

Методы



Социологического

исследования



Методы социологии

Метод определяется как способ, совокупность приемов изучения объекта. Его также определяют как технологический принцип изучения предмета.

Социологии выделяют три группы методов.

Первая группа — общенаучные методы (анализ и синтез, восхождение от частного к общему, статистический и т. д.).

Вторую группу часто называют общими подходами.

Третью группу составляют методы конкретного социологического исследования.

Прикладное направление социологии

- Социология как наука должна основываться на точных, конкретных данных об отдельных социальных фактах, составляющих процесс изменения и структуру общества.

- Эти данные собираются исследователями с помощью набора методов эмпирических исследований.

- На эмпирическом уровне социологи собирают многочисленные факты, сведения, мнения членов социальных групп, личностных данных, их последующая обработка, обобщение и формулирование первичных выводов относительно конкретных явлений социальной жизни..

Система понятий социологического исследования

- **Метод** – основной способ сбора, обработки и анализа данных.
- **Инструментарий метода** – совокупность исследовательской документации (вопросников, бланков, дневников наблюдателя и т. п.), обеспечивающих реализацию метода.
- **Процедура метода** – одна отдельно взятая операция реализации метода (например, заполнение дневника исследователя).
- **Техника метода** – специальные приемы, повышающие эффективность метода (разработки его инструментов и осуществления процедур).
- **Технология метода** – последовательность процедур и техник используемого метода.
- **Методика социологического исследования** – собирательное понятие, обобщающее все используемые в исследовании методы, их инструменты, процедуры, техники и технологии.

Структурные элементы СИ

- **Цель исследования** всегда должна быть ориентирована на результат, должна через реализацию помочь выявить пути и средства решения поставленной проблемы.

- **Задачи исследования** – система изучаемых вопросов, ответ на которые обеспечивает достижение цели исследования.

- **Объектом исследования** являются реальные социальные процессы, которые содержат противоречия или проблемную ситуацию.

- **Предмет** – это стороны, свойства, отношения объекта, границы, в пределах которых объект изучается в данном случае.

- **Гипотеза** является предварительным предположением, объясняющим социальный факт с целью его последующего подтверждения или опровержения. **Три типа гипотез:**

- 1) на количественные соотношения (они могут быть точными, приблизительными, предварительными);

- 2) на объяснение и на выявление элементов системы (когда надо объяснить, почему происходит так, а не иначе);

- 3) прогноз, предвидение, предсказание (носит сложный характер, вскрывает механизм причинно-следственной связи).

1. *Концептуализация* – определение цели исследования, Выдвижение гипотез, уточнение понятий и их операционализация.
2. *Схематизация* – установление процедур, которые должны быть применены во время опроса, и принятие решения о характере требуемой выборки.
3. *Подготовка инструментария* – составление анкеты или бланка интервью, определение числа и порядка вопросов, подготовка необходимых наглядных пособий или любых других подсобных средств.
4. *Планирование* – рассмотрение финансовых, административных, материально-технических и кадровых проблем, связанных с проведением опроса.
5. *Построение выборки* – отбор предполагаемых респондентов в соответствии с тем из методов, который лучше других подходит для целей и средств данного исследования.
6. *Инструктаж* – подготовка интервьюеров, кодировщиков и другого обслуживающего опрос персонала к работе с респондентами и к обработке данных; снабжение персонала необходимыми материальными средствами.

7. *Предварительное тестирование* – опробование выбранного инструментария на выборке малых размеров с целью проверки правильности понимания респондентами инструкций и вопросов, а также проверки соответствия их ответов ожидаемому типу ответов.
8. *Опрос* – в форме анкетирования или интервью – получение информации от участников выборки с применением пилотажного инструментария.
9. *Наблюдение за ходом опроса (мониторинг)* - проверка корректности применения методики опрашивающими, а так же контроль за тем, чтобы опрашивались строго только участники выборки (проверка записей интервьюеров, случаев отказа респондентов от опроса и т.д.).
10. *Контрольная проверка* – проверка (посредством дополнительных контактов с респондентами) того, все ли члены выборки оказались реально охвачены опросом, и все ли из них возвратили анкеты.
11. *Кодирование* – преобразование собранных данных в числовую форму.
12. *Обработка* – подготовка данных для анализа.
13. *Анализ* – переработка данных с помощью статистических и других средств с целью получения содержательных выводов.
14. *Составление отчета* – изложение результатов анализа в форме исследовательского отчета.

Программа социологического исследования

– это стратегический документ исследования, представляет собой тезисное изложение концепции организаторов работы, их замыслов и намерений.

- **Состоит из двух частей:**
- **методологической:** включает формулировку и обоснование проблемы, указание цели, определение объекта и предмета исследования, логический анализ основных понятий, формулировку гипотез и задач;
- **методической**– определение обследуемой совокупности, характеристику используемых методов сбора первичной социологической информации, логическую структуру инструментария для сбора этой информации и логические схемы ее обработки на ЭВМ.

Элементами программы являются:

определение проблемы и темы исследования;
формулирование его цели и задач;
теоретический анализ проблемы;
выдвижение гипотез;
выбор принципиального плана исследования;
определение объекта, типа выборки;
разработка методики сбора материала;
создание техники сбора данных;
поиск способа обработки материала;
составление рабочего плана.

Требования к программе исследования

- **эксплицитность программы** - все положения должны быть четкими, все элементы - продуманными в соответствии с логикой исследования и ясно сформулированными;

- **логическая последовательность всех элементов программы** - нельзя начать с выбора принципиального плана, не видя цели и задачи исследования;

- **гибкость программы** - отдельные положения ее могут уточняться по мере обнаружения ошибок.

- **В рабочем плане исследования намечаются:**

- этапы и сроки проведения работы,

- обосновывается численность сотрудников, фиксируются исполнители,

- составляется смета расходов,

- определяются сроки представления предварительных и итоговых результатов исследования

- четко определить, что ожидает заказчик от планируемого исследования и что с точки зрения социологов может быть реализовано точно, что предположительно или вовсе не удастся.

Типы социологического исследования

Пилотажное исследование – пробное исследование, предназначено для проверки качества основного исследования, охватывает небольшие совокупности, основываясь на упрощенной программе. Проверяются все элементы будущего исследования, выявляются трудности, которые могут встретиться при его проведении, формируются новые гипотезы и собираются оперативные социологические данные.

Описательное исследование более сложное, так как по своим целям и задачам оно предполагает получить целостное представление об изучаемом явлении. Проводится по полной программе с соответствующим инструментарием. Описательное исследование проводится, когда объект изучения – большая общность людей, отличающаяся разнообразными характеристиками. Можно выявить и сопоставить связи между ними, осуществить сравнение и сопоставление.

Аналитическое исследование – самый углубленный вид социологического анализа. Цель его – выявить причины, лежащие в основе процесса и обуславливающие его специфику. Его подготовка требует большого времени. Оно носит комплексный характер.

В зависимости от того, изучается предмет в статике или в динамике, различают:

-Точечное (разовое)- отражает моментальный срез характеристик объекта,

-Повторные исследования бывают трендовыми, панельными и лонгитюдными.

трендовые осуществляются на аналогичных выборках с интервалом во времени в рамках единой генеральной совокупности. Бывают: когортные (когда изучают определенную возрастную группу – когорту) и исторические (когда состав когорт меняется).

панельное исследование – это обследование одних и тех же людей через одинаковые промежутки времени. При нем важно соблюдать единообразие. Сведения получают об индивидуальных изменениях. Главная сложность – сохранение выборки от одного исследования до другого.

лонгитюдным называется исследование если моменты повторного исследования выбираются с учетом генезиса (развития в течение длительного времени) изучаемой совокупности.

Выборка

— это метод исследования, когда из общей изучаемой (*генеральной*) совокупности однородных единиц отбирается некоторая ее часть (*выборочная совокупность*) и только эта часть подвергается обследованию.

Процедуры выборки:

- 1) определение слоев и групп населения, на которые предполагается распространить полученные результаты опроса (*генеральная совокупность*);
- 2) определение численности опрашиваемых, необходимой и достаточной для *репрезентации генеральной совокупности*
- 3) определение правила поиска и отбора респондентов на последней стадии выбора.

Обычно социологи используют в своих исследованиях *случайную выборку*. При случайной выборке исследователи осуществляют произвольный отбор объектов исследования с применением либо случайных чисел, либо систематической выборки. Если выборочная совокупность слишком велика, проводится *квотная выборка*, предполагающая разбивку ее на страты по полу, возрасту, социальному классу, месту жительства.

■ Для расчета объема выборки можно использовать онлайн калькулятор расчёта выборки, например: <http://socioline.ru/rv.php>

Типы выборок

■ Вероятностные

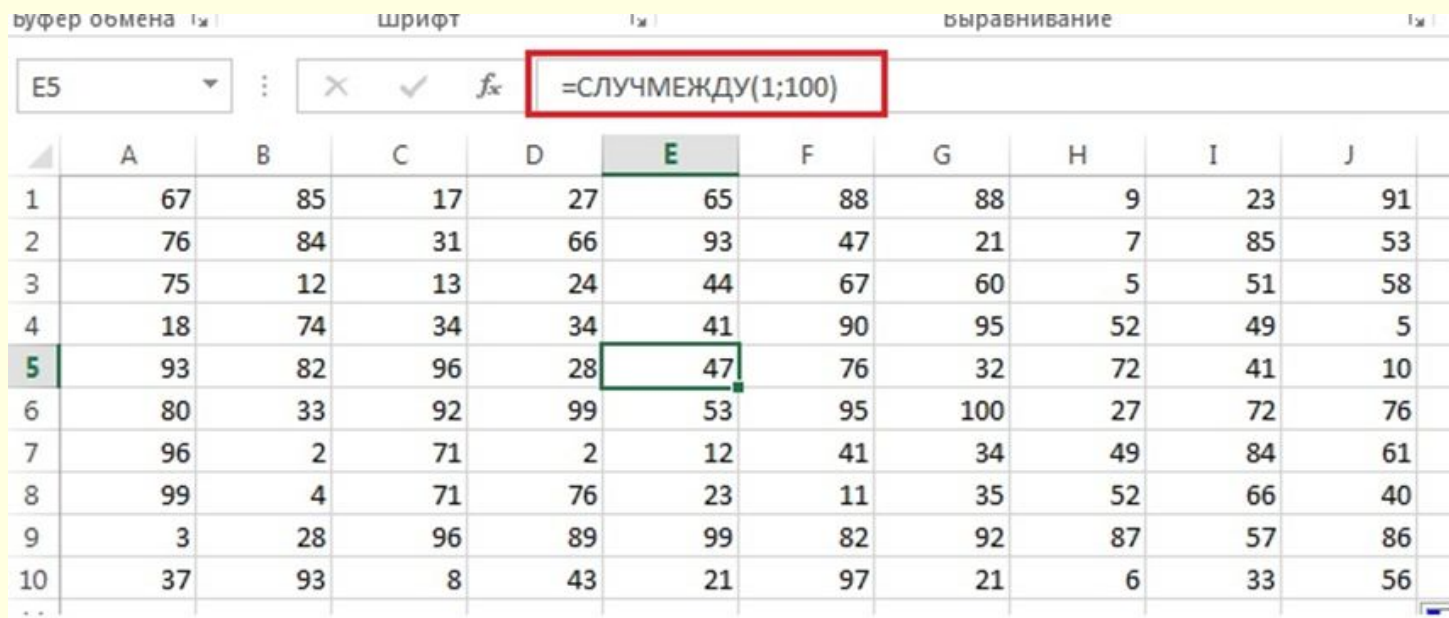
- 1.1 Случайная выборка (простой случайный отбор)
- 1.2 Механическая (систематическая) выборка
- 1.3 Стратифицированная (районированная)
- 1.4 Серийная (гнездовая или кластерная) выборка

■ Невероятностные

- 2.1. Квотная выборка
- 2.2. Метод снежного кома
- 2.3 Стихийная выборка
- 2.4 Выборка типичных случаев

Генерация случайных чисел в Excel

Excel предоставляет, наверное, наиболее простой метод генерации случайных чисел (см. рис. 1)



The screenshot shows the Excel interface with a spreadsheet containing random numbers. The formula bar at the top displays the function `=СЛУСHМЕЖДУ(1;100)`, which is highlighted with a red box. The spreadsheet grid shows columns A through J and rows 1 through 10. The numbers in the grid are:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	67	85	17	27	65	88	88	9	23	91
2	76	84	31	66	93	47	21	7	85	53
3	75	12	13	24	44	67	60	5	51	58
4	18	74	34	34	41	90	95	52	49	5
5	93	82	96	28	47	76	32	72	41	10
6	80	33	92	99	53	95	100	27	72	76
7	96	2	71	2	12	41	34	49	84	61
8	99	4	71	76	23	11	35	52	66	40
9	3	28	96	89	99	82	92	87	57	86
10	37	93	8	43	21	97	21	6	33	56

Рис. 1. Случайные числа в диапазоне от 1 до 100, сгенерированные в Excel с помощью функции СЛУСHМЕЖДУ

Основные методы СИ

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, необходимая исследователю, не может быть получена никакими иными способами, например, при изучении поведения людей на митингах, концертах рок -группы и т.д.

Наблюдение применяется:

- при изучении поведения людей в привычных, часто повторяющихся обстоятельствах,
- когда действия индивидов и групп приобретают автоматизированный характер,
- в экстремальных случаях для выявления типичных реакций людей на чрезвычайные ситуации.

Цели наблюдения:

- может быть использовано в качестве источника информации об исследуемом социальном объекте.
- с его помощью можно получить дополнительные сведения об изучаемом объекте.
- способно служить в качестве средства проверки данных, полученных иными способами.

Возможны два варианта данного метода:

невключенное наблюдение, которое ведется "со стороны",

включенное- осуществляемое при участии самого наблюдателя.

Это совокупность методических приемов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации при изучении социальных процессов и явлений в целях решения определенных исследовательских задач.

Документом в социологии называется специально созданный предмет предназначенный, для передачи и хранения информации.

Два основных метода анализа документов

Традиционный анализ –

самостоятельный творческий процесс, который зависит от:

- 1) содержания и направленности самого документа;
- 2) условий, целей и задач проводимого исследования;
- 3) научной квалификации и таланта самого исследователя.

Отсюда видно, что

Традиционный анализ несет в себе возможность нарушения принципа объективности в объяснении документа.

Формализованный или *контент-*

анализ. Этот вид анализа

ориентирован на извлечение социологической информации из больших массивов документальных источников, трудно поддающихся традиционному интуитивному анализу. В его процессе в изучаемом тексте выделяются определенные, интересующие исследователя элементы содержания (термины, имена политических деятелей, суждения, точки зрения, различные виды публикаций и т.д.).

Их классифицируют, подсчитывают и проводят количественный анализ.

- Это такой метод исследования, который позволяет получить информацию о количественном и качественном изменении показателей деятельности изучаемого социального объекта в результате воздействия на него вводимых или видоизменяемых экспериментатором и контролируемых им новых факторов.
- Социологический эксперимент основывается на разработке гипотетической модели изучаемого явления или процесса.

Это метод сбора данных, при котором исследователь получает информацию непосредственно от представителей населения, отобранных таким образом, чтобы на основании их ответов можно было с достаточной надежностью делать выводы обо всем населении или о какой-то его части.

Лица, которые отвечают на вопросы, называются *респондентами*.

Опрос предоставляет исследователю информацию **пяти типов**:

- **Факты.** В разряд фактов биографические сведения о респонденте, которые могут оказаться существенными при интерпретации других данных.
- **Знания.** К разряду знаний относятся суждения опрашиваемого об окружающем мире, то есть, то, что человек знает о нем.
- **Мнения.** В разряде мнений находятся суждения респондента о его предпочтениях или взглядах на определенные предметы и события.
- **Отношения.** К отношениям причисляют сравнительно устойчивые настроения респондентов и их оценки определенных событий, явлений, людей.
- **Поведенческие отчеты.** Поведенческие отчеты – это утверждения опрашиваемых о том, как они поступают в том или ином случае.

Анкетирование – метод опроса, при котором общение между исследователем и респондентом, являющимся источником желательной информации, опосредуется *анкетой*.

Анкета – упорядоченный по последовательности, содержанию и форме набор вопросительных суждений, воплощенный в виде опросного листа.

Вопросы могут быть открытыми, когда от респондента требуется в свободной форме выразить свое мнение, и закрытыми, если нужно выбрать один из предложенных альтернативных ответов.

Типы вопросов и типы шкал

- *Основные / неосновные* (вопросы-фильтры, контрольные, служебные, буферные)
- *Вербальные / рисуночные*
- *Линейные / табличные*
- *Закрытые / полузакрытые / открытые*
- *Номинальная шкала* (да/нет, м/ж, женат / не женат / в разводе / вдовец и др.)
- *Ранговая (рейтинговая шкала)* (очень понравился/ понравились отдельные эпизоды/ в целом не понравился/ совсем не понравился)
- *Балльная шкала* (на 100%, на 60-80% и т.д.)
- *Интервальная шкала* (возраст, размер з/п и др.)

Качество анкеты

1) формулировка вопросов должна соответствовать исследовательской задаче, то есть обеспечивать получение информации именно об изучаемом признаке.

2) формулировка должна соответствовать возможностям респондента как источника информации, то есть вопросы не должны предъявлять непосильных требований к респонденту, к его памяти, аналитическим возможностям, к его представлениям о чувстве собственного достоинства.

Метод интервьюирования

- В основе интервью – **беседа** по предварительно разработанному подробному плану, однако чаще социологи проводят интервью на основе заранее подготовленного опросного листа, в котором даются все интересующие вопросы в определенной последовательности и с заданными формулировками.
- Участие интервьюера позволяет максимально приспособить вопросы бланка-интервью к возможностям отвечающего.

Три вида интервью

- **Формализованное** – означает строгую регламентацию общения интервьюера и респондента детально разработанным вопросником и инструкцией.
- **Фокусированное** – имеет своей целью сбор мнений оценок по поводу конкретной ситуации, явления, его последствий или причин. Респондентов заранее знакомят с предметом беседы. Вопросы хотя и подготавливаются заранее, но могут задаваться в любой последовательности и в иной формулировке. Главное здесь – получить информацию по каждому вопросу.
- **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.

Разновидностью опроса являются **исследовательская беседа**, а также экспертный опрос.

Исследовательская беседа по форме близка к свободному интервью, характеризуется совместным – исследователя с респондентом – поиском истины, методически близка к экспертному опросу.

Метод экспертной оценки

Применяется в ситуации, когда для оценки какого-либо явления трудно или вообще невозможно выделить объект – носитель проблемы и, соответственно, использовать его в качестве источника информации.

Чаще всего такие ситуации связаны с попыткой прогнозировать изменение того или иного социального явления, процесса; с необходимостью представить состояние интересующего исследователя предмета через один, два, пять и более лет или дать объективную оценку таким сторонам деятельности и качествам людей, по которым их самооценка может оказаться искаженной.

Социально- психологические методы

- *метод независимых характеристик*, используемый, например, в случае необходимости изучения скрытых явлений и процессов в воинском коллективе, когда знания о них принадлежат всем членам коллектива и в меньшей мере - должностным лицам.
- *метод социометрии*, изучающий структуру социальной группы (к примеру, трудового коллектива) с целью выявления в ней микрогрупп и лидеров на основе взаимооценок всех членов коллектива.
- *методики изучения личности*, с помощью которых исследуются личностные качества отдельных индивидов и членов коллектива в процессе их межличностного взаимодействия.