

«Социологическое исследование и методика его проведения»

- **1. Социологическое исследование как способ познания социально-экономических и политических проблем.**
- **2. Методика проведения социологического исследования.**

Социология

- Термин **социология** происходит от двух слов: латинского «социетес» – «общество» и греческого «логос» – «слово», «понятие», «учение». Таким образом, социологию можно определить как науку об обществе.
- **Социология** - наука о законах становления, функционирования, развития общества в целом, социальных отношений и социальных общностей, механизмах взаимосвязи и взаимодействия между этими общностями, а также между общностями и личностью



Уровни социологического знания

Большинство социологов различают три уровня социологического знания:

**общесоциологическая теория,
специальные (частные) социологические теории,
эмпирические социологические исследования.**

Эмпирическая социология – это совокупность методических и технических приемов для сбора первичной социологической информации. *Эмпирическое социологическое исследование* - это конкретная развернутая информация о процессах, происходящих в обществе (наблюдения, опросы, сравнения).

Любое эмпирическое социологическое исследование направлено на выявление или решение какой-либо конкретной проблемы в конкретном месте и в конкретное время.

Как фундаментальная наука, социология объясняет социальные явления, собирает и обобщает информацию о них.

Как прикладная наука, социология позволяет собрать, обобщить социальные факты и на основе их спрогнозировать социальные явления.

Макро- и микро- социологический анализ

- **Макросоциологический уровень** означает ориентацию на *анализ* *социальных структур, общностей, больших социальных групп, слоёв, систем и процессов в них происходящих*. Макросоциологический подход к явлениям связан с общественными мировыми системами и их взаимодействием, с различными типами культур, с социальными институтами и общественными структурами, с глобальными процессами
- **Микросоциологический уровень** касается анализа конкретных социальных процессов в отдельных сферах общественной жизни и социальных общностях. Микросоциология обращена к социальному поведению, межличностному общению, мотивации действий, стимулам групповых и индивидуальных поступков. Изучается в основном эмпирическими методами исследования.
- **Эмпирический социологический анализ осуществляется на основе социологический исследований.**

Что такое социологическое исследование ?

- Социологическое исследование — это процесс, состоящий из логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных единой целью — получение достоверных данных об изучаемом явлении для последующего практического применения.

Различают три основных вида социологического исследования: **разведывательное** (зондажное, пилотажное), **описательное** и **аналитическое**.

Разведывательное исследование

- **Разведывательное исследование** — это самый простой вид социологического анализа, позволяющий решать ограниченные задачи. По сути, при использовании данного типа идет испытание инструментария (методических документов): анкеты, опросного листа, карточек, изучения документов и др. Программа такого исследования упрощена, как и инструментарий. Обследуемые совокупности невелики —
- от 20 до 100 человек.
Разведывательное исследование, как правило, предваряет глубокое изучение проблемы. В ходе него уточняются цели, гипотезы, задачи, вопросы и их формулировка.

Описательное исследование

- **Описательное исследование** — это более сложный вид социологического анализа. С его помощью изучают эмпирическую информацию, дающую относительно целостное представление об изучаемом социальном явлении.
- Объект анализа — большая социальная группа, например, трудовой коллектив большого предприятия. В описательном исследовании может быть применен один или несколько способов сбора эмпирических данных. Сочетание методов повышает достоверность и полноту информации, позволяет сделать более глубокие выводы и обосновать рекомендации.

Аналитическое исследование

- **Самый серьезный вид социологического исследования — аналитическое исследование.** Оно не только описывает элементы изучаемого явления или процесса, но и позволяет выяснить причины, лежащие в его основе.
- В нем изучается совокупность многих факторов, обосновывающих то или иное явление.
- Аналитические исследования, как правило, завершают разведывательное и описательное, в ходе которых собирались сведения, дающие предварительное представление об определенных элементах изучаемого социального явления или процесса.

2. Социологический анализ профессионального развития персонала.

Профессиональное развитие – это процессы измерения качеств работников как субъектов профессионального труда, результат повышения профессионализма и специального образования, профессионального совершенствования и самообразования работника.

Управление профессиональным развитием – процесс целенаправленного влияния руководителей органов управления и кадровых служб на совершенствование профессионализма, расширения профессиональной компетенции (диапазон возможностей проявления знаний и навыков) и повышения компетентности (степень выраженности профессионального опыта и знаний у человека) кадров

Профессиональное развитие имеет два содержательных аспекта

- - **профессионально-квалификационное развитие** путем повышения квалификации, профессиональной переподготовки и стажировки работников
- - **профессиональное должностное развитие** кадров, обусловленное их должностным продвижением и потребностью организации в наиболее эффективном использовании трудового потенциала каждого работника.

Социологическое исследование в области профессионального развития персонала –это инструмент социологического изучения явлений и процессов в профессиональной трудовой деятельности с помощью методов, позволяющих производить количественный и качественный сбор, измерение, обобщение и анализ социологической информации в профессиональной области для принятия управленческих решений и разработки мероприятий по профессионально-квалификационному, кадровому и социальному развитию организаций.

- Цели и задачи социологических исследований сложны и многообразны и зависят
- от специфики предприятия, условий труда в нем,
- от качества управления,
- от социальной структуры персонала,
- от протекающих в организациях социальных и кадровых процессов.
- от стиля управленческой деятельности.
- от финансового состояния предприятия.

Сферы социологических исследований в области профессионального развития

Как правило, цели социологических исследований в трудовой сфере касаются, прежде всего,

1. Изучения профессиональных знаний, умений и навыков работников с целью повышения социальной и экономической эффективности их трудовой деятельности,
2. обеспечения профессионального и карьерного роста работников,
3. удовлетворения их профессиональных потребностей,
4. Определения профессиональных и должностных требований со стороны руководства к персоналу
5. снятия противоречий и конфликтов в коллективе и формирования позитивных трудовых взаимоотношений.
6. Оценки индивидуальных свойств и качеств персонала.
7. заработной платы различных категорий работников.
8. управления профессиональным развитием в организации.

- Организация социологического исследования требует составления программы исследования, выявления объекта, разработку методик исследования, сбора и анализа полученного материала.
- Объект исследования – это носитель проблемной ситуации, как правило, персонал организации или его часть, а также социальная группа, если исследование касается изучения большого спектра организаций (рабочие, служащие, менеджеры, управленцы и т.д.). Объект исследования всегда должен быть четко количественно определен, ограничен временными рамками и описан в системе факторов, влияющих на его состояние.
- Предмет исследования – это определенные стороны объекта, которые нужно изучить (взаимоотношения в коллективе, стиль руководства, причины конфликта, текучесть кадров, снижение мотивации, уменьшение норм выработки, состояние и иерархия трудовых ценностей и т.д.)

- После определения объекта и предмета составляется программа конкретного социологического исследования.
- Программа социологического исследования – это последовательное изложение теоретико-методологических основ исследования (общей его концепции), гипотез, правил, процедур и операций. Она содержит два раздела: методологический и методический (процедурный), а также приложения.



Раздел программы	Содержание
Методологический раздел	Постановка проблемы Формулировка цели и задач Определение объекта и предмета Уточнение основных понятий Предварительный системный анализ объекта исследования Выдвижение рабочих гипотез
Методический (процедурный) раздел	Изложение принципиального (стратегического) плана Обоснование выборки Определение последовательности основных процедур сбора и анализа исходных данных Описание рабочего плана с указанием этапов, сроков, исполнителей и необходимых ресурсов.
приложение	Список руководителей и участников План исследования Социологический инструментарий

Социологическое исследование проводится в несколько этапов.
Этапы социологического исследования

Этапы	Название
первый	Подготовка к проведению исследования
второй	Сбор первичной информации
третий	Подготовка собранной информации к обработке
четвертый	Анализ информации, составление выводов и предложений
пятый	Подготовка отчета о результатах и предоставление практических рекомендаций

Методы социологического исследования

Источник информации	Методы
Документальный	Анализ документов, контент-анализ.
Внешние проявления социальных явлений	Наблюдение
Человек	Опрос (анкета, интервью)
Малая группа	Социометрический опрос
Социальный опыт	Экспертный опрос
Организованная группа	Эксперимент

Основными методами исследования, используемыми в трудовой сфере, являются: изучение документов, наблюдение, опрос и эксперимент.

- Анализ документов социолог рассматривает как источник сведений об интересующих фактах. Для анализа документации на предприятии используют официальные и неофициальные документы. Особой надежностью отличаются юридические документы. Они помогают дать взвешенную оценку, происходящим в организации процессам.
- Наблюдение – это прямая регистрация событий исследователем. Наблюдения на рабочем месте дают существенную информацию об индивидуальном и поточном характере, содержании и условиях труда, о рациональности трудовых операций, а также о взаимоотношениях в коллективе, причинах конфликтных ситуаций.

- Опросные методы – самые распространенные из всех методов сбора первичной информации. Существуют два класса опросных методов: интервью и анкетный опрос.
- Интервью – это непосредственное общение респондента и интервьюера.
- Анкетирование – это опрос с помощью анкеты, документа, содержащего вопросы, отвечать на которые следует письменно.
- Эти методы исследования помогают установить причинно-следственные связи многих социально-трудовых процессов на предприятии, показать тенденции развития трудового коллектива, устранить барьеры и установки, которые мешают качественно исполнять персоналом свои должностные обязанности и т.д.
- Успех интервью и анкетирования во многом зависит от правильности формулировок и последовательности вопросов.
- Эксперимент помогает опытным путем, моделированием ситуаций и явлений, проанализировать конкретную проблему. Этот метод используется как для изучения поведенческих моделей работников (сотрудничества, конкуренции), так и для оптимизации производственных процессов, введения инновационных технологий.

-

Анкета

- Анкета (Франц. – расследование)– опросный лист, самостоятельно заполняемый опрашиваемым по указанным в нем правилам. Респонденты рассматриваются в качестве объекта исследования.
- Анкетой нельзя назвать любой перечень вопросов. Ей называется только то, что обращено к множеству людей, которых опрашивают стандартным образом.
- Он не должен длиться **более 30 – 40 минут**, в противном случае респондент устает, и последние вопросы остаются без полноценных ответов.
- Важно, чтобы интерес к предмету опроса не снижался, а постепенно повышался. **Поэтому более сложные по содержанию (и восприятию) вопросы должны следовать за более простыми.**
- **Первый вопрос не должен быть ни дискуссионным, ни настораживающим.** Лучше всего, если он будет нейтральным.
- **Трудные вопросы целесообразно поместить в середину, чтобы респондент «включился» в тему.**
- **Вопросы должны быть ясными, четкими, понятными опрашиваемым** (всем без исключения).
- **Вопросы должны отвечать требованиям логики:** в начале речь должна идти об установлении какого-либо факта, а потом уже о его оценке. Это самое важное требование социологического исследования.

Вопросы анкеты

- По форме вопросы делятся на:
- **1. Открытые вопросы** предполагают оригинальный повествовательный ответ в виде слова, предложения или нескольких предложений. Формально эти вопросы выделяются тем, что за ними следует несколько пустых строк, которые и следует заполнить. Полученный ответ при этом носит естественный характер, дает максимум информации по теме исследования, что является весьма важным для социолога. Однако возникают сложности, связанные с обработкой полученных ответов, их кодировкой, что неизбежно приводит к существенному ограничению использования ЭВМ.
- **2. Полузакрытые вопросы.** Здесь наряду с набором определенных вариантов ответов в ситуации невозможности выбрать подходящий вариант из предложенного перечня, респонденту предоставляется возможность высказать свое мнение по обсуждаемой проблеме в свободной форме, т.е. соединяются признаки открытости и закрытости.

Вопросы анкеты

- 3. **Шкальные вопросы.** Ответ на эти вопросы дается в виде шкалы, в которой необходимо отметить тот или иной показатель.
- Вопросы-меню. Здесь респонденту предлагается выбрать любое сочетание вариантов предлагаемых ответов.
- Альтернативные вопросы предполагают ответы по принципу “да - нет”, носят взаимоисключающий характер. При этом предложенный перечень альтернатив должен быть полностью исчерпывающим, а сами альтернативы должны быть перемешаны без смещения в какую-либо сторону, т.е. уравновешены.
- 5. **Вопрос с преамбулой.** Вопрос о фактах, как любой другой, может быть воспринят как оценочная характеристика респондента, поэтому целесообразно в некоторых случаях задавать его в такой форме, которая несколько ослабляет его оценочный характер. Например: “Одни люди ежедневно убирают квартиру, другие делают это от случая к случаю. Как чаще всего поступаете Вы?”
- Содержащееся в преамбуле к вопросу указание на то, что далеко не все люди поступают так, как, кажется, принято позволяет респонденту более свободно рассказать о своем поведении.
- 6. **Вопросы- таблицы** очень удобны для исследователя. Это трудные вопросы, при которых респонденту приходится прилагать ряд усилий для ответа на них.
- В таких вопросах речь идет о вещах, ответить на которые можно лишь тогда, когда используются знания и умственные способности респондентов. После таких вопросов желательно переходить к более простым.

По функциям различают:

- :1) основные вопросы, сформулированные для получения необходимой информации о предмете исследования;
-
- 2) контрольные вопросы, функциональное назначение которых состоит в проверке правдивости ответов на основные вопросы, уточнении получаемых сведений.
- Вопросы-фильтры - относятся к классу неосновных вопросов социологической анкеты, поскольку в их задачу входит не выяснение содержания изучаемого социального явления, а установление основного адресата вопроса. Необходимость в них возникает тогда, когда исследователю нужно получить данные, характеризующие не всю совокупность опрошиваемых, а только некоторую ее часть. Для того чтобы отделить интересующую исследователя часть респондентов от всех других, и задаются вопросы-фильтры.

Композиция анкеты

- **Композиция анкеты включает:**
 - 1) титульный лист .Титульный лист должен содержать наименование организации проводящей социолог. исследование и тему;
 - 2) вводная часть (содержит обращение к респонденту, краткое указание на цель опроса, анонимность опроса, организация, которая проводит опрос, инструкции по заполнению анкеты, выражение благодарности респонденту);
 - 3) основная (содержательная) часть (вопросы анкеты, направленные на исследование проблемы);
- Структура и последовательность вопросов в анкете по сути дела представляют собой установку социолога на развитие коммуникации с опрашиваемым: пробуждение интереса, завоевание доверия, подтверждение уверенности опрашиваемых в своих возможностях, дальнейшее поддержание беседы.
- 4) социально-демографическая часть (паспортичка). Она необходима для анализа собранных данных, для оценки представительности результатов, проведения сравнительных исследований и т. д. Нельзя начинать опрос с "паспортички", которая вообще тревожит некоторых людей. Сведения о демографических данных опрашиваемого полезно относить в заключение анкетного листа

- **Выборка** – это совокупность элементов объекта социологического исследования, подлежащая непосредственному изучению.
- 1. Выборка должна учитывать взаимосвязи и взаимообусловленности качественных характеристик и признаков социальных объектов, говоря проще, единицы опроса выбираются на основании учета важнейших признаков социального объекта – образования, квалификации, пола.
- 2. Второе условие: при подготовке выборки необходимо, чтобы отобранная часть являлась микромоделью целого, или генеральной совокупности.

В определенной степени генеральная совокупность есть **объект исследования**, на который распространяются выводы социологического анализа.

ФОРМИРОВАНИЕ И МЕТОДЫ ВЫБОРКИ

- На первом этапе выбираются какие-либо трудовые коллективы, предприятия, учреждения.
- Среди них отбираются элементы, имеющие типичные для всей группы признаки. Эти отобранные элементы называются – единицами отбора, а среди них выбираются единицы анализа. Данный метод называют механической выборкой. При такой выборке отбор может быть произведен через 10, 20, 50 и т. д. человек. Промежуток между отбираемыми называется – шагом отбора.
- если генеральная совокупность у нас представлена 5000 человек, из них 2000 женщин и 3000 мужчин, тогда в квотной выборке у нас будут 20 женщин и 30 мужчин, либо 200 женщин и 300 мужчин.
- Квотированные выборки чаще всего основываются на демографических критериях: **пол, возраст, регион, доход, образование** и прочих.

ФОРМИРОВАНИЕ И МЕТОДЫ ВЫБОРКИ

- Довольно популярен метод серийной выборки. В нем генеральная совокупность делится по заданному признаку (полу, возрасту) на однородные части. Затем отбор респондентов идет отдельно из каждой части. Число респондентов, отбираемых из серии, пропорционально общему числу элементов в ней.
- Иногда социологи используют метод гнездовой выборки. В качестве единиц исследования отбираются не отдельные респонденты, а целые группы и коллективы. Гнездовая выборка дает научно обоснованную социологическую информацию, если группы максимально схожи по важнейшим признакам, например по полу, возрасту, видам обучения.
- Также в исследованиях применяется целенаправленная выборка. В ней чаще всего используются методы стихийной выборки, основного массива и квотной выборки. Метод стихийной выборки – обычный почтовый опрос телезрителей, читателей газет, журналов. Здесь заранее невозможно определить структуру массива респондентов, которые заполнят и отправят анкеты по почте. Выводы такого исследования можно распространять лишь на опрошенную совокупность.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!