Социологическое исследование, его структура и функции

Содержание

1. Понятие социологического исследования и его виды

2. Этапы и программа социологического исследования

3. Проблема выборки в социологическом исследовании. Типы выборки

4. Основные методы сбора первичной социологической информации

Список использованных источников

1. Понятие социологического исследования и его виды

Социология – это наука, которая занимается проведением прикладных исследований, сбором первичной социологической информации, на основании которой делаются выводы. Социологическое исследование представляет собой тщательно продуманное и хорошо организованное изучение и решение актуальной социальной проблемы.

Часто социологическим исследованием называют любой непрофессиональный анкетный опрос, но это не так.

Социологическое исследование – это система методологических, методических и организационно-технических процедур, взаимосвязанных единой целью: получить достоверные данные об изучаемом явлении или процессе для их последующего использования в научной или практической деятельности.

Характеристики социологического исследования:

– Социологическое исследование носит научный характер, т.е. строится в соответствии с требованиями науки.

– Следовательно, оно должно быть объективным, максимально приближенным к истине.

– Социологическое исследование носит достоверный характер, т.е. его данные можно перепроверить.

– Наконец, результаты исследования должны быть репрезентативными (представительными) – способными отражать реальную ситуацию в объекте исследования.

Специалисты считают, что единой схемы СИ, годящегося на разные случаи жизни, не существует. Выбор вида исследования диктуется характером поставленной цели и выдвинутых задач. Иными словами, глубиной требуемого анализа социальной проблемы, масштабом охвата событий.

Выделяют несколько видов эмпирического исследования – по критерию, положенному в основание классификации.

1. По степени сложности решаемых задач, в зависимости от глубины анализа социальной проблемы и масштаба охвата событий:

– Разведывательное (пробное) – для предварительного ознакомления с явлением. Близкое к нему – пилотажное – применяется для испытания методики, анкеты.

– Описательное – дает системное описание изучаемого явления.

– Аналитическое – кроме описания, дает понимание причин и факторов, определяющих развитие данного явления.

2. По характеру изучения объекта, т.е. в зависимости от того, изучается ли интересующий исследователя объект в статике или в динамике:

1) Точечное (разовое) – дает информацию о состоянии или характеристиках социального явления на момент изучения.

2) Повторные исследования – это совокупность нескольких исследований, проведенных по единой программе и инструментарию последовательно через определенные промежутки времени и призванных получить результаты, характеризующие динамику изменения объекта. Они представляют собой средство сравнительного анализа. К ним относят следующие виды исследований:

* лонгитюдные – длительное изучение одной совокупности лиц;
* когортные – 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);
* трендовые – 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);
* панельные – исследования по единой программе и методике на одной и той же выборке через определенный интервал времени (цель – анализ динамики событий; люди могут меняться, но объекты исследования – цех, предприятие – сохраняются).

3. По масштабу исследования:

1) Локальные (определенный объект, район)

2) Региональные (область, несколько областей)

3) Отраслевые (преобладали в советской социологии)

4) Общегосударственные (общенациональные)

5) Международные

4. В зависимости от применяемого метода сбора данных (опрос, наблюдение, анализ документов).

2. Программа и этапы социологического исследования

Конкретные социологические исследования в своей сущности представляют собой целостную систему теоретических и эмпирических процедур, способствующих получению нового знания об исследуемом объекте для решения конкретных теоретических и практических социальных проблем. Прикладное социологическое исследование имеет ряд этапов:

1. Подготовительный этап. Качество подготовки обеспечивает ценность информации, которая будет получена в результате проведенного исследования. На этом этапе уточняется тема, разрабатывается теоретическая концепция, программа исследования, устанавливается выборка, разрабатываются и тиражируются методические документы для сбора информации, определяется инструментарий исследования, формируются исследовательские группы, составляются графики работ, проводятся организационные мероприятия, решаются вопросы, связанные с материально-техническим обеспечением исследования.

2. Полевой этап или этап сбора первичной социологической информации. Связан со сбором информации в зоне практических действий социолога– получение информации от ее носителей-людей: в аудиториях, на улицах, в классах, домах, на производстве и т.д. Информация собирается различными способами и инструментарием, которые присущи социологии и определены программой исследования: при помощи различных видов опроса, наблюдения, анализа документов, эксперимента.

3. Этап подготовки и обработки информации. Та информация, которая получена на полевом этапе, нуждается в проверке и упорядочении. Весь собранный массив изучается с точки зрения отклонения выборки от расчетных параметров. Процедура проверки собранного массива включает просмотр методических документов на предмет точности, полноты и качества заполнения и выбраковку тех из них, которые не соответствуют предъявляемым требованиям.

4. Анализ информации и подготовка итоговых документов или заключительный этап. В ходе анализа делаются выводы о подтверждении или опровержении гипотез, выявляются социальные связи, тенденции, противоречия, парадоксы, новые социальные проблемы. На этом же этапе оформляются результаты исследования. Итоговый документ зависит от вида исследования и определяется пожеланиями заказчика. В качестве такого документа выступают:

1) информационная справка,

2) информационная записка;

3) аналитическая записка;

4) отчет о научно-исследовательской работе.

Аналитическая записка и отчет должны содержать выводы и рекомендации по разрешению той проблемы, изучению которой было посвящено социальное исследование.

После уточнения темы и определения вида исследования на подготовительном этапе разрабатывается программа исследования. Это один из важнейших социологических документов. Программа представляет собой теоретико-методологическую основу процедур всех этапов исследования: сбора, обработки и анализа информации. Программа как научный документ должна отвечать ряду необходимых требований.

Программа социологического исследования – это систематизированное изложение теоретико-методологических предпосылок, общей концепции исследовательского проекта в соответствии с основными целями и задачами предпринимаемой работы, методических и процедурных основ ее выполнения, выдвигаемых гипотез и логически последовательных операций для их проверки

Программа социологического исследования состоит из 2 основных частей: методологической и процедурной.

Методологический раздел программы имеет ряд важных структурных элементов.

Анализ проблемы и определение проблемной ситуации. Проблемная ситуация – это реально существующее в социальной действительности противоречие, способы разрешения которого в настоящее время еще не известны или неясны.

Определение объекта исследования и его предварительный анализ. Объект – это совокупность явлений, процессов или определенная сфера социальной действительности, выступающие в качестве факторов проблемной ситуации, на которые направлена познавательная деятельность социолога.

Определение предмета исследования и его предварительный анализ. Предмет исследования – это определенная сторона или свойство (свойства), особенности объекта заданные для непосредственного изучения именно в данном прикладном исследовании.

Определение целей и задач исследования. Цель – это важнейшее методологическое требование к программе. Задачи исследования – это совокупность конкретных целевых установок, в которых формулируются основные и дополнительные требования к анализу и решению проблемы.

Формулирование гипотезы. Гипотеза является формой предположения или допущения об изучаемом объекте, его структуре, особенностях, тенденциях развития, взаимосвязях с другими объектами. По содержанию предположений относительно изучаемого объекта гипотезы подразделяются на описательные, объяснительные и прогнозные. Описательные гипотезы – это предположения о свойствах объекта, характере связей между его отдельными элементами (структурные), о степени тесноты взаимодействия (функциональные). Объяснительные – это такие гипотезы, которые содержат предположения о причинно-следственных зависимостях в изучаемых явлениях и процессах. Прогнозные – это такие гипотезы, которые раскрывают тенденции развития изучаемых объектов. По степени общности гипотезы делятся на гипотезы основания и гипотезы следствия. Гипотезы-основания несут в себе предположения широкой общности, гипотезы-следствия – предположения менее широкой общности.

Вычленение основных понятий, их интерпретация и операционализация. Интерпретация – логический анализ основного понятия, его теоретическая трактовка. Операционализация – дальнейшее членение и детализация понятия до уровня однозначно понимаемых терминов, нахождение их аналогов в реальной жизни (эмпирических индикаторов).

Методико-процедурный раздел включает:

– Определение общего плана исследования.

– Построение требуемого планом типа выборки.

– Определение основных процедур сбора и анализа исходных данных.

Программа конкретного социологического исследования выполняет 3 основные функции:

1. Теоретико-методологическая функция призвана определить требующую своего разрешения научную проблему и наметить основные принципы ее решения.

Методическая функция заключается в определении способов сбора эмпирических данных, описания и интерпретации ожидаемых результатов.

Организационная функция состоит в планировании деятельности исследовательского коллектива с определением видов предлагаемых результатов по каждому из намеченных этапов.

3. Проблема выборки в социологическом исследовании. Типы выборки

Чаще всего объектом социологического исследования выступают большие совокупности людей (например, население страны или региона), дифференцированные по различным социально-демографическим признакам (полу, возрасту, профессии и т.п.) и рассредоточенные по различным поселенческим структурам (большой город, малый город, деревня). Поэтому в социологических исследованиях, как правило, применяются не сплошные, а выборочные опросы. Такой метод исходит из предположения, согласно которому результаты опроса определенной доли населения могут быть распространены на все население страны.

Понятие "выборки" в статистике, социологии, маркетинге рассматривается в двух значениях. Во-первых, это совокупность элементов генеральной совокупности, подлежащих изучению, т.е. выборочная совокупность. Во-вторых, выборка – это процесс формирования выборочной совокупности при необходимом условии обеспечения репрезентативности.

Генеральная совокупность – это совокупность всех возможных социальных объектов, которая подлежит изучению в пределах программы социологического исследования. Выборочная совокупность выступает фактически в качестве своеобразной модели генеральной совокупности, конструируемой из тех же элементов, что и объект моделирования, но в уменьшенных размерах.

Репрезентативность, т.е. свойство выборочной совокупности воспроизводить характеристики исследуемого объекта, обеспечивается дизайном выборки и расчетом ее минимального объема, способными обеспечить приемлемую точность получаемых результатов.

Дизайн выборки (т.е. способ ее проектирования) определяется двумя основными обстоятельствами: характеристиками генеральной совокупности и целями исследования.

В прикладном социологическом исследовании важное значение имеет определение и учет возможных ошибок выборки. Ошибками выборки называют отклонение статистической структуры выборки от структуры исследуемой генеральной совокупности. Существуют два основных типа подобных ошибок. Первый из них – случайные ошибки, представляющие собой отклонение характеристик выборочной совокупности от характеристик исследуемой генеральной совокупности.

Гораздо более существенны и опасны для результатов выборочного исследования систематические ошибки. Они обусловлены неадекватным воспроизведением в выборке основных распределений генеральной совокупности. Чаще всего такие ошибки связаны с ошибками проектирования выборки (например, русские в составе населения Беларуси составляют 11,4%, а в выборке социологического исследования этнонациональных отношений их оказалось почти вдвое больше – 20%), либо с ошибками инструментария исследования. Их часто трудно обнаружить, еще труднее измерить и исправить. Поэтому они могут обесценить результаты всего исследования.

Важное значение в прикладной социологии имеет типологизация выборок, которая может быть осуществлена по нескольким основаниям. Выделяют различные типы выборки (отбора) и виды выборок.

Что касается типов выборок, то в принципе их выделяют три. Речь идет о самих принципах подхода к отбору единиц выборочной совокупности из генеральной. Они могут быть следующими:

– стихийный отбор, т.е. отбор по принципу добровольности и доступности вхождения единиц генеральной совокупности в выборочную. Он используется довольно часто, в частности, в почтовых и прессовых опросах. Основной недостаток подобного отбора – невозможность качественной репрезентации генеральной совокупности. Тем не менее, стихийная выборка используется и с учетом ее экономичности, а также в некоторых исследованиях, когда формирование выборочной совокупности по-иному попросту невозможно;

– вероятностный (случайный) отбор – один из основных, используемых в социологических исследованиях. Главный принцип подобного отбора – обеспечение возможности каждой единице генеральной совокупности попасть в выборочную. С этой целью используются таблицы случайных чисел, лотерейный подбор, механический отбор;

– квотный (стратифицированный) отбор, в основе которого лежит построение качественной модели генеральной совокупности, затем – отбор единиц наблюдения в выборочную совокупность, исходя из имеющейся модели (например, по слоям населения, возрастному, половому признакам и т.д.).

Наконец, по видам выборок выделяют одноступенчатую (простой отбор с использованием соответствующего принципа из генеральной совокупности в выборочную); серийную (в качестве единиц отбора выступают серии – семьи, классы, бригады); многоступенчатую (отбор производится в несколько этапов: сначала, к примеру, отбираются в городе предприятия, на них – цеха, в цехах – респонденты) и некоторые другие.

Наиболее часто применяются в социологических исследованиях следующие типы выборок.

Случайная выборка – это отбор людей из генеральной совокупности на основе статистической случайности, которая обеспечивает равные возможности для каждого элемента генеральной совокупности попасть в число опрашиваемых. Основными трудностями, с которыми сталкиваются социологи при осуществлении случайного отбора респондентов, обусловлены двумя обстоятельствами: невозможностью получения полных списков генеральной совокупности; разной степенью доступности респондентов и их готовности участвовать в исследовании.

Систематическая выборка представляет собой процедуру отбора определенного элемента из списка элементов изучаемой совокупности с использованием определенного "шага", т.е. через определенное количество номеров (например, в жилом массиве опрашиваются жильцы каждой пятнадцатой, начиная с первого номера списка, квартиры) причем номер первого элемента выборки часто определяется случайным образом.

Квотная выборка – это отбор опрашиваемых людей с конкретным набором характеристик, осуществляемый квотами (долями, частями) от каждой определенной группы населения в соответствии с заданными пропорциями. При построении данной выборки учитываются характеристики, непосредственно связанные с базисными признаками исследуемой совокупности (пол, возраст, образование, доход, тип поселения и т.п.).

Кластерная (гнездовая) выборка представляет собой отбор объектов для исследования, в качестве каковых выступают кластеры (гнезда) более мелких единиц. Преимущества ее состоят в том, что значительно проще осуществлять отбор и обследование нескольких компактных групп, чем десятков или сотен отдельных единиц.

Маршрутная выборка представляет собой вариант систематического отбора и заключается в извлечении из списка квартир в домах, упорядоченного по улицам исследуемого населенного пункта.

Стратифицированная (районированная) выборка – такой вид выборки, при котором отбору единиц измерения предшествует процедура стратификации, т.е. расслоение исходной совокупности на статистически или качественно однородные подсовокупаности, называемые слоями, стратами. Данная процедура предполагает деление населения на страты, подходящие для определенного изучения, например, определенного социального класса, электоральных предпочтений, уровня дохода или статуса занятости /безработицы. Избираемый объем выборки в таком случае распределяется между стратами пропорционально их численности в генеральной совокупности, что позволяет обеспечить для каждой из страт одинаковую вероятность быть отобранной для исследования. В тех случаях, когда построение выборки осуществляется на основе выделения социальных слоев, она называется стратифицированной, когда же дифференциация исследуемых групп производится по территориальному принципу, выборку называют районированной.

Многоступенчатая выборка строится на основе применения поэтапного отбора объектов, причем совокупность объектов, отобранных на предыдущем этапе (ступени), становится исходной для отбора на следующем этапе.

Одна из ключевых проблем, встающих, как правило, перед социологом, решающим: доверять полученным в ходе него данным или нет, это то, сколько же человек должно быть опрошено для того, чтобы получить действительно репрезентативную информацию. К сожалению, единой и четкой формулы, используя которую можно было бы рассчитать оптимальный объем выборочной совокупности, не существует в природе. И объясняется это весьма просто. Дело в том, что определение объема выборочной совокупности – это проблема не столько статистическая, сколько содержательная.

Иными словами, объем выборочной совокупности зависит от множества факторов, связанных с проведением исследования: его целей, содержания, методов и, в первую очередь – от следующих:

– используемые в исследовании методики сбора первичной информации;

– уровень однородности генеральной совокупности;

– цели и задачи исследования;

– требующаяся точность получаемой информации.

Что касается первого из названных факторов, то его влияние на объем выборки очевидно: чем более точен и надежен метод – тем меньше объем выборочной совокупности. Одно дело, если мы использовали почтовый опрос, другое – личное интервью. Во втором случае мы, естественно, можем остановиться на минимальной границе избранного объема выборки.

Учет при определении объема выборочной совокупности другого из названных факторов также достаточно прост. Дело в том, что генеральная совокупность, из которой выделяется в процессе исследования выборочная, может быть как гетерогенной, т.е. весьма неоднородной (к примеру, мы должны исследовать в отношении некоего товара потребительское поведение всего населения города, среди которого: и мужчины, и женщины; и молодые, и пожилые; и образованные, и малообразованные, и т.п.), так и гомогенной, т.е. достаточно однородной (к примеру, мы изучаем потребительское поведение молодых матерей в отношении памперсов или молодых ребят по поводу оценки различных марок мотоциклов). Очевидно, что во втором случае, т.е. когда имеет место высокая степень гомогенности генеральной совокупности, мы можем ограничиться достаточно малым объемом выборки.

Третий важнейший фактор. На объем выборочной совокупности огромное влияние оказывают конкретные задачи исследования. К примеру, мы хотим исследовать потребительское поведение населения города. Перед нами – структура генеральной совокупности, которая представляет распределение в целом населения города и по трем квотным признакам: район города, пол, возраст. Совершенно очевидно, что если в исследовании ставится задача изучить мнения населения города в целом – это одна ситуация; если в том числе и по возрастным группам – это другая (здесь мы имеем 3 группы); если необходимо выявить распределения мнений по возрастным и половым группам – это третья ситуация (здесь мы имеем уже шесть групп); наконец, если в исследовании нас интересует распределение информации по возрастным, половым группам и районам города (к примеру, мы хотим определить, как к покупкам того или иного товара относятся молодые женщины, проживающие в Советском районе города Гомеля), то здесь мы имеем дело уже с четвертой ситуацией (48 групп). Ясно, что для того чтобы получить репрезентативную информацию в последним случае, нужно обеспечить представительство в минимальной из этих сорока восьми групп 25-30 чел. Следовательно, минимальный объем выборочной совокупности здесь будет находиться в пределах 2000 чел.

Наконец, еще один фактор, воздействующий на объем выборочной совокупности; необходимая, требующаяся точность получаемой информации. Конечно, лучше иметь более точную информацию, но при этом необходимо иметь в виду, что каждый процент "увеличения точности" приводит к резкому увеличению расходов на исследование.

Приведем пример. Всемирно известный исследователь общественного мнения Дж. Гэллап и его институт на протяжении многих десятилетий, проводящие опросы в США, выявили, что при общенациональной выборке в 100 чел. – ошибка выборки будет в пределах ±11%; 200 чел. – ±8%; 400 чел. – ±6%; 600 чел. – ±5%; 750 чел. – ±4%; 1000 чел. -± 4%; 1500 чел. – ±3%; 4000 чел. – ±2%. Именно поэтому институт Гэллапа, как правило, проводит общенациональные опросы в США на выборке в 1500-2000 чел. Как видно, он предпочитает увеличение ошибки на 1% – многократному увеличению стоимости исследования.

4. Основные методы сбора первичной социологической информации

Научный метод (метод – с греч. "путь") – система правил в теоретической и практической деятельности, а также способ обоснования и построения системы знаний. Разрабатывается на основе знания закономерностей изучаемого объекта, т.е. у каждой науки есть свои, специфические методы.

Объект изучения социологии – общество, которое изучают на макро и микроуровне, поэтому используют две группы методов: теоретические и эмпирические.

Изначально социологами применялись теоретические методы. Конт, Дюркгейм, Маркс, Спенсер использовали логический, исторический, сравнительный, структурный методы. В ХХ веке Парсонс использует структурно-функциональный метод. Во второй половине ХХ века с развитием кибернетики появляются системный метод, метод моделирования социальных явлений, метод социального прогнозирования.

Сейчас теоретические методы используются в комплексе с эмпирическими.

Эмпирические – считалось, что социология должна быть строгой, доказательной наукой. Конт впервые применяет наблюдение, эксперимент (как и в естественных науках – физики, биологии). Далее в социологии используется метод анализа документов, а Маркс и Энгельс впервые применяют метод опроса.

Наблюдение – метод прямой регистрации событий очевидцем в процессе их протекания. Наблюдение отличается от простого созерцания. Научное наблюдение имеет четко поставленную цель, ведется по разработанному плану, его результаты фиксируются. Основные виды наблюдения: включенное – наблюдатель сам является участником событий (например, участвует в митинге), невключенное – наблюдает со стороны. Сильные стороны наблюдения – его непосредственный характер (не с чьих-то слов), точность, оперативность. Недостатки – влияние наблюдателя как на наблюдаемое явление, так и на его результаты; сложность наблюдения и одновременного фиксирования результата; локальность, фрагментарность. Часто наблюдение в социологии используется вместе с другими методами.

Примеры: Уильям Уайт "Общество на углу улицы" – бедный итальянский квартал Бостона, Франк Канинг – изучение индейцев зуни в штате Нью-Мексико, Ирвинг Гофман – поведение людей в психиатрической лечебнице.

Эксперимент – метод выявления причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями посредством внесения целенаправленных изменений в изучаемые объекты. В социологии эксперимент применяется нечасто, т. к. является одним из самых сложных методов. Сильная сторона – объективность. Недостаток – проблема чистоты эксперимента, т. к. участниками эксперимента в социологии являются люди, они должны знать об этом, о целях эксперимента, участвовать в нем добровольно. Это оказывает влияние на ход эксперимента.

Примеры: эффект плацебо, хотторнский эффект, исследование Филиппа Зомбардо в тюрьмах (тюрьма порождает насилие даже у эмоционально здоровых людей).

Метод анализа документов подразделяется на два вида: традиционный – изучается время появления, авторство, надежность источника; контент-анализ – метод извлечения информации из больших текстовых массивов с помощью выделения смысловых единиц, к которым относятся определенные понятия, имена и т. п. Суть метода состоит в переводе качественных показателей информации в количественные.

Пример: анализ СМИ перед выборами.

Опрос – метод сбора первичной социологической информации посредством обращения с вопросами к определенной группе людей (респондентам). Ключевой метод социологии (используется в 90% случаях). Варианты опроса: анкетирование, интервью, социометрический опрос, экспертный опрос.

Список использованных источников

1. Лавриненко В.Н. Социология / В.Н. Лавриненко. – М.: ЮНИТИ, 2002.

2. Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, программа, методы / В.А. Ядов. Изд. 2-ое. – М.: Наука, 1987.

3. Фролов С. С. Основы социологии / С.С. Фролов – М.: "Юрист", 1997

4. Андреенков В.Г. Структура и процесс социологического исследования /В.Г. Андреенков, А.В. Кабыща – М.: 1996.

5. Гречихин В.Г. Опрос как метод сбора первичной социологической информации // Лекции по методике и технике социологических исследований / В.Г. Гречихин. – М.: 1988.