

Семінарське заняття № 3 (2год.) ЗМ2, Т5

Тема: *Методика організації конкретних соціологічних досліджень.*

Мета:

розвиваюча: *навчити студентів розпізнавати послідовність організації конкретних соціологічних досліджень, розрізняти етапи розробки програми соціологічних досліджень, їх основний зміст;*

пізнавальна: *розвивати уміння орієнтуватися у методах соціологічних досліджень та їх різновидах;*

виховна: *виховувати повагу до нових досліджень.*

Тип заняття: *класичний семінар*

Міжпредметні зв'язки: *психологія.*

Обладнання: *підручники, посібники.*

Питання до семінарського заняття

1. *Роль опитування у зборі первинної інформації.*
2. *Види опитувань: анкетування, інтерв'ю, експертні оцінки, соціометричне опитування.*
3. *Спостереження та його види.*
4. *Методи соціологічного прогнозування.*
5. *Логіка складання соціального прогнозу.*
6. *Види соціальних експериментів.*
7. *Аналіз документів.*

Використана література:

1. *"Соціологія" за ред.. В.Г. Городяненка. Київ "Академія" 2008р.*
2. *В.М. Піча. "Соціологія" Київ "Каравела" 2015р.*
3. *Лукашевич М.Й. "Соціологія". Підручник. Київ 2006.*
4. *Соціологія: навч.посіб. /за ред. В.І. Докаша – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012 р.*

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

Основні поняття: *спостереження, анкета, соціометрія.*

Під час підготовки до семінарського заняття, слід звернути увагу на підручники В.Г. Городяненка ст..87-90, Л.П.Гук ст..113-127 та звернутися до матеріалу що міститься, після плану заняття.

Після вивчення теоретичного матеріалу слід закріпити свої знання за допомогою запитань та завдань.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ:

Дати відповіді на запитання

1. *Соціологічне передбачення.*
2. *Соціологічний прогноз та його види.*
3. *Метод опитування населення в соціологічному дослідженні.*
4. *Методи моделювання в соціологічному дослідженні.*

1.Опитування — метод збору соціальної інформації про досліджуваний об'єкт під час безпосереднього чи опосередкованого соціально-психологічного спілкування соціолога і респондента шляхом реєстрації відповідей респондентів на сформульовані запитання.

За допомогою опитування можна одержати інформацію, яка не завжди відображена в документальних джерелах чи доступна прямому спостереженню. До опитування вдаються, коли необхідним, а часто і єдиним, джерелом інформації є людина — безпосередній учасник, представник, носій досліджуваних явища чи процесу. Вербальна (словесна) інформація, одержана завдяки цьому методу, значно багатша, ніж невербальна. Вона легше піддається кількісному опрацюванню та аналізу, що дає змогу широко використовувати для цього обчислювальну техніку. На користь цього методу служить і його універсальність, оскільки під час опитування реєструють мотиви діяльності індивідів, результати цієї діяльності. Усе це забезпечує опитуванню переваги щодо методу спостереження або методу аналізу документів.

Для одержання достовірної інформації необхідно, щоб опитуваний:

- а) сприйняв потрібну інформацію;
- б) правильно зрозумів її;
- в) зміг згадати, за необхідності, події минулого;
- г) обрав достеменно відповідь на поставлене запитання;
- г) зміг адекватно висловитися.

Важливо також, щоб опитуваний не тільки міг, а й хотів щиро відповісти на запитання.

Стійкість інструменту вимірювання — ступінь відтворення результатів вимірювання за повторного використання цього інструменту на одній і тій самій групі і за тих самих умов.

Обґрунтованість інструменту вимірювання — ступінь відповідності зареєстрованих у процесі вимірювання характеристик і характеристик, які планувалося виміряти.

2. Заочні (анкетні) опитування

Одним з найпоширеніших видів опитування є анкетування, яке передбачає самостійне заповнення анкети респондентом. Використовуючи роздаткову, поштову чи надруковану у пресі анкету, дослідник з мінімальною технічною допомогою за короткий час може зібрати первинну інформацію від сотень респондентів. Забезпечуючи повну анонімність, метод анкетування дає змогу ефективніше досліджувати морально-етичні проблеми.

Анкета — тиражований документ, який містить певну сукупність запитань, сформульованих і пов'язаних між собою за встановленими правилами.

У сучасних соціологічних дослідженнях використовують кілька видів анкетування: роздаткове, поштове, надруковане у пресі. Найпоширенішим є роздаткове анкетування, за якого респондент одержує анкету безпосередньо з рук соціолога. Цей вид анкетування найнадійніший, гарантує добросовісне заповнення анкет, майже стовідсоткове їх повернення, але багато в чому залежить

і від уміння соціолога встановити психологічний контакт з респондентами, створити сприятливу атмосферу при опитуванні.

Поштове анкетування полягає в розсиланні анкет та одержанні на них відповідей поштою. Суттєва його перевага полягає у відносно низькій вартості, простоті організації (з підготовкою дослідження, в якому розсилається 2—3 тисячі анкет, легко справляються 2—3 особи).

Останнім часом набуває поширення *друковане у пресі анкетування*. Кількість повернутих анкет при цьому незначна, як правило, не більше кількох відсотків читачів конкретного видання. Але за значного тиражу можна одержати велику кількість заповнених анкет.

Метод інтерв'ю

У практиці соціологічних опитувань метод інтерв'ю використовують рідше, ніж анкетування. Це зумовлено передусім дефіцитом спеціально підготовлених інтерв'юерів.

Соціологічне інтерв'ю — метод збору соціальної інформації, що ґрунтується на вербальній соціально-психологічній взаємодії між інтерв'юером і респондентом з метою одержання даних, які цікавлять дослідника.

Порівняно з анкетуванням інтерв'ю має певні переваги і недоліки. Головна відмінність між ними полягає у формі контакту дослідника та опитуваного. За анкетування їх спілкування опосередковується текстом; питання, вміщені в анкеті, респондент інтерпретує самостійно, фіксуючи відповіді в анкеті.

Під час інтерв'ю контакт між дослідником і респондентом здійснюється за допомогою інтерв'юера, який ставить запитання, передбачені дослідженням, організовує і спрямовує бесіду з кожною окремою людиною, фіксує одержані відповіді згідно з інструкцією.

За технікою проведення розрізняють вільне, формалізоване (стандартизоване) і напівстандартизоване інтерв'ю.

Вільне інтерв'ю — тривала бесіда за загальною програмою без чіткої деталізації запитань.

За типом респондентів інтерв'ю бувають: з відповідальною особою, з експертом, з рядовим респондентом.

В останні роки інтенсивно використовують телефонне інтерв'ю, яке дає змогу оперативно зібрати інформацію про певний процес. Воно може бути тільки короткотривалим і тільки щодо осіб, які мають телефон, тому не вважається репрезентативним.

Питальник — документ, в якому сформульовані й тематично згруповані питання, передбачено місце для записів відповідей на них.

До питальників додають так звані протоколи інтерв'юера, які містять основні відомості про процес інтерв'ю.

На інтерв'ю впливають місце, конкретні обставини, тривалість його проведення, (найчастіше респондент погоджується на короткотривале інтерв'ю).

Метод інтерв'ю дає змогу одержати глибинну інформацію про думки, погляди, мотиви, уявлення респондентів. Суттєвою його особливістю є здебільшого зацікавленість респондента опитуванням, яка забезпечується особистим контактом учасників інтерв'ю.

Метод експертних оцінок

Під час масових опитувань (анкетування, інтерв'ю, поштове опитування, телефонне інтерв'ю) джерелом соціальної інформації про певні аспекти об'єкта дослідження є представники цього самого об'єкта. Однак на практиці буває важко або взагалі неможливо встановити носія проблеми і відповідно використати його як джерело інформації. Найчастіше такі ситуації пов'язані зі спробами прогнозування зміни соціального явища, процесу, об'єктивного оцінювання таких аспектів діяльності й особистісних рис людей, щодо яких їх самооцінка може бути неадекватною. Така інформація може надходити тільки від компетентних осіб — експертів, які мають глибокі знання про предмет чи об'єкт дослідження.

Формуючи групу експертів, на першому етапі їх відбору доцільно скористатися такими критеріями, як рід занять і стаж роботи з певного профілю. Попередній список експертів може бути широким, але надалі його доцільно звужити, залишивши в ньому найпідготовленіших осіб. Головний серед усіх критеріїв відбору експертів — компетентність. Для визначення її рівня використовують два методи: самооцінку експертів і колективну оцінку авторитетності кожного з кандидатів в експерти (наприклад, з допомогою соціометричного опитування).

Прогностична експертна оцінка може бути застосована щодо будь-яких соціальних явищ, процесів, глобальних і локальних проблем.

Основний інструментарій експертних опитувань (анкета, бланк-інтерв'ю) розроблений за спеціальною програмою. На відміну від масового опитування, програма опитування експертів не так деталізована і має переважно концептуальний характер. Якщо дослідник не наважується сформулювати прогностичні судження, то в анкету експерта вміщують відкриті запитання, які передбачають повну свободу вибору форми відповіді.

Процедура опитування експертів може бути очною чи заочною (поштове опитування, телефонне інтерв'ю). Одна з найпростіших форм експертного прогнозу — обмін думками. Вона передбачає одночасну присутність усіх експертів за «круглим столом», де і відбувається з'ясування домінуючої позиції з порушеного дослідником дискусійного питання.

Останнім часом використовують і такий різновид методу експертної оцінки, як атестація, коли експертами є керівники закладу, колективу чи спеціальна атестаційна комісія. Структура атестаційного листа, який заповнюють експерти колективно, зумовлена системою показників, за якими оцінюють члена колективу чи колектив загалом.

Метод експертної оцінки поширений у розвідувальних і проблемних дослідженнях для одержання попередніх відомостей про об'єкт, предмет аналізу, для уточнення гіпотез і завдань основного дослідження, для визначення умов експерименту, а також при оцінюванні його ефективності.

Соціометричне опитування

Специфічними та особливо ефективними при вивченні малих груп є методи соціометрії. Мала група — реально існуюче утворення, в якому люди об'єднані певною спільною ознакою, спільною діяльністю або живуть в ідентичних умовах, обставинах і певним чином усвідомлюють свою належність до цього утворення. Термін «соціометрія» означає вимірювання міжособистісних взаємин у групі. ***Соціометричний метод опитування*** — один з різновидів опитування, який

використовують для вивчення внутріколективних зв'язків з'ясуванням стосунків між членами колективу.

Його застосовують для дослідження міжособистісних і міжгрупових стосунків з метою їх поліпшення. Він дає змогу соціологові вивчити склад малих соціальних груп, особливо у розрізі неофіційних стосунків, одержуючи соціологічну інформацію, яку іншим шляхом здобути майже неможливо.

3. Соціологічне спостереження — метод збору наукової інформації, сутність якого полягає в безпосередній реєстрації фактів, явищ, процесів, що відбуваються у соціальній реальності.

Для соціологічного спостереження характерними є систематичність, планомірність, цілеспрямованість. Найважливішою його перевагою перед іншими соціологічними методами є синхронність з досліджуваним явищем, процесом. Це дає змогу безпосередньо вивчати поведінку людей за конкретних умов у реальному часовому просторі.

Соціальний експеримент (від. лат. *experimeniunt* досвід) — загальнонауковий метод отримання нових знань за умов контролю та управління в певних умовах за конкретним соціальним об'єктом.

Аналіз документів — такий метод збирання соціологічної інформації, за якого соціолог працює із документами за допомогою кількісних методів (наприклад, контент - аналіз), досліджуючи основні особливості змісту цих документів. В якості документів можуть виступати будь-які друковані, рукописні, кінофотоматеріали, законодавчі акти, постанови уряду, органів місцевого самоврядування тощо.

Методи налізу документальних джерел поділяють на неформалізовані (традиційні), які належать до якісних методів, та формалізовані, які належать до якісно – кількісних методів аналізу документів.

Питання для самоконтролю до розділу:

1. Що таке соціологічне дослідження?
2. Охарактеризуйте опитування та назвіть які бувають опитування?
3. Що таке анкетування?
4. Які ти знаєш соціологічні дослідження?