

МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: . ХАРАКТЕРИСТИКА
МЕТОДОВ СБОРА И АНАЛИЗА ДАННЫХ

Кариева Марина

Преподаватель Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация: Любая наука располагает своим инструментарием, набором методов, с помощью которых осуществляется исследовательская деятельность и познается истина. Экономическая социология во многом использует методы общей социологии.

Ключевые слова: социологическое исследование, этапы социологического исследования, программа социологического исследования, социологические методы сбора и анализа данных, социологический анализ, социологическое моделирование.

В экономической социологии, как и в социологии, применяются следующие основные методы эмпирических исследований: опрос, наблюдение, анализ документов, эксперимент.

Наиболее распространенным методом сбора информации является опрос-совокупность вопросов, предлагаемых опрашиваемому (респонденту), ответы которого и образуют необходимую исследователю информацию. Существуют два основных вида опроса: анкетирование и интервью.

Анкетирование выявляет мнения опрашиваемых (респондентов) путем письменного опроса посредством анкеты (объединенная одним исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета исследования). Анкетный опрос начинается с формулировки программных вопросов, исключающих различные толкования и доступные пониманию опрашиваемых. Опрос должен отвечать следующим требованиям: 1) его длительность не должна превышать 30–40 мин.; 2) более сложные вопросы должны следовать за более простыми; 3) первый вопрос должен быть нейтральным; 4) трудные вопросы целесообразно располагать в середине анкеты; 5) вопросы должны быть понятными опрашиваемым; 6) вопросы должны отвечать требованиям логики (вначале устанавливается факт, а потом его оценка).

Интервью представляет собой целенаправленную, заранее запрограммированную беседу с респондентом. При проведении интервью, исходя из ситуации и наблюдения за поведением собеседника, можно получить ту информацию, которую трудно получить при анкетном опросе (анкетировании). Его виды:

а) свободное интервью не имеет плана и заранее сформулированных вопросов. Определена лишь тема. Чаще всего свободное интервью применяется при опросах экспертов в начальной (разведывательной) стадии социологического исследования.

б) фокусированное (направленное) интервью – изучение общественного мнения относительно конкретного факта, ситуации. Респонденты в этих случаях знакомы с объектом исследования и высказывают свое мнение о нем, давая ему оценку.

в) интервью с открытыми вопросами проводится по заранее разработанному плану, представляющему собой набор открытых вопросов, расположенных в определенной последовательности. Задавая эти вопросы респонденту, исследователь выслушивает ответы на них, фиксируя их полное содержание.

г) формализованное (стандартизированное) интервью или интервью с закрытыми вопросами – исследователь обращается к респондентам с анкетой, в которой содержатся в основном вопросы закрытого типа.

Наблюдение – это метод сбора первичной социальной информации путем непосредственного восприятия и прямой регистрации фактов социальной действительности и условий, в которых они имеют место. Существуют различные виды наблюдений:

а) формализованные (структурированные) – проводимые по заранее разработанному плану, когда исследователь знает, что и как он будет наблюдать (используются специально заготовленные бланки); неформализованные (неструктурированные) – отсутствует детальный план действий наблюдателя, определены лишь самые общие черты объекта исследования;

б) включенные (исследователь является участником событий. Выделяют два подвида: открытое и скрытое. В первом случае объект исследования знает, что за ним наблюдают, и вносит коррективы в свое поведение. При скрытом наблюдении возникает вопрос об этической стороне наблюдения); и невключенные (невмешательство исследователя в изучаемые события).

в) полевые наблюдения (в естественной среде) и лабораторные (в социально-психологических экспериментах).

Анализ документов – метод получения социологической информации посредством документальных источников. Документальные источники несут уникальную и разнообразную информацию о социальных явлениях и процессах. Предварительно следует найти официальные статистические данные исследований по данной теме, материалы книг и журналов, отчеты различных ведомств и т. д. По форме фиксации информации документы делятся: на письменные документы (текстовая форма), статистические данные (цифровая форма), иконографическую документацию (кино-, фотодокументы),

фонетические документы.

Выделяют два основных вида анализа документов:

а) традиционный (неформализованный) – представляет собой адаптацию содержания документа к исследовательской задаче, основанную на понимании, обобщении содержания и логическом обосновании (толковании) сделанных выводов. Типичным примером анализа текстовых источников может служить изучение научных публикаций и отчетов по проблеме на этапе разработки исследовательской проблемы. Традиционный анализ документов дает возможность исследователю проникнуть вглубь изучаемых явлений, выявить логические связи и противоречия между ними, оценить эти явления и факты с определенных нравственных, политических, эстетических и иных позиций. Такой анализ направлен на полное, всеобъемлющее выявление их содержания. Однако слабостью традиционного анализа документов является субъективизм.

б) формализованный (контент-анализ) – это метод изучения сообщений социальной коммуникации и анализа документов любого вида отчетности: протоколов собраний, конференций, межправительственных договоров, соглашений. Его суть: перевести текстовую информацию в количественные показатели. Контент-анализ целесообразно использовать при наличии больших текстов с четкой структурой. На основании изменений в этих документах можно судить о тех или иных тенденциях, раскладе политических сил, функционировании социальных институтов. В контент-анализе выделяют два типа единиц – единицы анализа и единицы счета (частота упоминания в тексте единиц анализа). Единицы анализа – слова, фразы, смысловые единицы, отдельные статьи. Это могут быть социальная принадлежность упоминаемых в тексте персонажей, определенные эпитеты, характеристики, качества личности, порядок перечисления государственных, политических деятелей, позитивная или негативная позиция автора по отношению к тому или иному вопросу. Могут выделяться различные виды субъекта (объекта) действия: группа, личность, орган общественной организации, партия, толпа и т. д.

Эксперимент – это общенаучный метод получения нового знания в контролируемых и управляемых условиях, прежде всего о причинно-следственных отношениях между явлениями и процессами. Различают натуральный (лабораторный, полевой) и мысленный (модельный) эксперименты. Каждый из них имеет свои положительные и отрицательные стороны. Проведение натуральных экспериментов в социологии ограничено природой социальных объектов исследования, состоящих из людей и требующих от исследователя строгого соблюдения моральных и юридических принципов и норм, суть которых сводится к одному: не навредить объекту исследования. Поэтому большинство натуральных социологических экспериментов проводится на малых группах и имеет много общего с социально-психологическими экспериментами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. . Соколова, Г. Н. Экономическая социология / Г. Н. Соколова, О. В. Кобяк. –
2. Соколова, Г. Н. Модернизация как «ответ» общества на вызов глобальных изменений в мире / Г. Н. Соколова // Социологический альманах.
3. Экономико-социологический словарь / НАН Беларуси, Институт социологии; науч. ред. Г. Н. Соколова; [сост.: Г. Н. Соколова, О. В. Кобяк]. – Минск : Беларуская навука, 2013.
4. Социальная культурология / Б. С. Ерасов.