

Методы сбора и анализа информации в социологии

ПЛАН ЛЕКЦИИ



1. Виды и особенности социальной информации
2. Количественные и качественные методы: область применения.
3. Методы сбора информации: анализ документов, наблюдение, опрос и эксперимент.
4. Социологическое исследование: виды, этапы, программа.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Основы прикладной социологии: учебник/ под ред. Ф. Э. Шереги, М. К. Горшкова. - М.: Интерпракс, 1996. - 184 с.
2. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В. А. Ядов. - М.: Изд-во «Самарский университет», 1995. - 340 с.

Вопросы по лекции

1. Охарактеризуйте источники социальной информации: достоинства и недостатки.
2. В чем отличие количественных и качественных методов?
3. Охарактеризуйте методы сбора информации: достоинства и недостатки.
4. Охарактеризуйте разделы программы социологического исследования и покажите их взаимосвязь.

Виды социальной информации

Социальная информация - совокупность сведений об изучаемом явлении, накопленных в различных источниках, которые определяют виды социальной информации

Виды социальной информации

Первичная

Данные собираются впервые для конкретной цели с использованием специальных исследовательских приемов и процедур

Вторичная

Данные, используемые в социологических исследованиях, собраны ранее для целей, отличных от решаемых в данном исследовании.

Источники социальной информации

Вторичная	Первичная
1. Официальная статинформация Гомкомстата, (производитель государство), собираемая по методологии статистического наблюдения. <i>Принимается как достоверная.</i>	Социологическое исследование.
2. Официальные документы органов государственного управления (законодательные акты, постановления Правительства, ведомств, распоряжения официальных лиц и пр.) <i>Раскрывают характер государственной политики и способы достижения целей. Принимается как достоверная</i>	Сбор информации требует существенных затрат, но информация достоверна, собрана впервые под конкретные цели и задачи.
3. Результаты изучения общественного мнения (ВЦИОМ, Фонд «общественное мнение», РОМИР и др.) . <i>Достоверный характер</i>	
4. СМИ. Нецелевой характер информации, которая обладает двойной субъективностью <i>(СМИ дают свою субъективную трактовку и исследователь вторично интерпретируют ее под свои научные цели)</i>	
5. Научные издания. <i>Научно обработанные данные из разных источников, которые систематизированы, обобщены, достоверны.</i>	
6. Разного рода отчетность (ОУ, налоговых органов, структур управления образованием и пр.). <i>Принимается как достоверная</i>	

Количественные и качественные методы

Количественная методология используется для получения знания, основанного на описании и объяснении обобщенных данных, то есть знания, основанного на замерах количественных параметров изучаемых явлений. Используется для изучения проблем социального взаимодействия между социальными институтами, организациями, социальными группами (например, экономика и система образования как социальные институты: каковы их функции и отношения между ними в данном обществе), выявления статистических закономерностей.

Качественная методология дает возможность понять и изучить установки, верования, причины поведения людей, их каждодневные практики. Занимается субъективным аспектом реальной практики отношений.

Количественные и качественные исследования (сопоставление)

Основания	Количественное	Качественное
Цель применения	Дать объяснение причин изучаемого явления	Понять изучаемое явление (случай, процесс)
Исследовательские задачи	а) измерить параметры явления; б) установить взаимосвязи между отдельными параметрами. Отвечают на вопросы: «кто и как отвечает», «как часто, сколько и как много» и пр.	а) выявить общую картину явления; б) интерпретировать. Отвечают на вопросы: «что означают ответы», «почему так отвечают».
Выборка	Репрезентативная, базируется на основе теории вероятности и статистических сведениях о большом количестве респондентов	Не репрезентативная базируется на небольшом числе респондентов
Позиция исследователя	«Сторонний» наблюдатель	«Сочувствующий» участник
Гипотезы формулируются	До начала сбора данных	По мере овладения данными
Исследовательские инструменты	а) разрабатываются до полевого этапа; б) формализованы (анкета)	а) определяются как до полевого этапа, так и в его ходе; б) неформализованы
Единицы анализа	Факты, высказывания, оценки, акты сознания и поведения	Субъективные значения фактов для индивида
Представление данных исследований	Статистические распределения, шкальные показатели, индексы и т.п.	Высказывания, документы, групповые дискуссии и т.п.
Стиль исследования	«Жесткий»	«Мягкий»

Качественные методы (более 40):

- исследование отдельной общности или случая (case study), связанное с погружением в исследовательское поле (включенное наблюдение);
- биографический метод и его разновидности (устная история, история жизни, история семьи) описывает субъективный опыт переживания событий, складывание социальной идентичности респондентов (нарратив, данные из семейных и других архивов и пр.);
- неформализованное, фокусированное интервью, где предмет изучения субъективные переживания, восприятие респондента и др.;
- проективные методики;
- фокус-группа (нестандартизированное интервью с группой) - дискуссия по заданной теме, при эффект группового взаимодействия;
- неформализованный анализ документов и др.

Количественные методы:

- анкетирование;
- формализованное интервью;
- формализованное наблюдение;
- формализованный метод анализа документов (контент анализ).

Методы сбора эмпирических данных в социологии, в том числе социологии образования :

1) анализ документов (формализованный / неформализованный);

2) наблюдение (формализованное / неформализованное);

3) опрос (интервьюирование, анкетирование, экспертный опрос, социометрический опрос);

4) эксперимент.

Анализ документов – метод сбора первичной информации, главным источником которой выступают документы (статистические сборники, материалы переписей, ведомственные документы, научные публикации, материалы СМИ, произведения литературы, искусства и т. д.).

Виды документов различаются:

1. По способу хранения информации (письменные, иконографические, электронные);
2. По характеру источника (официальные, неофициальные)

Проблема – достоверности информации и надежности документов решается в процессе отбора документов через внешний анализ (изучение обстоятельств возникновения документов) и внутренний анализ особенностей содержания документа.

Виды анализа документов:

- 1) качественный основан на понимании текста, раскрытии его глубинного содержания и применяется в понимающей социологии;
- 2) количественный, или контент-анализ, основан на переводе качественной текстовой информации в количественные показатели с последующей ее статистической обработкой, применяется для анализа больших массивов документов.

Опрос – метод сбора информации об изучаемом объекте в ходе непосредственного (интервью) или опосредованного (анкетирование) социально - психологического общения социолога (интервьюера) с опрашиваемым (респондентом) путем регистрации ответов респондента на вопросы, заданные социологом, вытекающие из целей и задач исследования.

Познавательные возможности опроса в сфере сознания	Ограничения в применении
<ul style="list-style-type: none">- о состоянии и уровне развития общественного, группового, индивидуального сознания и мнения;- о фактам, событиях, связанных с жизнедеятельностью социальных субъектов;- о потребностях, интересах, мотивации, настроениях, ценностях, убеждениях людей;- для перепроверки данных, полученных другими методами.	<p>- поскольку все данные, вскрывают лишь субъективное мнение опрашиваемых, то получаемая информация соответствует реальности настолько, насколько она осознаётся респондентом, насколько он может и считает возможным отразить её в вербальном (устном) или письменном виде.</p> <p>В отдельных случаях такая информация нуждается в контрольной проверке</p>

Виды опросных методов: интервью, анкетирование, социометрическая процедура, опрос экспертов.

Интервью — это метод сбора социальной информации, основанный на вербальном социально-психологическом взаимодействии интервьюера с респондентом для получения данных в соответствии с целями и задачами исследования.

В журналистике надежность методики, фактов и выводов может намеренно отодвигаться на второй план.

Классификация интервью:

1. По технике заполнения: неформализованное, свободное (глубинное, фокусированное) интервью, формализованное (фокусированное), полужформализованное
2. По объекту интервью: индивидуальное / гру
3. По способу контакта: личное / телефонное.



Достоинства интервью

- возможность использовать одновременно метод наблюдения (получение невербальной реакции);
- контроль за соблюдением порядка вопросов и возможность корректировки, объяснения непонятого вопроса;
- возможность использования визуального материала;
- возможность задать большое число вопросов.

Недостатки интервью

- большие требования предъявляются к личности интервьюера;
- необходимость специальной подготовки интервьюера;
- сильное влияние личности интервьюера на ход интервью (эффект интервьюера);
- высокая стоимость одного интервью;
- ограниченность охвата территории;
- высокая трудоемкость;
- сложность контроля

Эффект интервьюера — это комплексное явление, включающее в себя влияние различных личностных, социально-демографических и поведенческих характеристик интервьюеров на качество получаемых ими эмпирических данных.

Анкетирование – это процедура проведения опроса в письменной форме с помощью заранее подготовленных бланков (анкеты).

Анкета – это объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление мнений и оценок респондентов и получение от них информации о социальных фактах, явлениях, процессах. Анкета имеет строгую структуру и включает несколько элементов: вводную часть, основную и заключительную.

Достоинства анкетирования	Недостатки анкетирования
<ul style="list-style-type: none">- высокая оперативность получения информации;- возможностью организации массовых обследований;- сравнительно малая трудоемкость процедур подготовки и проведения исследований, обработки их результатов;- отсутствие влияния личности и поведения опрашиваемого на работу респондентов;- отсутствие рисков субъективного пристрастия исследователя к кому-либо из отвечающих	<ul style="list-style-type: none">- отсутствие личного контакта не позволяет изменять порядок и формулировки вопросов в зависимости от ответов или поведения респондентов;- ограниченный объем информации.

Достоинства интернет-опроса

- низкие затраты;
- высокая оперативность получения информации;
- возможность использовать демонстрационные аудио/видеоматериалы;
- удобная для респондента коммуникация;
- глобальный охват

Недостатки

- нерепрезентативная выборка;
- при опросе на сайте (без регистрации) один и тот же посетитель может заполнить анкету многократно, повышая тем самым "вес" собственного мнения;
- высокая вероятность получения недостоверной информации;
- этические проблемы доступа к личной информации, риск нарушения конфиденциальности



Социометрический опрос (Дж. Морено) направлен на изучение и измерение межличностных отношений в малых группах (взаимных симпатий и антипатий) путем анализа выборов, сделанных ее членами по тому или иному критерию (личностному / деловому).

«Кого из своих товарищей из группы Вы бы попросили в случае необходимости предоставить Вам помощь в подготовке к занятиям?»/ «Если бы все члены вашей группы жили в общежитии, с кем из них Вам хотелось бы поселиться в одной комнате?»»)

Познавательные возможности	Ограничения в применении
<ul style="list-style-type: none"> - измерить степень сплоченности - разобщенности в группе; - выявить «социометрические позиции», т.е. относительный авторитет членов группы по признакам симпатии - антипатии, где на крайних полюсах оказывается лидер группы и аутсайдер; - обнаружить внутригрупповые подсистемы - сплоченные образования, во главе которых могут быть неформальные лидеры. 	<ul style="list-style-type: none"> - должен проводиться только посторонним специалистом; - имеет ограничения с количестве опрашиваемых (желательно не более 25-30 человек)

Наблюдение – метод сбора первичной социологической информации об изучаемом объекте путем непосредственного восприятия и прямой регистрации событий (единиц наблюдения), значимых с точки зрения целей исследования.

Классификация наблюдений:

1. По степени формализованности: структурированное и неструктурированное.
2. В зависимости от позиции наблюдателя: включенное и не включенное.
3. По характеру организации: полевое и лабораторное.

Познавательные возможности	Ограничения в применении
<ul style="list-style-type: none">- позволяет получить объективную информацию, доступную восприятию и регистрируемую в виде признаков, определить их повторяемость, типичность.- используется для получения описательной информации в исследовании практически всех сфер жизнедеятельности;- сочетается со всеми методами исследования;- может применяться при разработке проблемы, уточнении объекта и предмета, при выдвигании и проверки гипотез, для коррекции выводов исследования.	<ul style="list-style-type: none">- можно наблюдать только те события, которые происходят в период проведения исследования;- риски субъективной трактовки наблюдаемых явлений и процессов;- наблюдаемые могут менять поведение в процессе наблюдения

Основные факторы выбора метода исследования:

- **познавательные возможности** (универсальный метод отсутствует, так как каждый метод имеет свои четко очерченные познавательные возможности);
- **метод выбирается относительно исследовательских задач** (есть существует "хороших" и "плохих" методов, есть методы адекватные и неадекватные исследовательским задачам);
- **надёжность метода** (качество данных) обеспечивается соблюдением правил его применения.

Социологическое исследование – это изучение социальной действительности, рассчитанное на получение теоретического знания и практическое решение социальных проблем, осуществляемое на основе разработанной программы и научных методов сбора, анализа и обработки социальной информации. Это алгоритм поиска цели, набор приёмов, методов, средств, способов, принципов достижения цели.

Классификация социологического исследования:

1. В зависимости от глубины анализа социальной проблемы, масштабности и сложности решаемых в ходе него задач различают:

1.1. **Разведывательное исследование** нацелено на:

- понимание ситуации, знакомство с проблемой, поиск, уточнение гипотез, уточнение и корректировка методического инструментария исследования (анкеты, бланка интервью, карточек наблюдения и др.);
- получение оперативной социологической информации, зондаж общественного мнения по отношению к актуальным для заказчика событиям.

1.2. **Описательное исследование** нацелено на получение целостного представления об изучаемом явлении, его структурных элементах. Подобные исследования проводятся, когда объект хорошо изучен.

1.3. **Аналитическое исследование** – углубленный вид социологического исследования, который не только описывает, но и выявляет, объясняет причины, лежащие в основе связей социальных явлений.

2. В зависимости от рассмотрения явления в статике или динамике:

2.1. Разовое (точечное).

2.2. Повторное (мониторинговое) исследование как средство сравнительного социологического анализа, направленное на выявление динамики развития объекта. Оно основанное на единой программе и инструментарии.

◆ **лонгитюдное исследование** — длительное изучение одной совокупности лиц;

◆ **когортное исследование** — изучение лиц одного возраста (поколение) на протяжении длительного времени. Цель — анализ изменений в образе жизни, ориентация людей одного поколения. Объекты исследования меняются, но люди сохраняются;

◆ **трендовое исследование** — исследование, проводящееся на одной и той же генеральной совокупности с интервалом во времени и с соблюдением относительно одинаковой методики. Цель — установление тенденций (трендов) социальных изменений. Пример — переписи населения;

◆ **панельное исследование** — исследование, проводящееся по единой программе, на одной и той же выборке и по единой методике через определенный интервал времени. Цель — анализ динамики событий. Люди могут меняться, но объекты исследования (цех, предприятие) сохраняются.

2. В зависимости от рассмотрения явления в статике или динамике:

2.1. Разовое (точечное).

2.2. Повторное (мониторинговое) исследование как средство сравнительного социологического анализа, направленное на выявление динамики развития объекта. Оно основанное на единой программе и инструментари.

◆ **лонгитюдное исследование** — длительное изучение одной совокупности лиц;

◆ **когортное исследование** — изучение лиц одного возраста (поколение) на протяжении длительного времени. Цель — анализ изменений в образе жизни, ориентация людей одного поколения. Объекты исследования меняются, но люди сохраняются;

◆ **трендовое исследование** — исследование, проводящееся на одной и той же генеральной совокупности с интервалом во времени и с соблюдением относительно одинаковой методики. Цель — установление тенденций (трендов) социальных изменений. Пример — переписи населения;

◆ **панельное исследование** — исследование, проводящееся по единой программе, на одной и той же выборке и по единой методике через определенный интервал времени. Цель — анализ динамики событий. Люди могут меняться, но объекты исследования (цех, предприятие) сохраняются.

Этапы социологического исследования:

1. **Подготовительный** - знакомство с литературой по проблеме исследования и разработка программы исследования.
2. **Основной** - сбор первичной социологической информации – полученные в ходе социологического исследования в различной форме необобщенные сведения (ответы на вопросы анкеты, интервью, записи в карточках наблюдения и пр.), подлежащие в дальнейшем обработке и обобщению.
3. **Заключительный** - подготовка собранной информации к обработке, ее обработка, анализ и интерпретация обработанной информации в форме отчета с необходимыми выводами и рекомендациями.

Программа социологического исследования – это изложение основных принципов, теории и методологии исследования, его процедуры и организации.

Функции программы исследования:

- 1. Методологическая** – определяет, что мы будем исследовать, то есть обозначается научная проблема и основы ее решения.
- 2. Методическая** – определяет, как мы будем это исследовать, то есть намечаются средства, способы сбора данных.
- 3. Организационная** – позволяет спланировать работу участников исследовательской группы на всех этапах исследования.

Программа социологического исследования – это изложение основных принципов, теории и методологии исследования, его процедуры и организации.

Функции программы исследования:

- 1. Методологическая** – определяет, что мы будем исследовать, то есть обозначается научная проблема и основы ее решения.
- 2. Методическая** – определяет, как мы будем это исследовать, то есть намечаются средства, способы сбора данных.
- 3. Организационная** – позволяет спланировать работу участников исследовательской группы на всех этапах исследования.

Структура (разделы) программы:

1. Методологический раздел.

- Постановка и обоснование проблемы.
- Определение объекта и предмета.
- Описание целей и задач исследования.
- Интерпретация основных понятий.
- Выдвижение рабочих гипотез.

2. Методический раздел.

- Определение объема и структуры генеральной совокупности.
- Конструирование выборочной совокупности.
- Описание и обоснование методов сбора эмпирических данных.
- Логическая схема обработки информации

Организационный раздел.

- Сроки проведения исследования.
- Распределение во времени различных видов работ и определение ответственных за каждый из них.

Виды исследований:

Сплошное – требует полного охвата объекта, всех его элементов без исключения

Выборочное – на основе изучения некоторой части объекта можно сделать правильное умозаключение о всех его элементах без исключения (всей генеральной совокупности).

Монографическое (разновидность несплошного наблюдения), детальное изучение либо одной, отдельно взятой единицы (деревня, город, завод, колхоз и др.), либо части объекта.

Качество выборки – важнейший критерий точности и качества социологического исследования.

Генеральная совокупность – это вся совокупность единиц, составляющих объект исследования (к примеру, все учащиеся школы).

Выборочная совокупность – часть генеральной совокупности, отобранная с помощью специальных приемов для получения информации о всей совокупности в целом.

Главное требование к выборке – репрезентативность: состав выборки должен отражать в полной мере структуру генеральной совокупности.

Виды выборок (способов отбора):

Простая случайная - строится с помощью таблиц случайных чисел.

Систематическая - производится через интервал в перечне объектов.

Стратифицированная (районированная) - случайная, с любой техникой, процедуре отбора предшествует выделение в генеральной совокупности однородных групп (страт).

Гнездовая - случайная, в качестве единиц отбора выступают не отдельные респонденты, а группы (гнезда), которые могут быть представлены студенческой группой, бригадой, школьным классом и т. п. В выделенных гнездах проводится сплошной опрос.

Неслучайные или направленные выборки :

Квотная - строится как модель, воспроизводящая структуру генеральной совокупности в виде квот (пропорций) распределения изучаемых признаков.

Целевая - не репрезентативная, используется для исследования уникальных событий, групп, когда трудно осуществить случайный отбор из-за отсутствия полной информации о совокупности в целом или ее труднодоступности.