

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ І ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН

Затверджую:
Завідувач кафедри СіГД,
полковник служби ЦЗ.
О.В. Рябініна

17 червня 2019 року.

СОЦІОЛОГІЯ

ТЕМА № 15: «МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ».

План.

- 15.1 Соціологічне дослідження: поняття, функції, види.
- 15.2 Програма соціологічного дослідження.
- 15.3 Вибірка в соціологічному дослідженні.
- 15.4 Методи збору інформації.

Час проведення: 2 учбові години.

Харків 2019

15.1 Соціологічне дослідження: поняття, функції, види

Життя ставить дуже багато питань, відповісти на які можна тільки за допомогою наукового дослідження, зокрема, соціологічного. Соціологічні дослідження допомагають забезпечити зворотний зв'язок, доповнюючи інформацію конкретними даними про інтереси й запити, думки і настрої людей, про їхні ідеали й життєві плани.

Соціологічне дослідження - досить складна справа, що вимагає серйозної й тривалої підготовки. Надійність і цінність отриманої інформації безпосередньо залежить від оволодіння правилами й технологією його підготовки й проведення.

Соціологічне дослідження – це система логічно послідовних методологічних й організаційно-технічних процедур для одержання наукових знань про соціальне явище.

Основні функції соціологічного дослідження:

- пізнавальна - дає нові знання про функціонування й розвиток суспільства і його окремих сфер, про сутність соціальних явищ і процесів, дає можливість побудувати цілісну картину реального життя соціуму й спрогнозувати її розвиток;
- методологічна - забезпечує реалізацію міждисциплінарного зв'язку соціології з іншими науками про людину й суспільство, визначає нові підходи у вивченні соціальної дійсності й важливі відкриття на границі різних наукових напрямків;
- практична - складається у виробленні практичних заходів для вдосконалення соціальної реальності й ефективного соціального контролю за соціальними процесами;
- управлінська - забезпечує соціальне керування на всіх рівнях функціонування соціуму, зворотний зв'язок між суб'єктами (органами влади, адміністративними структурами, керівниками підприємств, організацій) і об'єктами (населенням, окремими соціальними групами, працівниками) керування; вироблення науково обґрунтованих управлінських рішень.

Види соціологічного дослідження

Вид соціологічного дослідження визначається характером поставлених цілей і завдань.

Насамперед виділяють:

- фундаментальні дослідження — спрямовані на встановлення й аналіз соціальних тенденцій, закономірностей розвитку суспільства;
- прикладні дослідження — націлені на вивчення конкретних об'єктів, рішення певних соціальних проблем і завдань.

Залежно від глибини аналізу виділяють:

- Пілотажне дослідження (пробне) — найпростіший вид соціологічного дослідження. Охоплює невеликі сукупності (від 20 до 100 чоловік) і має спрощену

програму. Тут по суті йде “обкатування” інструментарію: анкети, бланків інтерв'ю, карток спостереження. Пілотажне дослідження, як правило здійснюється перед глибоким вивченням проблеми. Тут уточнюються мета, гіпотези, завдання, питання і їхнє формулювання. Проводити таке дослідження особливо важливо в тих випадках, коли об'єкт вивчений недостатньо або проблема взагалі ставиться вперше.

- описове дослідження — більше складний вид соціологічного аналізу. З його допомогою одержують інформацію, що дає відносно цілісне подання про досліджуване соціальне явище. Проводять відповідно до повній програмі й в основному тоді, коли об'єктом аналізу є відносно більша сукупність людей, з певними соціальними, професійними й демографічними характеристиками. Наприклад, трудовий колектив великого підприємства або молодь як соціально-демографічна спільнота.

- аналітичне дослідження — найскладніший вид соціологічного аналізу. Це дослідження не тільки описує досліджуване явище, але й дозволяє з'ясувати причини, що лежать у його основі, механізми функціонування. Пошук причинно-слідчих зв'язків - головне призначення такого дослідження. Аналітичне соціологічне дослідження вимагає значних зусиль, професійної майстерності дослідника — аналітичних здатностей, вміння інтерпретувати й аналізувати складну соціологічну інформацію, будувати зважені висновки.

Залежно від методу, застосовуваного в соціологічному дослідженні, виділяють:

- опитування
- аналіз документів,
- соціологічне спостереження,
- соціологічний експеримент,
- соціометрію.

По витратах часу виділяють:

- довгострокові (строки проведення — від 3 років і більше),
- середньострокові (від 6 місяців до 3 років),
- короткострокові (від 2 до 6 місяців) і
- експрес-дослідження (від 1-2 тижнів до 1-2 місяців).

З огляду на тип відносин між замовником і виконавцем, соціологічні дослідження бувають держбюджетними й приватними:

- держбюджетні дослідження виконують замовлення державних установ й оплачуються ними;
- приватні - за замовленням окремих підприємств, організацій, фірм, які й оплачують їхнє виконання.

Залежно від способу дослідження об'єкта (у статиці або динаміці) виділяють разові й повторні соціологічні дослідження:

- разове дослідження інформує про стан об'єкта, його кількісних й якісних характеристиках на момент дослідження, відображає «моментальний зріз» соціального явища.

- повторні дослідження проводять кілька разів протягом певного часу на підставі єдиної програми й інструментарію.

Відносно об'єкта пізнання виділяють соціологічні дослідження в сфері керування, промисловості, сільського господарства, науки, політики, культури, охорони здоров'я й т.п.

У проведенні соціологічних досліджень виділяють чотири послідовних логічно взаємозалежних етапи:

1. Підготовчий.

Складається у виготовленні програми дослідження й інструментарію (анкети, бланка інтерв'ю, бланка фіксування результатів спостереження, аналізу документів і т.п.).

2. Збір інформації.

Відбувається за допомогою опитування, спостереження, аналізу документів, експерименту.

3. Упорядкування й обробка зібраної інформації.

4. Аналіз обробленої інформації, підготовка звіту, формулювання висновків, розробка рекомендацій.

15.2 Програма соціологічного дослідження

Підготовка соціологічного дослідження починається не зі складання анкети (до чого найчастіше прибігають малокомпетентні дослідники), а з розробки програми.

Програма соціологічного дослідження – це науковий документ, що логічно структурований і відображає перехід від теоретичного бачення проблеми до практичного.

Програма містить:

1. Опис проблемної ситуації
2. Визначення об'єкта й предмета дослідження
3. Висування цілей і завдань
4. Уточнення й інтерпретацію основних понять
5. Висування гіпотез
6. Розробку інструментарію дослідження.

1- Проблемна ситуація – це явища й процеси, що викликають занепокоєння.

Соціальні проблеми істотно відрізняються по своїй масштабності. Одні не виходять за рамки деякого співтовариства, організації; інші зачіпають інтереси цілих регіонів, більших соціальних груп і суспільних інститутів. А іноді соціальні проблеми зачіпають інтереси й потреби всього суспільства в цілому, тобто стають глобальними.

2- Об'єкт дослідження - певна соціальна реальність, що вимагає цілеспрямованого вивчення (соціальні співтовариства, суб'єкти, процеси).

Предмет дослідження – це сторони, властивості, особливості об'єкта, які є найбільш важливими на думку дослідника й підлягають вивченню.

3- Ціль соціологічного дослідження містить у собі відповідь на питання, для чого воно проводиться, орієнтує на кінцевий результат.

Завдання – формулюють питання, відповіді на які дозволяють реалізувати мету дослідження.

4- З'ясовуючи сутність предмета соціологічного аналізу, дослідники використовують ключові поняття. При цьому важливе значення має не просто наявність понять, з якими працюють дослідники, а їх чітке, одностайне розуміння й використання протягом усього дослідження.

Ні в якому випадку не можна допустити розпливчастих формулювань понять, використання в різних контекстах.

Завдання дослідника полягає в розкритті й поясненні змісту понять. Це називається теоретичною інтерпретацією.

5- Гіпотеза в соціологічному дослідженні – це обґрунтоване наукове припущення про структуру, механізми функціонування й розвитку досліджуваного об'єкта.

Наукова гіпотеза може бути сформульована тільки в процесі попереднього аналізу досліджуваного об'єкта. Вона не повинна суперечити перевіреним і точно встановленим фактам. Під час соціологічного дослідження вона може бути підтверджена або спростована.

Гіпотези дозволяють правильно вибрати об'єкт і метод збору інформації. Але вони не повинні визначати підсумки роботи дослідника.

У соціологічному дослідженні застосовують різні види гіпотез.

За змістом гіпотези бувають:

- /описові (містять припущення про фактичний стан об'єкта),
- /пояснювальні (пояснюють причини, механізми функціонування об'єкта),
- /гіпотези сліdstва (передбачають тенденції розвитку об'єкта).

З огляду на завдання дослідження, виділяють:

основні й другорядні гіпотези.

6- Після формування гіпотез можна переходити до розробки технічних прийомів проведення дослідження, тобто інструментарію.

Розробка інструментарію дослідження містить у собі:

- визначення методів збору інформації;
- способів обробки й аналізу даних;
- інструктаж учасників дослідження й т.д.

15.3 Вибірка в соціологічному дослідженні

Соціологія майже завжди має справу з більшими групами людей. Об'єктом досліджень можуть бути десятки й сотні тисяч людей, які живуть у різних регіонах, містах, областях; багатотисячні колективи промислових підприємств, організацій; соціальні співтовариства: підприємці, молодь, студентство, жінки, діти.

Як правильно організувати й провести опитування в таких випадках?

Ясно, що якщо об'єкт дослідження складається з 200-500 чоловік, вони всі можуть бути опитані. Таке опитування називається суцільним. Але якщо об'єкт дослідження нараховує більше 500 чоловік, те єдино вірним буде застосування вибіркового методу.

Вибірковий метод — науково обґрунтований підхід, за результатами якого роблять висновки про об'єкт дослідження в цілому, опираючись на дані аналізу його певної частини.

Використання методу вибірки передбачає оволодіння такими поняттями як «генеральна сукупність» й «вибіркова сукупність».

Генеральна сукупність — це весь об'єкт дослідження.

Вибіркова сукупність — певне число елементів генеральної сукупності, відібране по строго заданих правилах.

Розрізняють наступні види вибірки:

- Проста випадкова вибірка
(респондент вибирається за допомогою генератора випадкових чисел);
 - Систематична вибірка
(відбір респондентів здійснюється через певний інтервал - наприклад, заходити в кожну 20-ю квартиру);
 - Стихійна вибірка
(метод першого зустрічного);
 - Гніздова вибірка
(відбираються не окремі респонденти, а цілі групи, родини, колективи);
 - Квотна вибірка
(відбір респондентів по певних ознаках - наприклад, з вищою освітою, чоловіків, неодружених);
 - Серійна вибірка
(тут генеральна сукупність поділяється на однорідні частини й відбір респондентів іде окремо з кожної частини, причому число респондентів повинне бути пропорційно загальному числу елементів у ній).
- Вибірка повинна завжди відповідати цілям дослідження. Наприклад, якщо ціль дослідження - виявити ціннісні орієнтації молоді, то опитувати треба молодь, а не всіх підряд.

15.4 Методи збору інформації

1. Опитування

Серед методів збору первинної соціальної інформації самим популярним є опитування.

Опитування – це спосіб одержання інформації про суб'єктивний світ людей, їхні мотивації, установки і дії.

Різновидами опитування є інтерв'ю й анкетування.

1) Інтерв'ю

Інтерв'ю – це проведена по плану бесіда, що припускає прямий контакт інтерв'юера з респондентом.

Розрізняють кілька видів інтерв'ю.

По змісту бесіди:

- документальне (виявлення фактів минулого й сьогодення);
- інтерв'ю думок (виявлення оцінок, суджень, поглядів);
- інтерв'ю з експертами;
- глибинне інтерв'ю (переслідує ціль одержати інформацію не тільки про наявність соціального факту, але й пояснюючої причини появи цього факту).

По техніці проведення:

- вільне інтерв'ю (проводиться без деталізації питань, але по певній програмі);
- стандартизоване (припускає чітку послідовність і конструкцію питань).

По способі організації інтерв'ю буває:

- індивідуальне;
- групове.

При встановленні першого контакту необхідно створити сприятливу атмосферу для майбутньої розмови. Інтерв'юер представляється респонденту й роз'ясняє завдання й ціль соціологічного дослідження. Інтерв'юер повинен підкреслити, що гарантується дотримання анонімності, що дані будуть використатися тільки в узагальненому виді.

При проведенні опитування інтерв'юер повинен дотримувати наступних правил:

- не допускати своєї інтерпретації формулювання питань;
- задавати питання строго в тій же послідовності, що передбачена бланком інтерв'ю;
- виключити пропуск яких-небудь питань, крім спеціально обговорених;
- якщо опитуваний не зрозумів питання, то його необхідно ще раз повторити й дати час обміркувати відповідь;
- важливо, щоб інтерв'юер не схилив респондента до того варіанта відповіді, якого він дотримується.

2) Анкетування

Анкетування припускає жорстко фіксований порядок, зміст й форму питань, а також ясні вказівки варіантів відповіді.

Анкета містить у собі: паспортичку (стать, вік, сімейне, матеріальне становище) і основні блоки питань, відповідні цілям й завданням дослідження.

Класифікація питань анкети:

- відкриті (без варіантів відповіді, тобто передбачають вільну форму);
- закриті (передбачені варіанти відповіді, однак повинні бути враховані всі можливі варіанти).
- прямі (це питання як би в “лоб”);

- непрямі (часто використовуються тоді, коли респондент не хоче відповідати відверто).
- особові (починаються словами “Як Ви думаєте...”, “Як ви вважаєте...”);
- безособові (“Вважається, що...”, “Говорять...”).

питання-фільтри (дозволяють виявити потрібні групи людей).

- питання-пастки (дозволяють визначити сумлінність респондента).

Вимоги, пропоновані до анкетування:

- інтерв'юер повинен пояснити правила заповнення анкети;
- анкета не повинна бути занадто великою і забирати багато часу (тривалість не повинна перевищувати 40 хвилин);
- питання повинні бути ясними, чіткими й зрозумілими;
- більше складні питання повинні чергуватися з більше легкими;
- якщо в анкеті з'являється новий розділ, то необхідно “підвести” опитуваного до нової теми.

3. Спостереження

Спостереження пов'язане із прямим і безпосереднім сприйняттям подій.

Воно розвертається одночасно з досліджуваною подією.

Різновиди спостереження:

- включене (наприклад, спостерігаючи за тими людьми, що мітингують, дослідник сам стає одним з них);
- невключене (спостереження здійснюється при невтручанні дослідника в досліджувані події).
- польове (спостереження, проведене в природному середовищі);
- лабораторне.
- систематичне (проводиться через певний інтервал часу);
- несистематичне.

Спостереження вважається достовірним, якщо при його повторенні в тих же умовах і з тим же об'єктом воно дає ті ж результати.

4. Експеримент

Експеримент – це метод збору інформації про факти, які впливають на зміну стану тих або інших процесів й явищ.

Різновиду експерименту:

- польовий;
- лабораторний.
- лінійний (експерименту піддається та сама група);
- паралельний (одночасно беруть участь дві групи: контрольна й експериментальна)
- експериментальна група – та на яку робить вплив експериментальний фактор;
- контрольна – не випробовує вплив даного фактору.

5. Аналіз документів

Під документом у соціології розуміється будь-яка інформація яким-небудь образом зафіксована й доступна дослідникові.

За формою фіксації інформація поділяється на:

- письмові документи (текстова форма викладу);
- статистичні дані (цифрова форма викладу);
- іконографічна документація (кіно-, фотодокументація);
- фонетичні документи.

Документи звичайно містять багату і ємну інформацію. Тому не слід планувати, а тим більше проводити дослідження, не одержавши попередньо дані, наявні по досліджуваній темі.

Існують різні методи аналізу документів, однак найпоширенішими є традиційний аналіз і контент-аналіз:

1) Під традиційним, класичним аналізом розуміється все різноманіття розумових операцій, спрямованих на інтеграцію відомостей, що втримуються в документі з певної точки зору, прийнятої дослідником.

Традиційний аналіз документів дає можливість соціологові проникнути вглиб досліджуваних явищ, виявити логічні зв'язки й протиріччя між ними, а також оцінити явища й факти з певних позицій.

Однак слабкістю такого аналізу документів є суб'єктивізм (тобто власна інтерпретація дослідника).

2) Прагнення перебороти суб'єктивність традиційного аналізу породило розробку принципово іншого методу аналізу документів – контент-аналіза.

Контент-аналіз – це метод перекладу якісної інформації в кількісні показники.

Даний метод знаходить застосування при вивченні ЗМІ: преси, телебачення, радіо. Але найчастіше контент-аналізу піддається зміст періодичної літератури.

У тексті виділяються значеннєві одиниці (окремі поняття або вираження, імена відомих людей, назви партій і т.д.) і підраховується частота їхнього вживання.

6. Соціометрія

Соціометрія – це метод збору інформації, спрямований на кількісний вимір й аналіз соціальної структури міжособистісних відносин.

Його застосовують для дослідження міжособистісних і міжгрупових відносин з метою їхнього поліпшення. Він дає можливість соціологові вивчити склад соціальних груп, особливо в розрізі неофіційних відносин, одержуючи соціологічну інформацію, що іншим шляхом одержати майже неможливо. Т. ч., виявляються лідери, відчужені особистості, малі групи.

Здійснюється шляхом фіксації серед членів групи зв'язків переваги в ситуації вибору.

Взаємини між членами колективу з'ясовують на основі таких процедур:

- вибір (виражене бажання індивіда до співробітництва з іншим індивідом);
- відхилення або негативний вибір (небажання індивіда співробітничати з іншим індивідом);
- зневага (залишення одним індивідом іншого поза власної уваги).

Респондентам задаються питання типу: «Кого б Ви обрали своїм старостою?», «Хто з Вашої групи, на Вашу думку, хотів би обрати Вас старостою?» або «Укажіть, з ким зі членів Вашого колективу Ви хотіли б створити мале підприємство?» і т.д.

Відповіді заносяться респондентом у так названу соціоматрицю, де по горизонталі зафіксовані номери питань, а по вертикалі перераховані прізвища всіх членів даного колективу або групи.

Соціометрія допомагає проникнути в невидимі на соціальному рівні, але завжди існуючої структури міжособистісних відносин з метою їхнього вивчення, перебудови й більше ефективного керування.