

Методы сбора социологической информации

План

1. Метод наблюдения
2. Метод анализа документов
3. Опросные методы в социологии

1. Метод наблюдения

Метод наблюдения

социологический метод сбора первичной информации направленный на систематическое непосредственное визуальное и слуховое восприятие и регистрацию значимых с точки зрения целей исследования социальных явлений, ситуаций, процессов, подвергающихся контролю и проверке.

Область применения наблюдения:

- В основном в исследованиях **описательного плана**
- для **проверки достоверности** данных, полученных другими методами (опросом, анализом документов)
- в **исследованиях экспериментального плана**, цель которых – проверка гипотез путем введения в изучаемую ситуацию контролируемого фактора и выяснения эффекта его действия;
- для получения **информации в «закрытых»** социальных группах.
- при **невозможности** использовать другие методы (опрос, анализ документов)

Специфика наблюдения:

- Оно **не должно вредить** тому, за кем мы наблюдаем.
- Наблюдателю следует **избегать эмоционально-ценностной** окрашенности восприятия, истолковывать поведение и действия других людей через призму собственного «я» исследователя.
- Необходимо учитывать **неадекватность наших органов чувств, восприятия.**
- Возможность наблюдения только тех событий, которые **происходили во время исследования.**
- Возможности наблюдаемых **изменять свое поведение**, если они заметили, что их исследуют.
- Для наблюдения **недоступны некоторые социальные явления и процессы.**
- Локальность наблюдаемых явлений зачастую **ограничивает исследователя в экстраполяции результатов** на весь класс исследуемых явлений.

В зависимости от регламентированности времени:

- *Систематическое наблюдение*
- *Эпизодическое наблюдение*
- *Случайное наблюдение*

По условиям организации наблюдения:

- *Полевое наблюдение*
- *Лабораторное (клиническое) наблюдение*
- *Лабораторно-полевое*

В зависимости от положения наблюдателя относительно объекта:

- *Невключенное наблюдение*
- *Включенное наблюдение*

По информированности группы о наблюдении:

- *Открытое*
- *Закрытое («инкогнито»)*

По степени формализованности наблюдения:

- *Структурированное наблюдение*
- *Неструктурированное наблюдение*

Использование технических средств:

- *Наблюдение с использованием технических средств*
- *Наблюдение без использования технических средств*

2. Метод анализа документов

Метод анализа документов

Метод сбора первичной социологической информации посредством анализа документальных источников для их последующей интерпретации и оценки

Документом в социологии называют любую информацию, фиксированную в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, на фото- или киноплёнке.

Проверка зафиксированной в документе информации включает в себя:

- 1. Выяснение верности описания в документе факта или события.
 - информация о фактах надежнее, чем оценочные суждения автора;
 - первичные документы более достоверны, чем вторичные.

Проверка зафиксированной в документе информации включает в себя:

- 2. При анализе первичных документов необходимо проверить:
 - действительно ли автор был свидетелем события;
 - когда была сделана запись о событии: сразу или по прошествии какого-то времени

Проверка зафиксированной в документе информации включает в себя:

- 3. Необходимо учитывать цель создания документа

Проверка зафиксированной в документе информации включает в себя:

■ 4. Учитывать ошибки документов

- случайные (опечатка)

- систематические

сознательные – намеренное желание исказить информацию;

несознательные – из-за субъективного восприятия мира, по незнанию, из-за каких-либо методических ошибок

Правила работы с документами:

1. Определить, какие документы необходимы для исследования. Продумать критерии отбора необходимых документов (время создания, сфера деятельности автора, личные или официальные и т.д.)
2. Определить надежность и достоверность документов.
3. Выбрать адекватный метод анализа документов.

Традиционный (классический) анализ документов

- это умственные операции по интерпретации, пониманию сути информации, содержащейся в документе

Внешний анализ в традиционном анализе документов предполагает:

- анализ исторического и социального контекстов, которые сопутствовали появлению документа;
- установление цели создания документа, намерения автора;
- установление надежности и достоверности документа.

Внутренний анализ в традиционном анализе документов предполагает:

- исследование содержания самого документа;
- выяснение компетенции и профессионализма автора;
- разработку вопросов, ответы на которые предусматривают исследовательские задачи.

Контент-анализ

«Анализ содержания» (content analysis)

- строго формализованный метод анализа текстовой информации, использующийся прежде всего для анализа содержания текстов СМИ, пропоганды.

Процедура проведения контент-анализа:

1. Определение предмета анализа документа (признаков, свойств, которые могут характеризовать изучаемую проблему).
2. Выделение в текстовой информации категорий анализа или смысловых единиц.
3. Подсчет употребления категорий анализа

3. Опросные методы в СОЦИОЛОГИИ

Опрос

- метод сбора информации об изучаемом объекте в ходе общения социолога и опрашиваемого путем регистрации ответов

Область применения опроса:

- изучение социальных явлений и процессов малодоступных для непосредственного наблюдения
- при отсутствии (или недостаточности) документов
- в качестве основного или дополнительного метода сбора социологической информации

Специфика опроса

1. Получение информации **через общение** (личное или опосредованное).
2. Искомая **информация** представляется в **виде ответов на вопросы** со слов самого респондента.
3. Предмет опроса – **субъективно-оценочная** информация.
4. **Высокая степень субъективизма** требует сопоставления с данными, полученными другими методами сбора информации

По способу фиксации и процедуре проведения

- *Письменный опрос*
- *Устный опрос*

Взаимодействие респондента и исследователя:

- *Заочный опрос*
- *Очный опрос*

По степени стандартизации:

- *Стандартизированный опрос*
- *Нестандартизированный опрос*

По уровню компетентности респондентов:

- *Экспертный опрос*
- *Массовый опрос*

По месту проведения:

- *Домашний опрос*
- *Опрос в профессиональной сфере*
- *Лабораторный опрос*

Анкетирование

- письменный опрос, проводимый на базе анкеты

Преимущества метода анкетирования:

- Короткие сроки проведения.
- Относительная дешевизна.
- Информация достаточно легко поддается обработке

Анкета

- объединенный единым исследовательским замыслом перечень вопросов, направленный на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа

Структура анкеты:

1. Введение (приамбула)
2. Основная часть анкеты состоит из вопросов, обусловленных целями и задачами исследования, а также процедурой заполнения анкеты
3. Классификационная часть анкеты («паспортичка»)

Вводная часть (приамбула)

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина

АНКЕТА СОТРУДНИКА

Уважаемый коллега!

Обращаемся к Вам с просьбой ознакомиться с данной анкетой и ответить на содержащиеся в ней вопросы. Ваши ответы окажут существенную помощь в решении вопросов улучшения организации и дисциплины труда на Вашем предприятии.

Анкетирование носит анонимный характер, поэтому фамилию указывать не нужно.

Инструкция по заполнению анкеты. Внимательно прочтите вопросы и варианты ответов. Обведите кружочком номер того варианта ответа, который соответствует Вашему мнению. Если ни один из предложенных вариантов ответов не совпадает с Вашим мнением, напишите его сами, если в анкете это предлагается.

Заранее благодарим Вас за участие в исследовании!
Екатеринбург 2010

«Паспортичка»

А теперь сообщите, пожалуйста, некоторые сведения о себе:

16. Ваш пол

1. Мужской;
2. Женский.

17. Ваш возраст

1. До 20 лет
2. 21 – 30 лет
3. 31 – 40 лет
4. 41 – 50 лет
5. 51 – 60 лет
6. 61 – 70 лет

Принцип построения анкеты

- Последовательность вопросов: в начале - легкие, в середине – сложные, в конце вновь более легкие вопросы.
- Необходимо учитывать специфику культуры и практического опыта опрашиваемых.
- Одни и те же вопросы, расположенные в разной последовательности дают разную информацию.
- Внимания и терпения респондента хватает на 25-30 минут, поэтому оптимальный размер анкеты – 4 страницы.
- Прежде чем отдавать анкету в полный тираж, ее целесообразно опробовать («прокатать») в пилотажном опросе.
- Бумага для массового опросника должна быть не очень высокого качества, а для экспертного опроса – очень высокого.

Типы вопросов по содержанию

- **Вопросы о поведении** – вопросы, касающиеся определенных действий респондента.
- **Вопросы о фактах** - это вопросы о положении респондента (возрасте, составе семьи, социальном положении и т.д.).
- **Вопросы на информированность** - это вопросы на знание респондентом какой-либо информации.
- **Вопросы о намерениях, мнениях, установках** - это вопросы об отношении респондента к какому-либо явлению или процессу.

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ В АНКЕТЕ

Вопрос о поведении

Как часто Вы посещаете кинотеатр?

Вопрос о фактах

Ваш пол?

Вопрос на информированность

Знаете ли вы кто такие панки?

Вопрос о намерениях, мнении

Как Вы считаете, нужно ли ребенку посещать детский сад?

Типы вопросов по функциям

- **Программно-тематические** – вопросы, направленные на решение целей и задач исследования.
- **Служебные** – специальные вопросы.

Служебные вопросы бывают:

Контактные – вопросы, направленные на установление контакта с респондентом, заинтересовать его.

Контрольные вопросы – вопросы, проверяющие достоверность и искренность ответов респондента.

Вопросы-фильтры – вопросы, которые задаются для выделения из совокупности опрашиваемых той их части, которой будет адресован содержательный вопрос, следующий за вопросом фильтром

Примеры вопросов в анкете

Вопрос-фильтр

4. Припомните, пожалуйста, получали ли Вы когда-нибудь травму на рабочем месте?

1. Да;
2. Нет.

5. Если «да», то по каким причинам Вы получили травму?

Типы вопросов по структуре

- **Закрытый вопрос** – вопрос, в котором предлагаются варианты ответов.

Различают несколько видов закрытых вопросов:

Альтернативный вопрос – вопрос, в котором респондент может выбрать один вариант ответа.

Неальтернативный вопрос – вопрос, в котором респондент может выбрать несколько вариантов ответа.

- **Полузакрытый вопрос** – вопрос, в котором предлагаются варианты ответов и респонденту предлагается дать дополнительные варианты ответов, самостоятельно сформулировать их, если предложенные варианты его не устраивают.
- **Открытый вопрос** – вопрос, в котором не дается набор возможных ответов. Их формирует сам респондент.

Примеры вопросов в анкете

Закрытый

4. Припомните, пожалуйста, получали ли Вы когда-нибудь травму на рабочем месте?

1. Да;
2. Нет.

Открытый

5. Если «да», то по каким причинам Вы получили травму?

Типы вопросов по форме

- **Прямой вопрос** – вопрос, оперирующий непосредственно к мнению респондента.
- **Косвенный вопрос** – вопрос, когда респондент высказывается от третьего лица или от имени коллектива, группы.

Примеры вопросов в анкете

Прямой

Как Вы считаете, нужно ли трудиться, чтоб достичь какой-то цели?

1. Да
2. Нет

Косвенный

Как Вы относитесь к высказыванию «без труда не вытащишь и рыбку из пруда»?

1. *Согласен*
2. Затрудняюсь ответить
3. Не согласен

Типы вопросов по графическому оформлению

- **Текстовый вопрос** – вопрос, который оформляется в виде текста.
- **Вопрос-рисунок** – вопрос, который оформляется в виде рисунка.
- **Табличный вопрос** – вопрос, который оформляется в виде таблицы.
- **Графический вопрос** – вопрос, который оформляется в виде графика, схемы.

Типы вопросов в анкете по графическому оформлению

Текстовые

Были ли в течение текущего года у Вас лично нарушения производственной дисциплины?

- 1). Не было;
- 2). Были.

Вопросы рисунки, схемы, графики



Табличные

Утверждение	Согласен	Не согласен
Без труда не вытянешь рыбку из пруда	1	2
Работа не волк в лес не убежит	1	2

Основные правила формулировки вопросов

1. Вопросы должны быть **недвусмысленными**.
2. Вопрос должен быть **коротким и простым**.
3. Использовать слова, **известные** респондентам.
4. **Не рекомендуется** в вариантах ответа использовать слова «**часто**», «**редко**», «**много**», «**мало**» и т.д.
5. В вопросах следует **избегать двойного отрицания**.
6. Следует **избегать предубежденности** в формулировке вопросов, нельзя манипулировать.
7. Вопрос **не должен превышать возможностей памяти** респондента.
8. Давать **возможность отступления** респондента в случае, когда он затрудняется с ответом или некомпетентен в нем.
9. Вопросы в анкете должны быть **разных типов**