т.д.);
- 2. теоретической позиции и предпочитаемых исследователем методов** (символические интеракционисты предпочитают прямое наблюдение и т.д.);
- 3. наличия времени и денег** (почтовые опросы дешевле, чем личные интервью; вторичный анализ данных дешевле чем проведение новых обзоров и т.д.);
- 4. типа исследования и оснований, убеждающих спонсоров** (спонсоры отдают предпочтение работам с применением количественных, а не качественных данных и т.д.).

Результаты методов исследования зависят от следующих процедур:

1. Чтобы полученная первичная социологическая информация начала активно служить, ее необходимо обработать, обобщить, проанализировать и научно проинтерпретировать. Только после этих процедур появится реальная возможность сформулировать выводы и практические рекомендации, которые и откроют социологической информации выход на практику.

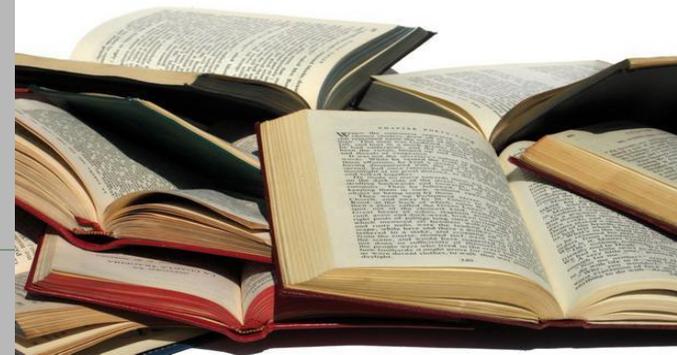


3. ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

2. Обработка информации социологических исследований осуществляется вручную или с помощью специальной техники, её результат – это социологические данные, т.е. показатели ответов на вопросы в числовом и процентном выражении. Обобщение информации идет путем группировки ответивших на вопросы и через ряды распределений (в том числе с помощью таблиц).

3. Анализ и интерпретация данных проводятся в рамках теоретической обработки полученной информации и напрямую зависят от профессионализма социологов, их гипотез, проверка которых и производится прежде всего.

4. Итоги работы выливаются в служебные документы: отчет, приложение к отчету и аналитическая справка, содержащая выводы и рекомендации. Использование результатов социологического исследования зависит от актуальности изучаемой социальной проблемы, анализа достоверности собранной информации и заинтересованности в ней общества.



4. 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**. Это даёт возможность постановки эксперимента в качестве главного отличительного метода научной теории от псевдонаучной.



4. 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».

Особенностями данного эксперимента были: **во-первых**, знание подвергшихся эксперименту людей, что они находятся под наблюдением; **во-вторых**, дружеские отношения с наблюдаемыми исследователей. Во время эксперимента поначалу проверяли воздействие освещения (изменение окружающей обстановки) на изменение производительности служащих. Однако **в итоге наблюдаемые пришли к выводу, что улучшение производительности наблюдаемых больше зависит от дружественных отношений между работниками**. Этот выход стал основой эффективного управления, основанного на человеческих отношениях.



5. 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).

5. 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) **паспортичкой**, т.е. социально-демографическим блоком вопросов.

5. 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), в свою очередь, подразделяющиеся на альтернативные (с возможным выбором одного варианта) и не альтернативные (с допуском выбора нескольких вариантов ответа); **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) и фильтрующие, отсекающие круг респондентов от ответов на ряд вопросов.



6. 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.



6. 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.

7. 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).



8. АНАЛИЗ ДОКУМЕНТОВ. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

Метод анализа личных документов был впервые применен в книге американских социологов *У.Томаса* (1863-1947) и *Ф.Знанецкого* (1882-1958) «*Польский крестьянин в Европе и Америке*» (1918-1920). Это метод сбора первичной информации, главным источником которой выступают **документы**.

Документы – это печатные, рукописные и т.п. материалы, которые создаются для хранения информации. Анализ документов решается в ходе **внутреннего и внешнего анализа содержания документов**. **Внешний анализ** – изучение обстоятельств возникновения документов. **Внутренний анализ** – изучение особенностей содержания, стиля документа.

Виды документов различаются: 1) по способу хранения информации; 2) по характеру источника (официальные, неофициальные).

Виды анализа документов:

1. качественный (углубленное логическое и стилистическое изучение документа). Он ориентирован на прослеживание, воссоздание индивидуальной истории автора. Применяется для **анализа уникальных личных документов** и примыкает к направлению понимающей социологии.

2. качественно-количественный или **контент-анализ**.



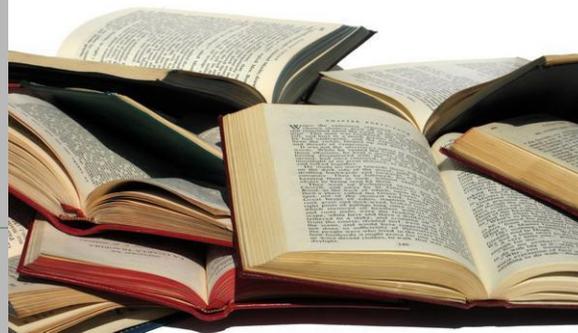
8. АНАЛИЗ ДОКУМЕНТОВ. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

Контент-анализ (от англ. contents – содержание) – **анализ содержания** – это метод объективного количественного исследования в области общественных наук, предметом анализа которого является содержание больших текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции. Данный метод применяется для анализа больших массивов документов.

Суть данного метода заключается в том, чтобы **воссоздать социальную реальность** по некоторым показателям, которые можно выявить в тексте.

Философский смысл контент-анализа, как исследовательского метода, состоит в восхождении от многообразия текстового материала к абстрактной модели содержания текста. В указанном смысле, контент-анализ является одной из номотетических исследовательских процедур, используемых в сфере применения идиографических методов.

Выделяют два типа контент-анализа: **количественный и качественный**.



9. СОЦИОМЕТРИЯ

Метод социометрии – социально-психологический метод социологии. Его основателем является австро-американский психолог и психиатр **Дж. Морено** (1889-1974) («Sociometry and the cultural order», 1943).

Социометрия – это широко используемый метод «измерения» социальной привлекательности внутри групп. То есть это **метод измерения межличностных отношений, изучающая внутригрупповые связи и иерархию в малых группах** (к примеру, трудового коллектива) с целью выявления в ней микрогрупп и лидеров на основе взаимооценок всех членов коллектива.

Социометрические методы необходимы для устранения конфликтов в малых группах и противоречий в обществе. Метод предполагает применение опросов, в которых респонденты выстраиваются в порядке «привлекательности» и «непривлекательности» товарищей по группе как соучастников, коллег, в целом либо в определенном виде деятельности.

Одной из инноваций **Я.Морено является – социограмма.** Это схема, которая **представляет собой несколько концентрических кругов.**

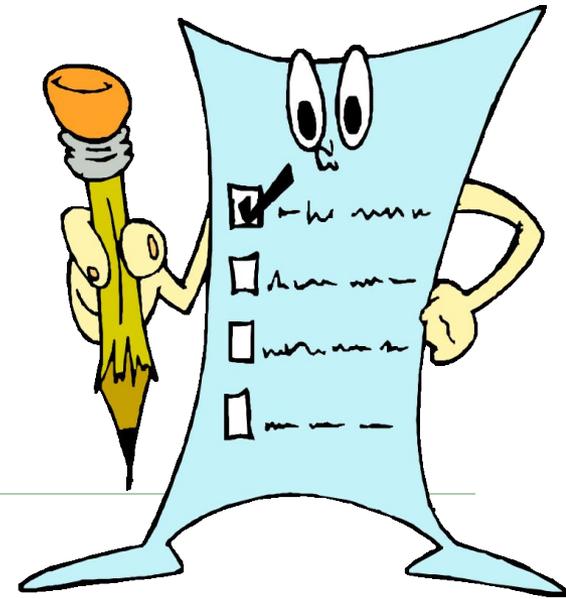
Каждый из кругов соответствует количеству предпочтений в данной группе (чем ближе к центру – тем больше предпочтений). Предпочтения выявляются путём опросов или других исследований.



9. СОЦИОМЕТРИЯ

В центр помещается наиболее популярный член группы (или несколько членов), далее – менее популярные, по мере убывания, вплоть до изгоев (крайний, внешний круг). Между индивидами прочерчиваются линии со стрелками, обозначающие обоюдную либо одностороннюю симпатию или антипатию. Повторные измерения, проведенные в той же группе, позволяют исследовать динамику отношений. По результатам межличностных выборов выстраивается диаграмма, называемая социограммой и показывающая социометрических «звезд» и «отверженных», а также группы взаимной положительной оценки и социально «изолированные».

Модифицированный вариант социометрии может применяться и для исследования более крупных групп, например, организаций или групп населения. Существенным недостатком социометрии является то, что она позволяет исследовать только уже сложившиеся группы.



10. ЗАДАНИЯ ДЛЯ СРСР.

ПЕРВОИСТОЧНИКИ ПО ТЕМЕ

- Проанализируйте указанные отрывки из первоисточников и укажите какие проблемы *социологии методики и техники конкретных социологических исследований* в них затрагиваются.
-
- **1.** «Социологическое исследование – это конкретная разновидность научного исследования вообще. Оно должно подчиняться общенаучным требованиям, главное из которых – вычленение истинных фактов из моря ложных заблуждений и критическая проверка полученных знаний на предмет их соответствия уже добытым и проверенным ранее научным знаниям...
- Со времен Геродота, Фукидида, Ксенофонта и Сократа искусство исследователя заключалось в том, чтобы с помощью тщательно построенного «опросника» и на основе «показательной выборки» (будь то опрос Ксенофонтом подчиненных ему солдат – участников похода Кира Младшего против Артаксеркса II при их отступлении к Черному морю или же афинских граждан о наилучшем социальном устройстве государства и душевных свойствах его членов) извлечь эпистему – истинное, подлинное знание из мнения. Позиция ученого в гуманитарной сфере науки несколько отличается от позиции ученого в области естественнонаучных и технических дисциплин.
- В социологии исследователь одновременно является и лицом знающим, и лицом оценивающим (события)... Познанный материал должен быть тщательно взвешен, осмыслен, критически оценен социологом... Для социологии первым его ясно озвучил в начале столетия Макс Вебер. Он предлагал различать два похожих явления: вынесение оценочных суждений; отнесение к ценностям.
- Первое в науке категорически запрещается со стороны исследователя, второе не только приветствуется, но и рекомендуется в качестве важнейшего правила... Многие ведущие социологи мира, в том числе А.Гоулднер, С.Липсет, Д. Вронг, Б.Бергер, Р.Миллс, Л.Козер, Б.Розенберг, Д. Райсмен, А.Страус и другие,... продолжали традицию социологии как критической теории общества...

10. ЗАДАНИЯ ДЛЯ СРСР

ПЕРВОИСТОЧНИКИ ПО ТЕМЕ

- Социологическое исследование – это система логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных единой целью – получить достоверные данные об изучаемом явлении для их последующего практического применения. Из определения следует, что социологическое исследование имеет три уровня: методологический, методический и процедурный. Под методологическим уровнем понимается совокупность общих теоретических принципов и положений, на основе которых проводятся исследования, интерпретируются их результаты.
- Методический уровень отражает комплекс конкретных приемов и методов сбора и обработки эмпирических данных.
 - Процедурный уровень характеризует непосредственную организацию проведения самого исследования. В зависимости от решаемых задач различают три основных вида социологического исследования: разведывательное, описательное и аналитическое.
 - Разведывательное исследование – наиболее простой вид социологического исследования, имеющий целью получить оперативную социологическую информацию. Разновидностью разведывательного исследования является экспресс-опрос, задача которого – выявить отношение людей к актуальным событиям и фактам.
 - Описательное исследование – более сложный вид социологического исследования, предполагающий получение сведений, дающих относительно целостное представление об изучаемом явлении.
 - Аналитическое исследование – самый глубокий вид социологического исследования, ставящий своей целью не только описание изучаемого явления, но и выяснение причинно-следственных связей между его характеристиками.
 - Разновидность аналитического исследования – это эксперимент, который в социологии служит не столько методом сбора информации, сколько проверкой выдвинутой гипотезы.

10. ЗАДАНИЯ ДЛЯ СРСР

ПЕРВОИСТОЧНИКИ ПО ТЕМЕ

- По частоте проведения выделяют разовое и повторное социологическое исследование. Повторные исследования позволяют получить данные, отражающие изменение изучаемого социального объекта, его динамику.
- Существуют две разновидности повторных исследований – панельные и лонгитюдные. Первые предусматривают неоднократное изучение одних и тех же социальных объектов через определенные интервалы времени, вторые исследуют одну и ту же совокупность лиц в течение многих лет. Наконец, по масштабности социологические исследования подразделяются на международные, общенациональные, региональные, отраслевые, локальные.
- Всякое социологическое исследование подразумевает сбор эмпирических данных, проведенный по определенной программе и с использованием правил научного вывода, предоставляющий в распоряжение ученого репрезентативную информацию. Технология (методика и методы) сбора данных отвечает на вопрос «как получить данные», а сами данные представляют результат исследовательского поиска и отвечают на вопрос «что получено в исследовании». Логика исследования задается программой исследования, куда входят теоретическая модель предмета исследования, операциональная система показателей, методы и методика получения данных, схема анализа и интерпретации данных, но не входит научный отчет, в котором описаны итоги.
- Важнейшим шагом является построение модели предмета исследования: разложение целого на составляющие части. Целое чаще всего представляет очень сложное, теоретически сконструированное образование, которое непосредственно наблюдать практически невозможно... Но социолог может столкнуться с серьезными трудностями. Это происходит, когда модель построена неверно, т.е. когда под вполне конкретное и четкое понятие подводятся признаки, характеризующие совсем другое явление».

Курс лекций для студентов всех направлений и специальностей // Под ред. В.А.Михайлова. – Ульяновск: УлГТУ, 2004.

11. 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.



11. 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.
- ▣

