

## ЛЕКЦІЯ № 2

### МЕТОД СОЦІОЛОГІЇ ТА ФАЗИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

(2 години)

#### ПИТАННЯ:

1. Мета, об'єкт та предмет соціологічного дослідження.
2. Гіпотеза та завдання соціологічного дослідження.
3. Методи соціологічних досліджень.
4. Розробка стратегічного плану дослідження.
5. Розробка методичного плану дослідження.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Американская социологическая мысль: Тексты /Под ред. В. И. Добренкова. – М.: Изд-во МГУ, 1994.
2. Арутюнян Ю. В., Дробижева Л. М., Соколов А. А. Этносоциология: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 1999.
3. Волков Ю. Г., Мостовая И. В. Социология: Учеб. для вузов. – М.: Гордарики, 1998.
4. Гидденс З. Социология: Учебник. – М.: Эдиториал УРСС, 1999.
5. Тадевосян З. В. Социология: Учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Знание, 1999.
6. Тощенко Ж. Т. Социология: Общий курс: Учебное пособие. – М.: Прометей, 1998.
7. Фролов С. С. Социология: Учеб. для высш. учеб. завед: 2-е изд. – М.: Логос, 1996.

#### **1. Мета, об'єкт та предмет соціологічного дослідження.**

Підготовка соціологічного дослідження насичена різноманітними видами робіт, специфічними науковими процедурами, найголовнішими з яких є:

- вибір методології дослідження й інтерпретації отриманих даних;
- обґрунтування теоретичних засад, логічної послідовності дослідження;
- вироблення інструментарію (анкети, бланка інтерв'ю, кодувального бланка для проведення спостереження тощо);
- розробка методичних документів для збирання первинної інформації (поради інтерв'юєру, спостерігачу тощо);
- формування дослідницької групи відповідно до мети і завдань дослідження — розробників програми та інструментарію, виконавців польових досліджень, спеціалістів з обробки отриманої інформації, аналітиків для підготовки підсумкового звіту;
- навчання спеціалістів польових досліджень (інтерв'юєрів, спостерігачів та ін.);
- розробка програми обробки даних.

Кожне соціологічне дослідження починається зі з'ясування намірів і мети замовника, уточнення теми дослідження, визначення термінів і витрат, пов'язаних з ними, з'ясування фінансових, матеріально-технічних аспектів справи. Після цього настає безпосередня дослідницька робота, початок якої пов'язаний зі створенням програми.

Програма соціологічного дослідження є науковим документом, що містить схему логічно обґрунтованого переходу від загальних теоретичних уявлень про досліджуване соціальне явище, до використання інструментарію і виконання дослідницьких процедур (збирання, обробки та аналізу інформації). Вона є стратегічним документом, який дає змогу зробити висновки щодо концептуальних засад, методики проведення, спрогнозувати його результативність.

Програма виконує методологічну, методичну, організаційну функції. Їх реалізація впливає на структуру програми, яка складається з методологічної та методичної частин.

Методологічна частина програми охоплює такі компоненти:

- формулювання та обґрунтування проблеми;
- розробку мети і завдань дослідження;
- визначення об'єкта і предмета дослідження;
- системний аналіз об'єкта дослідження;
- формулювання робочих гіпотез дослідження;
- інтерпретацію та операціоналізацію основних понять дослідження.

Методична частина програми передбачає:

- розробку стратегічного плану дослідження;
- визначення досліджуваної сукупності, розробку вибірки дослідження;
- вибір і опис методів збирання первинної соціологічної інформації (опитування, аналіз документів, спостереження, експеримент);
- обґрунтування логіки аналізу та інтерпретацію зібраної первинної соціологічної інформації за розробленим інструментарієм;
- опис схеми аналізу отриманих даних.

Створення програми починається з окреслення проблеми дослідження, тобто з визначення предмета і мети дослідження (наприклад, дослідження громадської думки щодо майбутніх виборів, вивчення попиту населення на певні товари, тенденцій злочинності серед певного прошарку населення, з'ясування становища молоді на ринку тощо). Отже, предметом дослідження є реальні життєві протиріччя, які створюють проблемну соціальну ситуацію, для вирішення якої необхідна правдива, оперативна, науково обґрунтована інформація.

**Соціальна проблема** — *суперечлива ситуація реального життя, що має масовий характер і стосується інтересів соціальних спільнот, груп.*

Соціологія використовує різноманітні підходи до визначення типу соціальної проблеми, беручи за основу мету дослідження, носія проблеми, масштаби її поширення, час дії, глибину суперечності, що створює проблему.

Відповідно до мети виокремлюють гносеологічні (логіко-пізнавальні) і предметні проблеми. Гносеологічні проблеми спричинені нестачею інформації про стан, тенденції функціонування соціального об'єкта. Тобто народження проблеми зумовлене недостатністю знання про певні процеси, явища соціального життя. Предметні проблеми — це суперечності, зумовлені зіткненням інтересів соціальних спільнот, інститутів, які дестабілізують їхню життєдіяльність і стимулюють до активних дій.

За носіями виділяють такі види соціальних проблем: проблеми окремих соціальних груп (соціально-демографічних, національних, професійних, політичних та інших); проблеми соціальних інститутів, конкретних виробничих підприємств, державних закладів та установ, закладів освіти, організацій тощо.

За масштабами поширеності соціальні проблеми можуть бути державними, регіональними, локальними, відповідно до часу дії — нетривалими і довготривалими.

Беручи за критерій глибину суперечностей, можна виокремити однопланові (стосуються одного аспекту соціального явища, процесу); системні (характерні для багатьох елементів соціального явища, процесу) і функціональні (спричинені порушенням глибинних зв'язків у механізмі функціонування соціального явища або процесу) соціальні проблеми.

Для того щоб сформулювати соціальну проблему, необхідно:

- на підставі аналізу документів замовника скласти уявлення про реальну проблемну ситуацію;
- провести розмову з керівниками і працівниками організації-замовника з метою отримання додаткової інформації щодо проблемної ситуації;
- проаналізувати наукову літературу, статистичні матеріали, дані інших досліджень (соціологічних, економічних, політологічних тощо) для остаточного завершення інформаційного пошуку.

З'ясування проблеми дослідження є надто важливою справою, оскільки помилки помножуються на всіх наступних стадіях. Потрібно розрізняти реальні й надумані, міфічні, соціальні проблеми; уникати дослідження вельми масштабних соціальних проблем, що може

привести до ускладнення інструментарію, непередбачених матеріальних і часових витрат на проведення дослідження та зробити його громіздким і малоефективним; прагнути до якомога точнішого, конкретнішого формулювання проблеми, що дасть змогу грамотно та оперативно провести соціологічне дослідження і розробити адекватні рекомендації.

При цьому необхідно розрізняти проблеми соціальні й наукові. Як відомо, соціальна проблема — це життєве протиріччя, яке потребує вирішення. Неможливість вирішення соціальної проблеми існуючими засобами і методами змушує вдаватися до наукового пізнання. Наукова проблема повинна більш-менш точно відображати проблемну соціальну ситуацію. З'ясування власне наукової проблеми дає змогу зафіксувати, з одного боку, наявність соціальної проблеми, а з іншого — відсутність або застарілість шляхів, способів її вирішення. Постановка наукової проблеми означає вихід за межі вже вивченого у сферу того, що тільки починають вивчати. Проблема дослідження завжди передбачає свого носія — певну спільноту чи групу, їх діяльність. Тому об'єктом дослідження найчастіше є те, що містить соціальне протиріччя і породжує проблемну ситуацію.

**Об'єкт соціологічного дослідження** — *певна соціальна реальність, яка потребує цілеспрямованого вивчення (соціальні спільноти, суб'єкти, процеси у їх конкретних, відносно завершених станах та взаємодії)*. Об'єкт дослідження існує в соціальній реальності незалежно від дослідника. Предмет дослідження має штучне походження, оскільки формулюється дослідником відповідно до мети і завдань дослідження.

**Предмет соціологічного дослідження** — *найбільш значущі з теоретичної або практичної точки зору особливості, сторони об'єкта, які необхідно дослідити*.

Один і той самий соціальний об'єкт може мати багато особливостей, якостей, сторін, які відображають певну його характеристику. Тому вибір предмета дослідження передбачає чітку постановку проблеми, формулювання мети і завдань дослідження, системний аналіз його об'єкта.

У реальному соціологічному дослідженні визначення об'єкта і предмета іноді зумовлює певні труднощі. Тому програма дослідження обов'язково передбачає системний аналіз об'єкта, основною метою якого є побудова гіпотетичної (концептуальної) моделі об'єкта з урахуванням комплексу його елементів, зовнішніх і внутрішніх зв'язків. Такий аналіз об'єкта дослідження дає змогу:

- зафіксувати його складові, зовнішні та внутрішні зв'язки;
- описати механізм його функціонування і розвитку;
- встановити головні й другорядні чинники, що визначають цей механізм;
- конкретизувати проблемну ситуацію;
- з'ясувати предмет дослідження;
- визначити й проінтерпретувати основні поняття дослідження;
- розробити робочі гіпотези;
- виокремити категорії та одиниці аналізу.

Важливим у системному аналізі є встановлення сукупності чинників, які впливають на об'єкт і визначають напрями і тенденції його функціонування та розвитку. Тому дослідник повинен виокремити та описати якнайбільше цих чинників, встановити їх значення, зв'язок, силу і специфіку впливу. Загалом чинники класифікують на загальні (характерні для всього класу подібних об'єктів), специфічні (характерні для конкретного об'єкта), зовнішні (знаходяться у навколишньому середовищі), внутрішні (містяться у самому об'єкті), функціональні (визначають функціональні зв'язки елементів об'єкта), структурні (забезпечують спосіб зв'язку елементів об'єкта), генетичні (зумовлюють походження і послідовність станів об'єкта), об'єктивні (їх дія не залежить від функціонування об'єкта), суб'єктивні (залежать від функціонування об'єкта), прямі (результати їх впливу виявляються безпосередньо), опосередковані (результати їх впливу проявляються у взаємодії з іншими факторами), індивідуальні (пов'язані з діяльністю окремих учасників), колективні (пов'язані з діяльністю соціальної спільноти, групи, колективу).

**Мета соціологічного дослідження** містить в собі відповідь на питання, для чого воно проводиться, орієнтує дослідження на кінцевий результат, визначає логіку і спрямованість завдань, упорядковує різноманітні дослідницькі процедури. Відповідно до мети соціологічного дослідження поділяють на теоретико-пізнавальні (спрямовані на глибше пізнання явища чи процесу, отримання нового, різнобічного знання, вирішення соціальних проблем шляхом розробки нових підходів до їх вивчення) і прикладні (націлені на практичне розв'язання чітко окреслених соціальних проблем — організаційних, управлінських, соціально-психологічних, пов'язаних з вирішенням конфліктних ситуацій тощо). Оскільки мета дослідження має узагальнений вигляд, для її досягнення треба розробити завдання.

## **2. Гіпотеза та завдання соціологічного дослідження.**

**Гіпотеза в соціологічному дослідженні** — обґрунтоване припущення про структуру, механізми функціонування і розвитку досліджуваного об'єкта.

Головна її функція полягає в отриманні нового знання, яке збагачує уявлення про досліджувану проблему. У соціологічному дослідженні застосовують різноманітні види гіпотез.

За змістом виокремлюють гіпотези описові (містять припущення про фактичний стан об'єкта, його функціонування), пояснючі (орієнтовані на встановлення причин, чинників, що пояснюють механізми функціонування об'єкта), прогнозні (передбачають тенденції та напрями функціонування і розвитку об'єкта).

За рівнем аналізу гіпотези бувають теоретичні (існують у формі теоретичних припущень), статистичні (формулюються як система показників й індексів статистики), емпіричні (постають як операційні поняття, індекси, показники).

З огляду на завдання дослідження виокремлюють основні та другорядні гіпотези. Крім того, гіпотези бувають первинні (робочі гіпотези, висунуті в ході розробки програми дослідження) та вторинні (висунуті замість первинних, якщо ті не підтверджуються під час дослідження).

Наукова гіпотеза може бути сформульована тільки у процесі попереднього системного аналізу досліджуваного об'єкта. Під час соціологічного дослідження вона може бути підтвердженою або спростованою. Щоб стати науковою, гіпотеза повинна відповідати вихідним принципам теорії наукового пізнання, що є дуже важливим для відокремлення реалістичних і хибних гіпотез. Вона не повинна суперечити ustalеним теоріям, дослідженим, перевіреним і точно встановленим фактам. Трапляється, однак, що гіпотеза, суперечачи ustalеним теоріям, виявляється цілком спроможною. Не менш важлива її доступність для перевірки у процесі соціологічного дослідження.

Перевірка робочих гіпотез можлива тільки за умови, що всі поняття і терміни, за допомогою яких вона сформульована, будуть теоретично та емпірично інтерпретовані, визначені за допомогою індикаторів і знайдуть своє місце в соціологічному інструментарії.

**Завдання соціологічного дослідження** — логічно сформульовані настанови, вказівки, послідовне вирішення яких конкретизує поставлену мету і забезпечує її реалізацію. Завдання соціологічного дослідження поділяють на головні (передбачають пошук відповідей на головне запитання, безпосередньо пов'язане з розв'язанням поставленої проблеми), часткові (виникають у процесі вирішення головних завдань, впливають з них і також спрямовані на розв'язання проблеми) і додаткові (можуть бути логічно не пов'язаними з метою дослідження, виникають у разі необхідності вирішення якихось додаткових питань, наприклад, методичних).

З'ясовуючи сутність предмета соціологічного аналізу, дослідник використовує поняття, які є ключовими у теоретичному опрацюванні соціальних явищ і процесів. При цьому важливе значення має не просто наявність понять, з якими працюють дослідники, виробляючи програму, а їх чітке, одноставне розуміння і використання впродовж усього дослідження. У жодному разі не можна допустити розпливчастого формулювання, використання у різних контекстах, наявності кількох визначень, оскільки це може унеможливити зіставлення теоретичних положень з емпіричними даними, перевірку (підтвердження або спростування) розроблених

гіпотез, аналіз первинних даних. Найраціональніше послуговуватися загальноприйнятими визначеннями понять, наведеними у довідниках, енциклопедіях, тлумачних словниках, підручниках, іншій спеціальній літературі. За їх відсутності варто спиратися на логіку, наукову позицію і досвід дослідника.

Завдання науковця полягає в розкритті, поясненні, тлумаченні, фіксації змісту понять відповідно до концепції дослідження. За необхідності використання авторського поняття слід з'ясувати, на підставі чого воно сформульоване, які правила при цьому були застосовані. Дана процедура має назву теоретична інтерпретація.

Пошук емпіричних значень поняття у термінах, які пояснюють його зміст і важливі під час конкретного дослідження, називають емпіричною інтерпретацією, а визначення поняття через фіксацію емпіричних ознак — операційним визначенням (операціоналізацією). Головним завданням емпіричної інтерпретації є поступове зведення складних теоретичних понять, якими оперує соціологія і які найчастіше не сприймаються респондентами через свою складність, до відносно простих емпіричних характеристик, які відображають його сутність і можуть бути задіяні для збирання первинної соціологічної інформації. Ця соціологічна процедура передбачає такі послідовні операції:

- аналіз наукової літератури, пошук теоретичних визначень поняття, яке належить інтерпретувати, з'ясування сутності, створення його цілісного образу;
- визначення якостей, характеристик поняття і систематизація найважливіших ознак досліджуваного цілісного образу;
- вибір прямих показників для кожної з визначених характеристик, що дає змогу їх зафіксувати і побудувати так звані індикатори (найпростіші показники), які можна використати потім в інструментарії соціологічного дослідження.

Наприклад, вивчаючи соціально-психологічний клімат у трудовому колективі, немає сенсу просити у респондента дати йому оцінку, оскільки, по-перше, цей термін не дуже часто вживається у повсякденному житті колективу, а по-друге, робітники можуть не знати, як його оцінити. Доцільно в такому разі «розкласти» поняття «соціально-психологічний клімат» на складові, що визначають його сутність, але є менш складними. Цими складовими є стосунки між членами колективу, між керівником і членами колективу, конфлікти, ставлення працівників до своїх обов'язків, трудового середовища, найближчого оточення тощо. Остаточним результатом буде поява в анкеті питань, доступних для розуміння респондентів, що сприймаються однозначно і передбачають їх щирі відповіді: «Чи задоволені Ви стосунками з товаришами по роботі?», «Як часто у Вашому колективі бувають конфліктні ситуації?» тощо.

Аналізуючи отриману інформацію, дослідник проводить зворотну соціологічну процедуру (послідовно аналізуючи значення індикаторів, він поступово повертається на рівень теоретичних понять і робить висновки щодо досліджуваної проблеми). Тому рух від теорії до уточнення смислу, побудови емпіричних показників і повернення знову до теоретичного тлумачення отриманих даних є складним пізнавальним процесом, який не можна повністю формалізувати. На цьому етапі важливу роль відіграють професіоналізм, досвід, загальна і професійна культура дослідника.

### **3. Методи соціологічних досліджень.**

Останнім часом у педагогіці активно використовують соціологічні методи дослідження: анкетування, визначення рейтингу, узагальнення незалежних характеристик.

#### **Анкетування**

Це метод збору фактів на основі письмового самозвіту досліджуваних за спеціально складеною програмою. Його застосовують для одержання інформації про типовість певних явищ навчально-виховного процесу. Анкетне опитування проводять для з'ясування біографічних даних, поглядів, ціннісних орієнтацій, соціальних установок та особистісних рис опитуваних. Залежно від характеру інформації та способів її отримання використовують такі типи анкетного опитування:

- суцільне (охоплюються великі групи населення) та вибіркоче (здійснюють опитування певної групи учасників);
- усне (за типом інтерв'ю) та письмове (робота з бланковими анкетами);
- індивідуальне та групове;
- очне (безпосереднє опитування) та заочне (поштою, телефоном тощо).

Анкета є набором запитань, кожне з яких логічно пов'язане з головним завданням дослідження. Важливими для анкети є її композиція (розташування запитань), мова і стиль їх формулювання, оформлення, рекомендації щодо заповнення анкети. Починається вона зі вступної частини, в якій зазначають, хто, з якою метою проводить опитування, вміщують інструкцію щодо заповнення, зосереджують увагу на способі повернення заповненої анкети. Вступний текст повинен задати уривок настроїв співробітництва. Вона має забезпечувати отримання правдивих відповідей як стосовно опитуваного, так і щодо проблеми, які є предметом дослідження.

За формою анкети бувають:

- відкриті — анкети, в яких інструкція не обмежує способу відповіді на запитання (Напишіть назву професії, яку б Ви обрали);
- закриті — анкети, що мають варіанти відповідей, з яких потрібно вибрати одну (альтернативні) (Чи згодні Ви з твердженням, що професія вчителя є однією з кращих? а) безумовно згоден; б) згоден; в) не певен; г) не згоден), які допускають вибір декількох варіантів відповідей — «питання-меню» (неальтернативні);
- напіввідкриті — передбачають не тільки можливість скористатися однією з наведених відповідей, але й запропонувати свою;
- полярні — анкети, що виявляють стандартизований набір якостей особистості, ступінь виразності яких може бути оцінений за 4-5 бальною шкалою (уважно проаналізуйте досвід роботи учителів та оцініть рівень розвитку у них педагогічних якостей: «5» — якість притаманна вчителю вищою мірою; «4» — помітно виражена; «3» — мало виражена; «2» — не виражена; «0» — не вдалося її виявити).

За змістом питання анкети поділяють на:

- прямі, коли зміст запитань і об'єкт інтересу збігаються (Чому Ви обрали педагогічну професію?);
- непрямі, коли зміст запитань та об'єкт інтересу дослідника різні (З ким із своїх товаришів Ви б хотіли сидіти за партою?).

За функціями питання анкети поділяють на: основні (спрямовані на збір інформації про зміст досліджуваного явища), неосновні (запитання-фільтри, спрямовані на з'ясування основного запитання, перевірку щирості відповідей).

Підвищенню достовірності служить і забезпечення можливості учневі ухилитися від відповіді, дати невизначену відповідь. Для цього в анкеті передбачають такі варіанти відповідей: «мені важко відповісти», «буває по-різному» тощо. Важливо, щоб запитання не мали у своїх формулюваннях явних або неявних підказок. При формулюванні оціночних запитань і варіантів відповідей обов'язково стежать за збалансованістю позитивних і негативних суджень.

При створенні анкети важливо щоб: питання точно характеризували явище, а очікувані відповіді на них були достовірними; питання були як прямими, так і непрямыми, як закритими, так і відкритими; вони не містили підказок, а також неоднозначного розуміння їх змісту; давали достатній простір для відповідей; містили контрольні комбінації: прямі, опосередковані запитання, особисті, безособові запитання; передбачали попередню перевірку ступеня розуміння запитань на невеликій кількості учнів і коригування змісту анкети.

Надійність даних анкетного опитування перевіряють повторним опитуванням за тією ж процедурою тих самих осіб (визначається стійкість інформації), а також контролем даних анкетного опитування за допомогою інших методів.

Перевага анкетування в тому, що воно є порівняно економним методом збору даних, дає змогу їх аналізувати й обробляти за допомогою статистики. Особливо ефективний цей метод при масових опитуваннях.

### **Метод рейтингу**

Полягає в оцінюванні діяльності, її окремих аспектів компетентними експертами, здатними вирішувати творчі завдання, контролювати процес експертизи, виявляти наукову об'єктивність, аналітичність, широту і конструктивність мислення, самокритичність, мати власну думку і вміти її обстоювати. За допомогою рейтингу відбувається первинна класифікація соціально-психологічних об'єктів за ступенем вираження загальної для них властивості — експертних оцінок.

Рейтинг є основою для побудови найрізноманітніших шкал оцінок. Використовують його при оцінюванні популярності окремих учнів, значущості їх моральних якостей, престижності професій тощо. Наприклад: «Вкажіть по порядку, кому з Вашого колективу Ви довірили б серйозну справу передусім, у другу чергу, у третю чергу і т. д.?».

### **Метод узагальнених незалежних характеристик**

Розроблений російським психологом К. Платоновим. Передбачає узагальнення відомостей про учнів, одержаних з різних джерел (вчителі, батьки, особи, що спостерігали за учнями у важливих для дослідника ситуаціях, однолітки, друзі), зіставлення цих відомостей, їх осмислення.

При зіставленні незалежних характеристик необхідно зважати на ймовірність існування розбіжностей в оцінках, зумовлені необ'єктивністю, поспішністю, непрофесійністю суджень «експертів». В такому разі з'ясовують причини розбіжностей, аналізують чинники, що зумовили їх.

Різновидом даного методу є педагогічний консилиум. Передбачає колективне обговорення результатів вивчення вихованості учнів (за певною програмою єдиними критеріями), оцінювання конкретних якостей особистості, з'ясування причин можливих відхилень в їх поведінці, вироблення засобів щодо запобігання недоліків.

Дає змогу оцінювати не тільки наявний рівень розвитку конкретних рис особистості, але й динаміку їх.

**Соціометрія** – галузь соціології, яка вивчає міжособистісні взаємини у малих групах кількісними методами, зосереджуючись на внутрігрупових симпатіях і антипатіях; прикладна наука, метод вивчення структури й рівня міжособистісних емоційних зв'язків у групі.

Запровадив її американський соціальний психолог і педіатр Джакоб Морено (1892—1974), маючи на меті не лише вивчення, а й розв'язання проблем у групі. Сучасна соціометрія найчастіше послуговується двома методами — анкетуванням та опитуванням, складеними так, щоб на підставі навіть анонімних відповідей можна було скласти соціоматрицю, яка відобразила б особливості стосунків (симпатії, антипатії) у групі. Соціометричне опитування суттєво відрізняється від інших видів соціологічного опитування передусім тим, що його цікавить не характеристика респондента, а характеристика взаємин між респондентами.

Цей метод застосовують для дослідження міжособистісних стосунків і міжгрупових відносин з метою їх поліпшення. Він дає змогу вивчити особливості неформальних (неофіційних) стосунків, одержуючи соціологічну інформацію, яку іншим шляхом дістати майже неможливо. Грамотне його використання є передумовою для ґрунтовних теоретичних висновків про функціонування і розвиток груп, досягнення очікуваних результатів у формуванні колективів, підвищенні ефективності їх діяльності.

Процедурно соціометрія є поєднанням методики опитування та алгоритмів для спеціального математичного обчислення первинних вимірювань. Взаємини між членами колективу з'ясовують на основі процедур: вибір (бажання індивіда до співробітництва з іншим індивідом); відхилення (небажання співпрацювати з іншим); опускання (залишення одним індивідом іншого поза власною увагою).

Запитання соціометричної анкети містять так звані соціометричні критерії. Вербально його формують так: «Кого б Ви обрали ...?», «Чий думці Ви віддасте перевагу в

ситуації...?», «Хто зумів би Вас переконати ...?» та ін. Соціометричний критерій має: націлювати учасника дослідження на вибір або відхилення іншого учасника групи; бути зрозумілим та цікавим для учасників дослідження; містити в собі пропозиції щодо вибору або відхилення, які формували б у членів групи позитивний емоційно-психологічний ефект; не допускати обмежень щодо вибору одних та відхилення інших учасників групи.

Соціометричні критерії поділяють на два основні класи:

1) комунікативні критерії (соціометричні тести). Використовують для опису, виміру реальних або уявних взаємин у групі, з'ясування ставлення кожного члена групи до свого оточення. («Кого б Ви запросили на день народження?»);

2) гностичні критерії (тести соціальної перцепції; лат. *percipere* — сприймання, у психології — сприйняття). Спрямовані на відображення уявлень людини про своє місце і роль в групі, хто саме її може обрати для вирішення конкретного завдання, а хто — відхилити. («Хто з Вашого класу, на Вашу думку, хотів би запросити Вас на день народження?»).

В обох випадках критерії сформульовані у позитивній формі, тобто орієнтовані на з'ясування вибору. Але існують і заперечні критерії, які фіксують негативне ставлення однієї людини до іншої.

У соціометрії поширені дихотомічні (грец. *dichotomia* — поділ на дві частини) критерії, які дають змогу більш точно з'ясувати взаємини в групі. Наприклад: «Кого з членів Вашого класу Ви запросили б на день народження (позитивна частина критерію), а кого б ні?» (заперечна частина критерію).

За соціометричними критеріями можна визначити розуміння людиною закономірностей щодо взаємин у групі, бачення нею процесів спілкування між учасниками цієї групи.

У процесі соціометричного дослідження складають соціограму — графічне відображення математичної обробки результатів, отриманих за допомогою соціометричного тесту. Соціограма наочно відображає взаємні симпатії та антипатії, наявність соціометричних «зірок» (осіб, яких обирає більшість опитуваних), «паріїв» (осіб, від яких усі відвертаються) та проміжні ланки між цими полюсами. Вона дає змогу побачити структуру взаємин у групі, робити припущення щодо стилів лідерства, ступеня організованості групи загалом.

Соціометрію використовують разом з іншими методами, оскільки вона не розкриває мотивів взаємин у групі, а лише відображає їх загальну картину.

Серед методів збору первинної соціальної інформації найпопулярнішим є метод опитування, який у багатьох людей асоціюється саме із соціологією. Опитування — метод збору соціальної інформації про досліджуваний об'єкт під час безпосереднього (інтерв'ю) чи опосередкованого (анкетування) 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.

При опитуванні надто важливою є взаємодія соціолога та опитуваного. Дослідник втручається у поведінку респондента, що, звичайно, не може не позначитися на результатах дослідження. Інформація, одержана від респондентів за допомогою опитування, відображає реальність тільки в тому аспекті, в якому вона існує в свідомості опитуваних. Тому завжди слід враховувати можливе спотворення інформації при застосуванні опитування, що пов'язано з особливостями процесу відображення різних аспектів соціальної практики у свідомості людей.



**Опитування як метод збору соціологічної інформації.** Плануючи збір інформації методом опитування, слід брати до уваги й умови, які можуть впливати на її якість. Однак зважити на всі обставини практично неможливо. Тому умови, не взяті до уваги, належать до випадкових чинників. Ними, наприклад, можуть бути місце і обставини проведення опитування. Ступінь незалежності інформації від впливу випадкових чинників, тобто її стійкість, називається надійністю інформації. Вона залежить від здатності суб'єкта давати одні й ті ж відповіді на одні й ті самі запитання, визначається незмінністю цих запитань і варіантів відповідей на них для всієї обраної сукупності респондентів або кожної з її груп. Для підвищення надійності інформації слід дбати про незмінність якомога більшої кількості умов збору інформації: місцевих обставин опитування, порядку формулювання запитань і відповідей на них, впливів дослідників на респондентів у процесі спілкування.

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;
- д) зміг адекватно висловитися.

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

Якість первинної соціологічної інформації значною мірою залежить від вимірювального інструменту – соціологічного питальника (бланк інтерв'ю, анкета). Критеріями їх оцінки є стійкість і обґрунтованість. 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. Обґрунтований інструмент вимірювання повинен бути стабільним. Перевірка якості вимірювального інструменту є складною, трудомісткою, але необхідною процедурою. Без неї не можливо визначити наукову значущість одержаних результатів.

Щодо достовірності зібраної інформації опитування передбачає такі основні фази:

- а) адаптацію;
- б) досягнення поставленої мети;
- в) завершення опитування.

Кожне опитування починається з фази адаптації, під час якої у респондента створюють мотивацію до відповіді на запитання і готують його до дослідження. Фаза адаптації складається із звернення і декількох перших запитань. Звернення є зав'язкою, початком опитування. Щоб респондент зміг надати потрібну інформацію, необхідно підготувати його до цього: пояснити зміст питальника, мету опитування, при роботі з анкетною – правила її заповнення, і, поступово ставлячи запитання, підвести його до теми дослідження. Основне завдання – встановити контакт з респондентом, «зав'язати розмову». Тому нерідко соціолог формулює спершу запитання, відповіді на які не дають пов'язаної з темою дослідження інформації, але залучають опитуваного до розмови. Складніше сформувати в опитуваних мотивацію до участі у дослідженні. Для цього необхідно їх зацікавити, зачепивши актуальні життєві проблеми. Формулювання мети дослідження, пояснення можливості використання його результатів для задоволення потреб респондентів — все це актуалізує участь в опитуванні, стимулює прагнення респондента надати достовірну інформацію.

Однак дослідження не завжди пов'язані з потребами опитуваних. Так, при опитуванні експертів звернення повинно відповідати таким мотивам, як престижні міркування, прагнення принести користь іншим. До опитуваного звертаються як до компетентного спеціаліста, експерта з досліджуваної проблеми. На вірогідність одержаної в процесі опитування інформації впливає побоювання респондента, що його відверті відповіді стануть відомими іншим людям,

керівництву і будуть використані йому на шкоду. Анонімне опитування зменшує вплив цього чинника і підвищує достовірність соціологічних даних.

#### **4. Розробка стратегічного плану дослідження.**

Відповідно до мети і завдань дослідження, обізнаності щодо досліджуваного об'єкта виробляють конкретну стратегію пошуку — план соціологічного дослідження (пошуковий, описовий, експериментальний), який визначає послідовність, спрямованість операцій на досягнення поставленої мети.

**Пошуковий план.** Використовують за відсутності чіткого уявлення щодо проблеми або об'єкта дослідження. Головна мета його полягає в націленні роботи дослідника на з'ясування проблемної ситуації, визначення контурів об'єкта дослідження, формулювання мети, завдання, вироблення гіпотез. Пошуковий план передбачає такі головні етапи роботи: вивчення наукової літератури, документів (допомагає скласти загальне уявлення про досліджувану проблему); опитування експертів (сприяє доповненню й уточненню проблеми, формулюванню первинних гіпотез); проведення спостережень (визначає проблемну ситуацію і вироблення гіпотез).

**Описовий план.** До нього вдаються, коли наукові знання дають змогу дослідникові визначити об'єкт дослідження, сформулювати описову гіпотезу. Мета такого плану — перевірити гіпотезу, отримати кількісно-якісні характеристики досліджуваного об'єкта. Описовий план передбачає, окрім процедур, які використовують при розробці пошукового плану (вивчення наукової літератури, опитування експертів, проведення спостережень), застосування додаткових дослідницьких засобів (проведення соціологічного дослідження, статистичний аналіз отриманих даних).

**Експериментальний план.** Він є ефективним тоді, коли знань про об'єкт дослідження достатньо для формулювання пояснюючої гіпотези. Мета його полягає у встановленні механізмів функціонування і розвитку об'єкта.

#### **5. Розробка методичного плану дослідження.**

Методична частина програми має на меті організацію і впорядкування методів збирання, аналізу первинної соціологічної інформації, описання методичних і технічних прийомів, які використовуватимуть для здобуття соціологічної інформації, необхідної для перевірки загальної концепції дослідження. При цьому найчастіше застосовують такі терміни: первинна соціологічна інформація, метод, методика, техніка, процедура.

**Первинна соціологічна інформація** — дані, отримані під час соціологічного дослідження, які підлягають подальшій обробці й узагальненню.

До них належать відповіді респондентів, нотатки спостерігача у картках спостереження, матеріали, здобуті шляхом аналізу документів, цифровий матеріал тощо.

**Метод** — головний спосіб, який дослідник застосовує для збирання, обробки та аналізу даних.

**Методика** — послідовна і взаємозалежна сукупність технічних прийомів, операцій, пов'язаних із конкретним методом.

**Техніка** — сукупність спеціальних прийомів для ефективного використання певного методу.

Передбачає прийоми, які сприяють підвищенню надійності первинної інформації, проведення за потреби якісного і кількісного вирівнювання (ремонт) вибірки.

**Процедура** — загальна система дій дослідника, засоби організації та проведення дослідження, послідовність операцій тощо.

Оскільки соціологічне дослідження охоплює значну кількість операцій, конкретних процедур, специфічних технологій, важливо, щоб усі вони були чітко визначені, детально описані, логічно взаємопов'язані. Цьому сприяє робочий план, який розробляють поряд з програмою та організаційно-методичним планом соціологічного дослідження. Завдання його полягає у

впорядкуванні відповідно до програми основних етапів, термінів дослідження, використання матеріальних і людських ресурсів. Робочий план передбачає такі види робіт:

- обговорення і затвердження програми та інструментарію дослідження;
- розробку проекту вибірки і схеми її коригування;
- складання інструкцій для групи, яка збиратиме первинну інформацію;
- тиражування методичного матеріалу та інструментарію для проведення пілотного (пробного) дослідження;
- проведення пілотного (пробного) дослідження, спрямованого на опанування методики збору первинних даних, випробування розробленого інструментарію;
- аналіз результатів пілотного (пробного) дослідження, внесення за його результатами коректив у програму, методичні документи та інструментарій;
- тиражування методичного матеріалу та інструментарію для проведення масового збирання соціологічної інформації;
- формування групи збирання первинної інформації та проведення відповідного інструктажу;
- остаточне вирішення організаційних питань щодо проведення масового дослідження;
- проведення польового дослідження для отримання первинних даних;
- складання інструкції щодо підготовки первинної інформації до обробки (перевірка зібраного матеріалу, редагування, кодування тощо);
- розробку аналітичних завдань для комп'ютера;
- введення первинної інформації до комп'ютера та її обробку;
- побудову таблиць, проведення математичних обчислень, перевірка гіпотез, проведення математичних розрахунків із застосуванням різних видів аналізу — регресійного, факторного, кластерного тощо;
- аналіз результатів дослідження і підготовку попереднього звіту;
- обговорення попереднього звіту, його висновків і рекомендацій;
- доопрацювання і затвердження остаточного звіту про дослідження, впровадження вироблених рекомендацій.

Для забезпечення своєчасного виконання цих робіт робочий план також встановлює строки й осіб, відповідальних за проведення дослідження.