

**Чернігівський національний педагогічний університет
імені Т. Г. Шевченка**

Психолого-педагогічний факультет

Кафедра українознавства, політології і соціології

ГАПОНЕНКО Д. І.

МЕТОДИ ЗБОРУ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

**методичні поради і плани семінарських занять
для студентів спеціальності „соціологія”
(підготовка бакалаврів)**

Чернігів – 2013

УДК 316.774 (072)
ББК С5в6
Г 19

Г 19 Гапоненко Д. Методи збору соціологічної інформації: методичні поради і плани семінарських занять для студентів спеціальності „соціологія” (підготовка бакалаврів) / Д. Гапоненко. – Чернігів: ЧНПУ, 2013. – 88 с.

ББК С5в6
УДК 316.774 (072)

Рецензенти: *Половець В. М.*,
доктор історичних наук, професор,
зав. кафедри українознавства, політології і
соціології;

Скребець В. О.,
доктор психологічних наук, професор,
зав. кафедри екологічної психології
та психічного здоров'я.

Рекомендовано до друку рішенням
ради психолого-педагогічного факультету
Чернігівського національного педагогічного
університету імені Т. Г. Шевченка
(протокол № 2 від 30 вересня 2013 р.)

ЗМІСТ

Передмова	4
Орієнтовний тематичний план	5
Тематика семінарських занять і завдання для самостійної роботи .	6
Список літератури	81
Перелік питань до екзамену з навчального курсу „Методи збору соціологічної інформації”	85

ПЕРЕДМОВА

Курс „Методи збору соціологічної інформації” є нормативною навчальною дисципліною для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня „бакалавр” спеціальності „Соціологія”.

Вивчення даного курсу є базою для засвоєння таких предметів, як „Методологія соціологічних досліджень”, „Програмування соціологічних досліджень”, „Організація та методи вибіркового дослідження” тощо.

Викладання дисципліни сприятиме підготовці майбутніх фахівців у галузі емпіричної соціології і спрямоване на ознайомлення студентів з основними методами збору первинної соціологічної інформації, сферами їх можливого застосування, пізнавальними можливостями, а також вимогами до використання в ході польового етапу дослідження.

Семінарські і самостійні роботи є однією з основних форм роботи студентів вищих навчальних закладів під час вивчення вказаного курсу, в ході виконання яких вони мають отримати наступні уміння і навички:

- чітко обирати основний метод збору соціологічної інформації у залежності від мети і завдань дослідження;
- знаходити компроміс між необхідною точністю інформації і наявними людськими і матеріальними ресурсами;
- проектувати інструментарій кожного окремого методу (анкету, питальник, бланки спостереження і контент-аналізу тощо);
- готувати польову документацію (інструкції для інтерв'юерів, щоденники, картки обліку тощо);
- виправляти можливі помилки, що можуть виникнути під час збору інформації.

У розробці визначена тематика семінарських занять, завдань для самостійної роботи, методичні рекомендації до їх виконання і література. Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену наприкінці IV семестру.

Усі матеріали підготовлені з урахуванням вимог Міністерства освіти і науки України до програми дисципліни „Методи збору соціологічної інформації”. Навчальний курс розроблений і апробований у Чернігівському національному педагогічному університеті імені Т. Г. Шевченка.

ОРІЄНТОВНИЙ ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Всього – 324 год., лекц. – 48 год., сем. – 60 год.,
самост. роб. – 216 год.

№ з/п	Теми	Лекції	Семінари	Самост. робота
1.	Загальна характеристика методів збору соціологічної інформації	2	2	4
2.	Метод опитування	2	2	8
3.	Питання як інструмент збору інформації. Види питань	2	6	24
4.	Анкетне опитування	2	4	12
5.	Поштове опитування	2	2	12
6.	Пресове опитування	2	2	4
7.	Загальна характеристика соціологічного інтерв'ю	2	4	12
8.	Телефонне опитування	2	2	8
9.	Експертне опитування	2	4	16
10.	Інтернет опитування	2	2	4
11.	Соціометричне опитування.	4	4	22
12.	Аналіз документів	4	4	16
13.	Контент-аналіз	4	4	20
14.	Спостереження	4	4	10
15.	Соціологічний експеримент	2	2	8
16.	Особливості використання тестової процедури	2	2	4
17.	Загальна характеристика якісних методів збору соціологічної інформації	2	2	4
18.	Фокус-група	2	4	16
19.	Обробка, аналіз і узагальнення первинної соціологічної інформації	4	4	12
	Всього годин:	48	60	216

ТЕМАТИКА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ І ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема 1. Загальна характеристика методів збору соціологічної інформації

План

1. Метод як система правил теоретичної і практичної діяльності соціолога.
2. Поняття методу, техніки, методики, і процедури соціологічного дослідження.
3. Класифікація методів збору соціологічної інформації:
 - а) опитування;
 - б) аналіз документів;
 - в) спостереження;
 - г) експеримент.
4. Особливості кількісних і якісних стратегій збору соціологічної інформації.

Самостійна робота

1. Заповніть порівняльну таблицю методів збору соціологічної інформації.

Методи збору	Переваги	Недоліки
Опитування		
Аналіз документів		
Спостереження		
Експеримент		

Методичні поради

Перше семінарське заняття присвячене загальній характеристиці основних понять і сутнісних характеристик дисципліни „Методи збору соціологічної інформації”. Ретельна підготовка до нього дасть можливість зрозуміти головні напрями і структуру роботи студентів під час подальшого вивчення курсу.

Готуючись до першого питання, слід звернути увагу на визначення такого поняття, як метод, і особливості його використання в соціології. Розкриваючи зміст питання, потрібно мати на увазі необхідність з одного боку дотримання соціологом принципів соціологічної науки і формування соціологічного типу мислення, а з іншого – уміння користуватися правилами і методичними прийомами збирання, обробки і аналізу соціальної інформації різноманітними методами.

Друге питання присвячене розкриттю змісту основних понять, пов'язаних з використанням того чи іншого методу збору соціологічної інформації. В сучасній науковій практиці немає єдиного понятійного апарату щодо характеристики окремих прийомів соціологічного дослідження. Одну і ту саму систему дій деякі автори називають методом, інші – технікою, треті – процедурою чи методикою, а іноді і методологією.

Проте серед більшості соціологів загальноприйнятим є наступний підхід щодо визначення змісту основних понять:

– метод – головний спосіб, який дослідник застосовує для збирання, обробки і аналізу даних;

– техніка – сукупність спеціальних прийомів для ефективного використання певного методу;

– методика – послідовна і взаємозалежна сукупність технічних прийомів і операцій, пов'язаних із конкретним методом, реалізація методу або сукупності методів у відповідності з логікою і теоретичним апаратом дослідження;

– процедура – послідовність усіх операцій, загальна система дій і способів організації дослідження. Це найбільш загальне поняття, що відноситься до системи прийомів збору соціологічної інформації.

На сьогоднішній день у соціологічній науці існує два підходи до класифікації методів збору первинної інформації. Представники першого підходу розділяють методи на чотири основні групи:

1. Опитування – метод прямого і опосередкованого збору інформації у формі відповідей на питання анкети чи безпосереднього спілкування з респондентами.

2. Аналіз документів – метод збору соціологічної інформації, який передбачає використання інформації, зафіксованої у друкованому чи рукописному вигляді, а також зберігається на аналогових і цифрових носіях.

3. Спостереження – метод збору інформації шляхом прямої і безпосередньої реєстрації подій і умов, у яких вони відбуваються.

4. Експеримент – спосіб отримання інформації про кількісні і якісні зміни показників соціального об'єкту в результаті впливу на нього факторів, керованих і контрольованих дослідником.

Другий підхід передбачає розділення усіх можливих методів збору інформації на дві великі групи:

1. Кількісні методи, що використовуються для отримання числових і статистичних даних. Головний акцент робиться на зборі інформації про те, як різні соціальні умови впливають на більшість людей, а також на об'єктивність одержаної інформації. Вони практично не враховують індивідуальний чи суб'єктивний досвід.

2. Якісні методи, що використовуються для отримання даних про особистий досвід і причини соціальної поведінки. При цьому скоріше враховується індивідуальний досвід і почуття, ніж вплив на людей великомасштабних структур.

Література

Батыгин Г. Лекции по методологии социологических исследований. Учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов / Г. Батыгин. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – С. 8 – 13.

Бондаренко А. Социологическое исследование: методика опроса. Учеб. пособие / А. Бондаренко. – Волгоград, 2006. – С. 6 – 10.

Девятко И. Методы социологического исследования / И. Девятко. – Екатеринбург: Изд-во Урал., ун-та, 1998. – С. 4 – 10.

Добренков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 67 – 70.

Ельмеев В. Прикладная социология: Очерки методологии. – 2-е изд., испр. и доп. / В. Ельмеев, В. Овсянников – СПб.: Издательство С.-Петербургского государственного университета, 1999. – С. 129 – 138.

Капитонов Э. Социология XX века / Э. Капитонов. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1996. – С. 412 – 414.

Попова І. Соціологія. Пропедевтичний курс: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І. Попова. – К.: Тандем, 1996. – С. 118 – 141.

Семенова В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / В. Семенова. – М.: Добросвет, 1998. – С. 13 – 14.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 54 – 56, 85 – 88.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 10 – 11.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 53 – 69.

Тема 2. Метод опитування

План

1. Історія становлення методу опитування:
 - а) статистична традиція;
 - б) психологічна традиція.
2. Опитування як метод збору соціологічної інформації.
3. Види опитувань:
 - а) анкетування та його різновиди;
 - б) інтерв'ю та його різновиди;
 - в) соціометричне опитування.
4. Основні вимоги до проектування інструментарію при використанні опитування:
 - а) достовірність інформації;
 - б) стійкість інструменту;
 - в) докази обґрунтованості інструментарію.
5. Фази опитування.

Самостійна робота

1. Скласти зразок питальника, дотримуючись основних фаз опитування, на тему: „Ставлення студентів до навчання”.

Методичні поради

Під час опрацювання першого питання необхідно з'ясувати історичний розвиток методу, оскільки вивчення специфіки соціологічного опитування, його соціальних функцій, пізнавальних можливостей, меж застосування і інтерпретації результатів передбачає аналіз історії становлення методу. Справа в тім, що вона не обмежена виключно межами соціології, а пов'язана з

рядом інших соціальних дисциплін, де традиції опитування формувалися впродовж століть.

Перші відомості про використання опитувань відносяться до стародавньої історії людської цивілізації і пов'язані з установленням чисельності населення, здатного платити податки і носити зброю. Важливим моментом становлення методу було поступове оформлення статистики у самостійну науку і розроблення правил обліку.

Дещо інший шлях був запропонований психологами. Застосування спеціально розроблених питальників для вивчення проявів психіки людини відноситься до кінця ХІХ – початку ХХ ст. Відповіді фіксувалися або у довільній формі, або у вигляді вибору запропонованих варіантів відповідей. Причому друга форма питань отримала найбільше поширення, а тести набули вигляду анкети.

Розглядаючи друге питання, необхідно звернути увагу на загальні особливості методу опитування. Зосередитися на тому, що соціологу часто потрібна інформація про такі явища і процеси, які недоступні для спостереження і не знаходять достатнього відображення у документальних джерелах. Окрім того, варто наголосити, що в основі методу опитування лежить сукупність питань, які пропонуються респонденту, а відповіді на них утворюють необхідну дослідницьку інформацію.

Третє питання присвячене різновидам опитування. Студентам необхідно зупинитися на характеристиці трьох основних його варіантах:

1. Анкетування – різновид опитування, під час якого спілкування між дослідником і респондентом відбувається шляхом опосередкованого заповнення анкети.

2. Інтерв'ю – це дослідницька бесіда, яка передбачає прямий контакт між інтерв'юером і респондентом, і проводиться у відповідності до заздалегідь розробленого плану чи переліку питань.

3. Соціометричне опитування – один із різновидів опитування, який використовують для вивчення зв'язків усередині малих соціальних груп.

Підготовка до четвертого питання потребує опрацювання таких понять, як:

– Достовірність інформації – це якість методу давати інформацію, яка адекватно відображає соціальну реальність у тих характеристиках, які можна виміряти. Для цього необхідно, щоб респондент сприйняв і зрозумів необхідну інформацію, зміг згадати факти минулого, обрав і чітко сформулював власну відповідь і, найголовніше, бажав відповісти на поставлене питання.

– Стійкість інструменту – це ступінь відтворення результатів вимірювання при повторному використанні того ж інструменту на тій самій групі за однакових умов.

– Обґрунтованість інструменту – це ступінь відповідності між зареєстрованими характеристиками в процесі вимірювання і тими характеристиками, які планували виміряти. Загалом докази обґрунтованості можна умовно поділити на дві групи. До першої входять докази того, що конструкція питань сформованого інструменту адекватно відтворює характеристики, що вимірюються, подає саме ту інформацію, яку планували отримати при побудові питань (релевантність, нейтральність, доступність, можливість розрізнення). До другої групи належать докази, пов'язані з вирішенням питання про те, наскільки результати, отримані в ході застосування інструменту, корелюються з інформацією, отриманою за допомогою інших методів (тест по відомій групі, обґрунтованість по співпадінню).

Загалом, опрацьовуючи питання, студенти мають запам'ятати, що точність даних, отриманих у результаті дослідження, залежить від якості методики опитування. При цьому помилки, допущені під час проектування інструменту, як правило, не піддаються виправленню на інших етапах дослідження, тобто дані, зібрані ненадійним інструментарієм, не стануть більш точними від застосування передових методів математичного аналізу, а її інтерпретація не буде мати жодних практичних результатів.

Готуючи відповідь на останнє питання, слід зупинитися на характеристиці наступних фаз опитування: адаптація, досягнення поставленої мети, зняття напруження. Для того щоб респондент зміг дати необхідну інформацію, треба його підготувати –

пояснити зміст питальника, мету опитування, а у випадку анкетування – правила її заповнення. Досвід показує, що якщо респондент вислухав чи прочитав звернення і відповів на перші два-три питання, то в більшості випадків він дасть відповідь на всі інші. Окрему увагу слід приділити питанням мотивації і анонімності. Респонденти можуть не повірити в анонімність опитування, якщо воно розпочинається з демографічних питань. Не менш важливе значення має і завершення опитування.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 68 – 70.

Добренев В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 243 – 261.

Капитонов Э. Социология XX века / Э. Капитонов. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1996. – С. 461 – 485.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 1. – 1990. – С. 7 – 46.

Мягков А. Опросные методы сбора данных: предпочтения респондентов / А. Мягков // Социс. – 2000. – № 8. – С. 98 – 109.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 243 – 247.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 88 – 103.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 167 – 172.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 87 – 96.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 124 – 127.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 228 – 233.

Тема 3. Питання як інструмент збору інформації. Види питань (6 год.)

План

1. Питання і їх роль у зборі первинної соціологічної інформації.
2. Концепції питання (тестова, традиційна, індикаторна, розширена).
3. Види питань:
 - а) питання про факти;
 - б) питання про знання;
 - в) питання про погляди, мотиви і установки;
 - г) основні питання і питання-фільтри;
 - д) контрольні питання;
 - е) навідні питання;
 - ж) функціонально-психологічні питання.
4. Відкриті і закриті питання:
 - а) питання „так – ні”;
 - б) альтернативні питання;
 - в) питання-діалог;
 - г) шкальні питання;
 - д) питання меню;
 - е) напівзакриті питання;
 - ж) відкриті питання
5. Вибір форми і особливості формулювання питань.
6. Послідовність розміщення питань під час розробки інструментарію.

Самостійна робота

1. Сформулювати усі різновиди питань до самостійно обраної проблеми соціологічного дослідження.
2. Обрати дві проблеми соціологічного дослідження і заповнити таблицю:

Постадійне розгортання опитування запропоноване

Дж. Геллапом

Вид питання	Проблема 1	Проблема 2
Питання-фільтр		
Відкрите питання		
Закрите питання		
Напівзакрите питання		
Закрите питання		

Методичні поради

Перше питання семінарського заняття присвячене загальній характеристиці використання питань у соціології як одного з інструментів збору первинної інформації. Студентам необхідно розібратися у великій кількості питань, що використовуються дослідниками. Важливо проаналізувати це різноманіття і визначити, про що можна запитувати у соціологічному дослідженні, а про що не можна за жодних обставин. Це складна справа: потрібно чітко знати, які питання краще використати кому, в яких умовах і в який час їх поставити для того, щоб отримати точну інформацію про досліджуване явище.

У щоденному спілкуванні пізнавальна мета питання є інтуїтивною, включеною в зміст самого питання. Проте при спробі соціолога використати його для спілкування з різними соціально-демографічними групами виникають труднощі. Тому під час розробки питань важливим є розділення і обґрунтування двох його сторін:

- яку інформацію слід отримати за його допомогою;
- як слід запитати, щоб отримати необхідну інформацію.

В залежності від того, як вирішуються ці завдання, розрізняють чотири концепції:

– тестова (психологічна) концепція – передбачає розробку великої кількості питань, які характеризують тільки одну досліджувану змінну;

– традиційна – полягає у збігу пізнавальної мети питання, особливості формулювання, сприйняття респондентом і його бажанні дати достовірну відповідь;

– індикаторна – коли питання задаються не про досліджувану змінну, а про щось інше, що її репрезентує (виступає її індикатором);

– розширена інформаційна концепція – заснована на виділенні трьох елементів у структурі питання: текст питання, спосіб класифікації отриманої відповіді і зв'язок отриманої інформації з досліджуваною змінною.

Процес формулювання питань – це один з найскладніших етапів соціологічного опитування, тому важливе значення має знання основних різновидів питань, без чого неможливо правильно розробити будь-який питальник. Третє питання передбачає не тільки встановлення загальних особливостей кожного окремого виду питань, а також розкриття їх пізнавальних можливостей, способів застосування, розміщення у питальнику тощо.

За формою і технікою заповнення анкети питання поділяються на два основні різновиди – відкриті і закриті. Відкриті питання дають можливість респонденту самостійно сформулювати відповідь, проявити власну індивідуальність тощо. Закриті питання передбачають наявність готових варіантів відповідей, які соціолог розробляє до початку опитування. Розкриваючи зміст питання, студентам необхідно зосередитися не тільки на особливостях закритих і відкритих питань, а й розібратися з процедурою відбору альтернатив. Так, якщо питання „так – ні” передбачає лише дві можливі альтернативи, то інші різновиди закритих питань можуть містити їх довільну кількість і різноманітні варіанти формулювання. Проте завжди слід пам'ятати про головну вимогу до вибору альтернатив – вони повинні мати взаємовиключний характер. Окремо слід звернути увагу на шкальні питання, відповідаючи на які респондент повинен відмітити інтенсивність

певного явища чи процесу, і питання-меню, які дозволяють обирати кілька варіантів відповідей. Якщо немає впевненості в тому, що для вираження власної точки зору респонденту не достатньо запропонованого переліку можливих відповідей, слід застосувати напівзакрите питання. Опрацьовуючи особливості відкритих питань, варто звернути увагу на те, що вони не передбачають можливих відповідей, проте у питальнику необхідно залишити певну кількість вільного місця для відповіді, що допоможе респонденту зорієнтуватися наскільки довгу і змістовну відповідь від нього очікують.

Вивчення п'ятого питання слід розпочати зі з'ясування позитивних і негативних сторін відкритих і закритих питань. Так, найчастіше при обранні типу питань дослідники звертають увагу на їх економічність і надійність, причому другий критерій буде визначальним. Проте на достовірність отриманої інформації впливає не тільки вдалий вибір форми питання, а й їх правильне формулювання.

Розкриваючи зміст останнього питання, студентам варто з'ясувати певні особливості послідовності питань, які визначаються фазами і етапами опитування. Зазвичай питальник починається з контактних питань, потім ідуть змістовні, які послідовно змінюються фільтрами, контактними, контрольними і функціонально-психологічними питаннями, якими і завершується опитування. Проте дана схема є більше рекомендованою, аніж обов'язковою для будь-якого випадку.

Література

Аверьянов Л. Социология: искусство задавать вопросы / Л. Аверьянов. – М.: Марс, 1998. – С. 28 – 125.

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 72 – 78.

Девятко И. Методы социологического исследования / И. Девятко. – Екатеринбург: Изд-во Урал., ун-та, 1998. – С. 81 – 95.

Добренъков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренъков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 281 – 319.

Добренъков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренъков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 431 – 466.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 1. – 1990. – С. 47 – 78.

Мягков А. Влияние известных политических имен в формулировке вопроса на результаты социологического исследования / А. Мягков // Социс. – 2001. – № 3. – С. 94 – 104.

Огрызко-Вевюровский Г. Версии вопроса при исследовании общественного мнения / Г. Огрызко-Вевюровский // Социс. – 2003. – № 6. – С. 96 – 100.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 257 – 262.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 175 – 190.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 127 – 128.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 249 – 276.

Тема 4. Анкетне опитування (4 год.)

План

1. Загальна характеристика анкетного опитування: особливості, переваги і недоліки.
2. Загальні вимоги до складання анкети.
3. Структура анкети:
 - а) композиція;
 - б) технічне оформлення;
 - в) поліграфічні якості.
4. Кодифікація питань.
5. Апробація та доопрацювання анкети.

Самостійна робота

1. Скласти зразок анкети на довільну тему з урахуванням загальних вимог, дотриманням правил композиції, технічного і поліграфічного оформлення.

Методичні поради

Вивчення теми варто розпочати з того, що для анкетного опитування характерна відсутність безпосереднього контакту між дослідником і респондентом, оскільки останній спілкується опосередкованим чином. Відповідно такі особливості формують як значні переваги даного методу порівняно з іншими, так і його недоліки. Загалом, кажучи про переваги анкетування, слід зупинитися на наступних характеристиках: доступність, анонімність, універсальність, оперативність тощо. Що стосується недоліків, то варто виділити суб'єктивний характер відповідей

респондента, що може бути викликаний онтологічними, психологічними і технічними факторами.

Коли соціолог переходить до складання анкети, перед ним постає питання: про що запитувати? Відповідно мова йде про вимоги до складання анкети, серед яких виділяють наступні:

- наявність програми соціологічного дослідження;
- складання анкети в два етапи: початковий і остаточний;
- врахування особливостей досліджуваного об'єкту;
- врахування наявних можливостей і ресурсів для проведення опитування.

Наукова якість отриманої інформації за допомогою анкетного опитування у більшості випадків залежить від того, як скомпонована анкета. Чітко сформульовані і апробовані питання ще не дають стовідсоткової впевненості в отриманні необхідних і, що найголовніше, точних даних. Тому варто звернути увагу на такі особливості побудови анкети, як композиція, технічне оформлення і поліграфія.

Зазвичай композиція анкети розрахованої для масового опитування складається з назви, преамбули, основної частини і соціально-демографічного паспорту (паспортички).

Правильне технічне оформлення передбачає включення до її складу різноманітних вказівок і орієнтирів, уніфіковану нумерацію запитань і відповідей на них, коректне оформлення складних табличних питань, застосування шкал зі значеннями від min до max тощо.

Не менше значення має і поліграфічна якість анкети. У ній мають бути абзаци, курсиви, інтервали, відступи між запитаннями і варіантами відповідей тощо. Тексти запитань і тексти варіантів відповідей повинні мати різний шрифт. Крім того, сірий неякісний папір і невизначений шрифт підсвідомо підштовхують респондента до зневажливого ставлення до опитування.

Після структурного впорядкування загальне формування анкети завершують кодуванням (шифруванням) питань і відповідей на них. З одного боку дана процедура є другорядною і суто технічною операцією, а з іншого – помилки на даному етапі можуть призвести до значних ускладнень під час уведення і обробки інформації. Кодування – це присвоєння числових значень

питанням і відповідям на них з метою впорядкування первинної інформації і створення сприятливих умов для подальшої статистичної обробки.

Соціологічна анкета це текст, викладений у відповідності до певних стилістичних і граматичних норм, а тому під час його формулювання дослідника цікавить те, як респонденти сприймають питання. Зазвичай для цього використовують експертні оцінки розробників анкет і інтерв'юєрів. При цьому перевіряють лексичну і логічну правильність питань і їх відповідність меті і завданням дослідження. Разом з тим анкету необхідно перевірити експериментально в ході пілотажного дослідження. Воно показує більшість недоліків, особливо пов'язаних з формулюванням питань. Один з найточніших показників непридатності питання – велика кількість респондентів, які не відповіли. Слід зазначити, що універсальних рецептів для складання і апробації анкет не існує. У кожній дослідницькій ситуації соціолог самостійно обирає шляхи отримання якісної первинної інформації.

Література

Аверьянов Л. Социология: искусство задавать вопросы / Л. Аверьянов. – М.: Марс, 1998. – С. 132 – 224.

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 70 – 72.

Добренев В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 319 – 373.

Добренев В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 415 – 429.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 263 – 265.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 172 – 175.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 128 – 133.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 263 – 276.

Тема 5. Поштове опитування

План

1. Історія поштового опитування.
2. Загальна характеристика методу:
 - а) можливості застосування;
 - б) особливості оформлення анкети.
3. Способи збільшення відсотка повертання анкет
 - а) повідомлення;
 - б) супровідний лист;
 - в) сигнальна картка;
 - г) нагадування.
4. Переваги та недоліки методу.

Самостійна робота

1. Підготувати анкету для поштового опитування на довільну тему.
2. Розробити допоміжний інструментарій необхідний для збільшення відсотка повернутих листів.

Методичні поради

Поштове опитування – різновид анкетування, ефективний метод заочного збору первинної емпіричної інформації. Він вдало використовується як для вивчення громадської думки населення, так і для отримання експертних оцінок. Розглядаючи перше питання, студентам слід звернути увагу на так звані „солом'яні опитування”, а також переваги даного методу, які спричинили його популярність на початку ХХ ст. у західній соціології, зокрема його використання редакцією журналу „Literary digest”.

Друге питання присвячене основним методологічним проблемам використання поштового опитування. Студентам

необхідно не тільки розібратися у можливостях методу і сферах його застосування для досягнення найкращого результату, а й безпосередніми вимогами, без дотримання яких ефективність використання даного способу збору соціологічної інформації буде доволі низькою. Так, якщо під час інтерв'ю дослідник підстраховує себе, допомагаючи респондентам зрозуміти зміст питань і правила відповіді на них, то при поштовому анкетуванні такої можливості немає. Всі контакти соціолога з опитуваним опосередковуються виключно документами.

Що стосується оформлення анкети, то окрім основних вимог, зазначених у попередній темі, варто звернути увагу на інші особливості:

- на останній сторінці анкети зазвичай розміщують звернення до опитуваного з проханням надати рекомендації з приводу теми дослідження і висловленням вдячності за участь у анкетуванні;

- існує негативний зв'язок між розміром анкети і відсотком повернення.

У третьому питанні мова піде про способи збільшення кількості повернених поштових анкет. Для вдалого проведення опитування досліднику слід розробити цілий ряд документів:

- повідомлення – надсилаються за 3 – 4 дні до відправлення анкет і зазвичай підвищують рівень повернень на 10 – 15 %;

- супровідний лист – надсилається разом з анкетною;

- сигнальна картка – поштова картка, яка висилається разом з анкетною. На картці має бути заповнена адреса дослідницької організації. Заповнивши анкету, опитуваний вписує в сигнальну картку власне прізвище і адресу і висилає її окремо від анкети. Завдяки цьому зберігається анонімність і з'являється можливість дізнатися, кому з респондентів не треба висилати нагадування;

- нагадування – відправляється через 2 – 3 тижні після відправки анкет. У середньому збільшує повернення анкет на 20 %.

В останньому питанні слід зосередитися на перевагах та недоліках методу поштового опитування. Ретельне опрацювання дозволить студентам вільно орієнтуватися у ситуаціях, коли

використання методу буде оптимальним для досягнення поставленої дослідницької мети.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 82 – 91.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 88 – 96.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 1. – 1990. – С. 121 – 137.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 193 – 197.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 276 – 280.

Тема 6. Пресове анкетування

План

1. Особливості застосування.
2. Вимоги до анкети.
3. Переваги і недоліки методу.

Самостійна робота

1. Обрати проблему, вивчення якої буде досяжним шляхом пресового опитування. Обґрунтувати вибір.
2. Розробити пресову анкету з урахуванням вимог застосування даного методу.

Методичні поради

Вивчення першого питання потрібно починати зі з'ясування поняття „пресове анкетування” – це метод заочного опитування, за якого анкета друкується у журналі чи газеті. Найчастіше даний метод використовується для отримання даних про аудиторію читачів і їх ставлення до роботи редакції, рідше – для вивчення громадської думки населення. Через те, що процедура заохочення респондентів у ході пресового опитування, на відміну від поштового, має пасивний характер, то відповідно і кількість повернутих анкет невелика. Дуже рідко в опитуванні приймають участь більше 10 % від загальної аудиторії періодичного видання. Не дивлячись на те, у більшості випадків дослідник буде мати справу з нерепрезентативними даними, це не означає, що використовувати пресове опитування не потрібно. Крім того, вивчаючи його особливості, слід звернути увагу на те, що існують певні прийоми підвищення активності респондентів, які варто опанувати:

– попередня публікація проблемного матеріалу і протилежних точок зору;

- публікація оголошення про заплановане опитування;
- публікація анкети напередодні вихідних.

Готуючись до семінарського заняття, особливу увагу слід приділити розгляду другого питання, оскільки анкета у пресовому опитуванні буде відрізнятися від її класичного варіанту під час масового опитування. У газеті анкету краще друкувати на першій полосі, виділивши її відповідним шрифтом, яскравим заголовком, або додавши фотографію. Якщо це неможливо, то слід на першій полосі розмістити оголошення про опитування з посиланням на відповідну сторінку. В журналі текст анкети можна розмістити на обох сторонах одного аркушу, і тоді читач, вирізавши анкету, не порушить змісту статей. Кількість питань у пресовій анкеті визначається площею, яку для неї виділяє редакція. Зазвичай від 10 до 30 питань.

Останнє питання семінарського заняття, як і у попередній темі, стосується переваг і недоліків пресового опитування з метою формування у студентів чіткого уявлення про можливості даного методу.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 88 – 91.

Добреньков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 254 – 258.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 88 – 96.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 265.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 197 – 199.

Тема 7. Загальна характеристика соціологічного інтерв'ю (4 год.)

План

1. Поняття соціологічного інтерв'ю.
2. Інтерв'юер і вимоги до нього. Відбір і підготовка інтерв'юерів.
3. Респондент і його якості як фактор впливу на результат дослідження:
 - а) зовнішній вигляд;
 - б) щирість;
 - в) зацікавленість інтерв'ю.
4. Ситуація інтерв'ю:
 - а) робоче місце;
 - б) ізольоване приміщення на виробництві;
 - в) місце проживання респондента;
 - г) офіційне приміщення (соціологічна лабораторія);
 - д) нейтральне приміщення;
 - е) вулиця.
5. Переваги та недоліки методу.

Самостійна робота

1. Заповніть таблицю:
Порівняльна характеристика методів анкетування і інтерв'ю

Анкетування	Інтерв'ю

2. Скласти зразок питальника для формалізованого інтерв'ю на довільну тему.
3. Підготувати інструкцію для інтерв'юерів.

Методичні поради

Інтерв'ю – це метод опитування, який являє собою усну бесіду між двома індивідами, які переслідують різні цілі. У першому питанні студентам слід розібратися з поняттям „інтерв'ю”, оскільки його повсякденне тлумачення суттєво відрізняється від його змісту в соціології. Тому сучасні дослідники для позначення даного методу використовують термін „наукове інтерв'ю” – це метод отримання інформації від людини у ході живого діалогу, згідно якого спеціально підготовлений інтерв'юер задає питання, керуючись певною метою і комунікативною тактикою.

Інтерв'юер у ході інтерв'ю виконує роль оператора, який забезпечує зв'язок між питальником і респондентом, а тому від нього залежать такі складові якості первинної інформації, як:

- дотримання точності вибіркових процедур;
- встановлення контакту з респондентом;
- забезпечення однакової ситуації інтерв'ю для всіх опитуваних;
- адаптація питальника у відповідності до обставин тощо.

Відповідно при розгляді цього питання слід детально зупинитися на вимогах, які ставляться до інтерв'юерів у залежності від різновиду інтерв'ю, місця його проведення і цільової аудиторії, серед них:

- соціально-демографічні характеристики;
- освіта;
- психологічні і моральні якості.

Окрім того, доволі складною процедурою є процес відбору і підготовки майбутніх інтерв'юерів, а тому при підготовці відповіді на питання слід вивчити закордонний досвід і врахувати можливості його застосування в сучасних умовах в Україні.

Третє питання тісно перегинається з попереднім, оскільки вибір респондента у більшості випадків залежить від інтерв'юера.

Відповідно від уміння обрати необхідного співбесідника буде залежати зміст отриманої інформації. В першу чергу, слід звертати увагу на зовнішній вигляд респондента, це може дати інформацію про його функціональні, психічні, психологічні і соціальні якості. Не менше значення має і щирість респондента, під якою розуміють відповідність тверджень респондента з його реальними поглядами на ситуацію чи досліджуване явище. Звичайно неможливо створити такі обставини, за яких була б гарантована стовідсоткова щирість респондента, проте можна зменшити дію факторів, що впливають на відвертість спілкування до мінімуму. Найголовніше, що має завжди пам'ятати дослідник – щирість відповідей безпосередньо пов'язана з анонімністю. Що стосується зацікавленості респондента в участі в опитуванні, то це також важлива характеристика, яка веде до активності респондента під час відповідей і відповідно позитивно впливає на якість інформації.

Готуючись до четвертого питання, студентам слід зосередитися на тому, що доведеним є той факт, що вчинки людини багато в чому залежать від того, як вона оцінює ситуацію, у якій діє. Поведінка людини являє собою пристосування до ситуації, а тому дана обставина відноситься до процесу інтерв'ювання. У цьому питанні для розгляду студентам запропоновані різні ситуації, які бажано проаналізувати з позиції переваг, недоліків і способів мінімізації негативних факторів.

Останнє питання традиційно передбачає узагальнення вивченого матеріалу, виділення переваг і недоліків методу інтерв'ю.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 79 – 82.

Добренев В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 415 – 449.

Добренъков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренъков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 275 – 312.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 97 – 107.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 1. – 1990. – С. 94 – 112.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 265 – 272.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 202 – 213.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 128 – 132.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 280 – 294.

Тема 8. Телефонне опитування

План

1. Загальна характеристика телефонного опитування.
2. Переваги методу.
3. Основні недоліки і способи їх подолання.
4. Вимоги до застосування методу телефонного опитування.
5. Особливості бланку телефонного інтерв'ю.

Самостійна робота

1. Вивчити карту м. Чернігова і скласти перелік мікрорайонів і вулиць компактного проживання населення.
2. Скласти бланк телефонного опитування на довільну тему.

Методичні поради

Телефонне опитування – це специфічний синтез анкетування і інтерв'ю, який використовується, як правило, в межах одного населеного пункту. Разом з тим слід пам'ятати, що якісне використання даного методу можливе лише за умови високого рівня телефонізації населення. Опитування по телефону популярне в діяльності засобів масової інформації, у вивченні громадської думки, мотивів підприємницької діяльності тощо. Телефонне опитування суттєво відрізняється від звичайного інтерв'ю і вимагає спеціальної підготовки інтерв'юера. Оскільки для його проведення потрібно добре володіти мовою, уміннями опосередковано відчувати настрій респондента та утримувати його увагу.

Вивчаючи переваги телефонного опитування студентам бажано зупинитися на наступних аспектах:

– оперативність (швидке встановлення контакту з респондентом, відсутність етапу тиражування польової документації тощо);

- наявність контролю над респондентом;
- мінімальний вплив інтерв'юера;
- низька собівартість;
- високий рівень конфіденційності.

Також переваги телефонного опитування особливо відчутні під час з'ясування суспільної думки відносно останніх подій, „по гарячих слідах”, при тестуванні реклами, у маркетингових дослідженнях тощо.

Разом з тим телефонне опитування має чимало недоліків, які більшість дослідників вважає настільки суттєвими, що вони перекривають усі його переваги, проте існують способи їх подолання, що звичайно дає соціологам можливість успішно використовувати даний метод. Основним недоліком телефонного опитування є складність витримати репрезентативність вибірки, яка прямо пропорційно залежить від рівня телефонізації населеного пункту. Сюди ж слід віднести і доволі високий відсоток відмов приймати участь в опитуванні, а також небажання багатьох абонентів вносити власні дані до телефонних довідників. Іншим, не менш важливим недоліком, є невідвертість відповідей. Дослідники неодноразово зазначали, що якість і достовірність інформації, отриманої по телефону значно менша, ніж при використанні інших методів опитування. Виявилось, що по телефону респонденту легше не тільки відмовитися від інтерв'ю, а й збрехати.

Виходячи з вищезазначеного, для якісного проведення телефонного опитування соціолог має врахувати чимало факторів, а тому у методичній літературі виділяють цілий перелік вимог, виконання яких є обов'язковим під час підготовки і проведення такого різновиду інтерв'ю:

- попереднє вивчення карти міста з метою виявлення місць компактного проживання представників різних соціальних груп;
- розробка спеціального інструментарію;
- наявність телефонних довідників;
- спеціальний тренінг інтерв'юерів;

– обов'язковий контроль за перебігом опитування;
 – перевірка отриманих даних шляхом вибірових контрольних питань опитаних абонентів.

Відповідні вимоги впливають і на загальну процедуру методу: так телефонне опитування повинно тривати в середньому 5 – 10 хв., що в свою чергу визначає зміст бланку інтерв'ю. Запитання мають бути максимально чіткими, лаконічними і зрозумілими для респондентів. Кількість питань також обмежена, але можливе їх збільшення за умови попередньої домовленості з респондентом. Існують твердження, що в бланку інтерв'ю має бути більше відкритих питань, аніж закритих, що зацікавить респондента до продовження дискусії.

Література

Бутенко И. Использование новых технологий при обросах / И. Бутенко // Социс. – 2000. – № 10. – С. 118 – 124.

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 91 – 92.

Добренев В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 438 – 449.

Добренев В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 322 – 335.

Журавлева С. Отказы в телефонных опросах / С. Журавлева // Социологические методы в современной исследовательской практике: Сборник статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А. О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. О. А. Оберемко. – М.: НИУ ВШЭ, 2011. – С. 257 – 261.

Красовский Б. Разговор по телефону / Б. Красовский // Социс. – 2000. – № 2. – С. 110 – 114.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 1. – 1990. – С. 156 – 167.

Мягков А. О достоверности ответов респондентов в телефонном интервью (экспериментальное тестирование ряда приемов) / А. Мягков, С. Журавлева // Социс. – 2010. – № 10. – С. 81 – 92.

Рабочая книга социолога. – М.: Издательство «Наука», 1983. – С. 371 – 372.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 193 – 194; 199 – 201.

Тема 9. Експерте опитування (4 год.)

План

1. Зміст, можливості і процедура методу експертних оцінок.
2. Види експертних опитувань:
 - а) письмове, формалізоване і метод незалежних оцінок;
 - б) дельфійська техніка;
 - в) мозковий штурм і мозковий штурм навпаки;
 - г) методи прогнозних сценаріїв і колективного блокноту (банку ідей), КJ і метод неспеціаліста.
3. Методи відбору експертів:
 - а) індивідуальний;
 - б) груповий.
4. Якість інформації експертного опитування.
5. Помилки і труднощі у застосуванні експертного опитування.

Самостійна робота

1. Розробити бланк експертного опитування на тему: „Ставлення студентів до навчання”.
2. Обрати процедуру опитування експертів. Обґрунтувати власний вибір.
3. Скласти розширений і кінцевий список експертів з викладачів Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Пояснити методику відбору.

Методичні поради

Експертне опитування – різновид соціологічного опитування, під час якого респондентами виступає особливий прошарок людей – експертів. Експерт (від лат. *expertus* – досвідчений) – спеціаліст, який робить висновок після розгляду певного питання. Працюючи над темою, слід звернути увагу на те, що від інших форм опитування експертний метод відрізняють декілька важливих особливостей:

- кількість опитуваних: їх завжди менше ніж при анкетуванні чи інтерв'ю;

- якість опитуваних: світогляд, рівень кваліфікації, знання спеціальної сфери у них на порядок вище ніж у звичайних респондентів;

- тип і об'єм інформації: експертне опитування проводиться для отримання спеціальних наукових знань;

- типовість даних: під час масового опитування соціолога цікавить типовість і повторюваність інформації, під час експертного опитування дослідник має справу з унікальністю технічних чи гуманітарних знань експерта;

- програмна функція: первинну інформацію, отриману в ході масового опитування, соціолог використовує для перевірки гіпотез, а після експертного опитування – для того, щоб розібратися у новій сфері соціального життя суспільства.

Види експертного опитування суттєво різняться і мають ряд особливостей переваг і недоліків.

Письмове опитування – полягає в тому, що експертам розсилають або роздають спеціально підготовлені опитувальні бланки, на яких вони мають викласти власні позиції з приводу запропонованих питань.

Формалізоване опитування експертів представляє собою звичайне анкетування з питаннями сформульованими як у відкритій, так і закритій формі.

Метод незалежних оцінок дозволяє дати узагальнену оцінку одного явища, інформація про яке потрапляє з різних джерел.

Однією з найбільш поширених процедур проведення експертного опитування є дельфійська техніка. Метод передбачає опитування експертів у кілька турів, обробку результатів кожного туру, інформування учасників про отримані результати і потім повторення тої самої процедури.

Метод мозкового штурму вважається найбільш відомим методом колективного прийняття рішень. Він представляє собою вільний процес створення власних ідей навколо завданої теми.

Метод мозкового штурму навпаки нагадує звичайний мозковий штурм, проте під час його проведення можна висловлювати критичні зауваження.

Метод прогнозних сценаріїв – це вірогідний опис картини майбутнього, складений на основі компетентних технічних суджень. Один прогноз зазвичай включає кілька сценаріїв: оптимістичний, песимістичний і проміжний (найбільш вірогідний).

Метод колективного блокноту („банку” ідей) – заснований на поєднанні незалежного висування ідей кожним експертом з їх подальшою колективною оцінкою.

Метод КJ – полягає в тому, що працівників компанії просять написати власні побажання з приводу поліпшення виробничого процесу. Отримані дані аналізують і на основі суми ідей формується загальна картина перспективи розвитку компанії і її підрозділів.

Метод неспеціаліста полягає в тому, що вирішення проблеми пропонується особам, які ніколи нею не займалися, проте є спеціалістами у суміжних сферах.

Одне із складних питань цієї теми присвячене процедурі відбору експертів. Для цього на першому етапі в якості критеріїв слід використовувати дві ознаки: сферу діяльності і стаж роботи. За необхідності враховуються також рівень освіти, досвід, вік тощо. Перший список експертів може бути доволі великим, але надалі його слід зменшити. Проте весь час розуміти, що центральний критерій відбору експертів – компетентність. Для його визначення використовують два методи: самооцінка експертів і колективна оцінка авторитетності експертів.

Якість інформації, отриманої від експерта, залежить від компетентності експертів і складності вирішуваної проблеми. Існує

чимало причин, через які експерт не може повністю реалізувати свій творчий потенціал:

- ідентифікація судження з його джерелом – природній компонент сприйняття людини людиною. Значно зменшується при відсутності безпосереднього контакту між експертами;

- центробіжний тиск виникає через особливість людей зміщувати власні судження у бік нейтральної середини;

- схильність до домінування – може виникати у експертів, які не є визнаними лідерами;

- нестійкість ідеї, яка формується, характерна для більшості експертів на етапі знайомства з об'єктом і його первинного оцінювання. Висловлене у цей момент необгрунтоване судження може бути сприйняте іншими як бажана підказка.

Через складність процедури експертного опитування досліднику важко врахувати усі фактори, що впливають на якість його проведення, а тому слід звернути увагу на найпоширеніші з них:

- нечітке визначення мети експертизи;

- неефективне використання експертів;

- недостатньо ретельний підбір експертів;

- експерти не проявляють інтересу до експертизи;

- інструментарій експертизи не був апробований;

- експерти відчують труднощі у застосуванні техніки експертизи;

- виникли труднощі інтерпретації результатів через значні розбіжності відповідей;

- у ході експертизи отримано чимало кількісних оцінок, проте не приділено належної уваги їх аргументації;

- намагання пришвидшити опитування призвело до поверхневого аналізу проблеми;

- надмірний оптимізм в оцінці результатів опитування.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 137 – 146.

Добреньков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 487 – 505.

Добреньков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 261 – 275.

Ельмеев В. Прикладная социология: Очерки методологии. – 2-е изд., испр. и доп. / В. Ельмеев, В. Овсянников – СПб.: Издательство С.-Петербургского государственного университета, 1999. – С. 197 – 214.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 133 – 145.

Орлов А. Экспертные оценки: учебное пособие / А. Орлов. – М., 2002. – 32 с.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 103 – 106.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 238 – 247.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 107 – 127.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 134 – 136.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 276 – 280.

Тема 10. Інтернет-опитування

План

1. Інтернет як засіб масової комунікації.
2. Формування українського сегменту мережі Інтернет і його сучасне становище.
3. Інтернет-опитування як метод збору соціологічної інформації.
4. Різновиди Інтернет-опитувань:
 - а) e-mail-анкетування;
 - б) newsgroups;
 - в) Інтернет-форуми;
 - г) Web-сторінка;
 - д) Web-питальник;
 - е) електронні фокус-групи.
5. Переваги та недоліки методу.

Самостійна робота

1. Провести оцінку покриття мережі Інтернет у Чернігівській області.
2. Скласти анкету на довільну тему для Інтернет опитування.

Методичні поради

Перше питання семінарського заняття присвячене загальній характеристиці надзвичайно важливого елементу сучасного суспільного життя – Інтернету. Варто звернути увагу на історію виникнення і особливості проникнення у соціальну сферу, а відповідно і необхідність як вивчення самого явища Інтернет за допомогою соціології, так і використання Мережі для вивчення

суспільних явищ і процесів, що входять до предметної сфери соціології.

Окремо слід розглянути формування українського сегменту Інтернет і його сучасне становище. Особливо це стосується обміну і поширення інформації серед населення. Неформально український сегмент мережі Інтернет почав формуватися з кінця 1990 р., а офіційно домен UA було зареєстровано у грудні 1992 р. Не дивлячись на те, що Україна значно відстає від розвинених країн за всіма показниками, які характеризують рівень розвитку і поширення Інтернету, спостерігається достатньо висока динаміка його зростання впродовж останніх років, причому вагомим підстав очікувати кардинального зламу даної тенденції у середньостроковій перспективі немає.

У третьому питанні варто зосередитися на загальній характеристиці і можливостях Інтернет-опитування оскільки загальні тенденції розвитку методів збору соціологічної інформації в Україні збігаються із загальносвітовими у бік невпинного зростання он-лайн опитувань. Проте їх швидкість значно нижча, ніж у розвинених країнах, які традиційно тримають першість у світовій соціології.

Наступне питання присвячене різновидам Інтернет-опитувань і їх застосуванню. Серед найбільш поширених різновидів методу можна виділити наступні:

- e-mail-анкетування – мало чим відрізняється від традиційного опитування, коли невеликі за обсягом анкети розсилаються респондентам. Різниця лише в тому, що для цього використовується e-mail;

- newsgroups – розміщення анкет у групах новин, створених для обговорення певних проблем і залучення значної аудиторії;

- Інтернет-форуми – використання окремих тематичних сторінок для вивчення специфічної чи цільової аудиторії;

- Web-сторінки – це звичайна текстова анкета, тільки у HTML-форматі, яка розміщується на певному сайті;

- Web-питальник – збір даних за допомогою спеціальної програми, яка розміщується на сайті і містить кілька сторінок;

– електронні фокус-групи – якісний метод збору соціологічної інформації. Респонденти через Інтернет підключаються до сеансу дискусії, знаходять на екранах моніторів запропоновані модератором питання і потім вводять власні відповіді.

Останнє питання традиційно присвячене визначенню позитивних і негативних сторін методу. У даній темі цей аспект особливо актуальний з огляду на відсутність значного досвіду використання даної процедури на теренах України і брак методичної літератури.

Література

Бутенко И. Использование новых технологий при обросах / И. Бутенко // Социс. – 2000. – № 10. – С. 118 – 124.

Динаміка проникнення Інтернету в Україні // <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=80>.

Карпенко В. Дослідження ринку користувачів Інтернет-послуг в Україні / В. Карпенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Т. 1. – №. 4. – С. 185 – 189.

Корытникова Н. Социологическая интерпретация Интернет – коммуникации и проблема методологии анализа / Н. Корытникова // Методологія, теорія і практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць: у 2-х т. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 2006.

Т. 2. – 2006. – С. 352 – 355.

Корытникова Н. Тип выборки и технология сбора данных в онлайн-опросе (на примере исследования отношения украинских пользователей к Интернет-взаимодействию с органами власти) / Н. Корытникова // Соціологічні дослідження: збірник наукових праць. – 2008. – № 7.

Красновський О. Жакливо і прекрасно: онлайн дослідження в Україні / О. Красновський, Н. Харченко // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 3. – С. 14 – 21.

Прохоренко Е. Технокультура как разновидность молодежной субкультуры/ Е. Прохоренко // Методологія, теорія і

практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць: у 2-х т. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 2006.

Т. 2. – 2006. – С. 348 – 351.

Филиппова Т. Социология в Интернете / Т. Филиппова // Социс. – 2000. – № 5. – С. 131 – 137.

Филиппова Т. Интернет как инструмент социологического исследования / Т. Филиппова // Социс. – 2001. – № 9. – С. 115 – 122.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 145 – 148.

Тема 11. Соціометричне опитування (4 год.)

План

1. Історія соціометрії.
2. Загальна характеристика методу соціометрії.
3. Соціометричні критерії:
 - а) виробничі;
 - б) невиробничі;
 - в) соціальні.
4. Соціометричні індекси:
 - а) індивідуальні;
 - б) групові.
5. Зображення соціометричних даних:
 - а) соціограма;
 - б) соціоматриця.

Самостійна робота

1. Обрати проблему дослідження і провести соціометричне опитування у студентській групі.
2. Результати опитування представити у вигляді соціограми і соціоматриці.

Методичні поради

Соціометрія – це галузь соціально-психологічних і соціологічних досліджень міжособистісних відносин у малих групах, які здійснюються за допомогою кількісних методів. У терміна є й інше значення, яке відображає його формування і розвиток наприкінці XIX – початку XX ст., коли соціометрія розглядалася як спосіб вимірювання емоційного ставлення і

впливу одних людей на інших. Проте залучення і адаптація соціометрії до вивчення малих соціальних груп пов'язана з ім'ям Дж. Морено (1892 – 1974).

Соціометричне опитування – метод збору соціологічної інформації, спрямований на вивчення внутрішньогрупових зв'язків шляхом з'ясування взаємовідносин між членами групи. Цей метод застосовують для дослідження міжособистісних стосунків і міжгрупових відносин з метою їх поліпшення. Він дає змогу соціологу вивчити склад малих соціальних груп, особливо у розрізі неофіційних стосунків, одержуючи соціологічну інформацію, яку отримати іншим шляхом практично неможливо.

Для цього використовуються соціометричні критерії – конкретні ситуації, орієнтуючись на які респондент робить вибір. Такі критерії формуються у вигляді питань і заносяться до соціометричної картки. Загалом дослідники поділяють критерії на:

- виробничі (відношення на рівні трудової діяльності);
- невиробничі (використання вільного часу і відпочинку);
- соціальні (вибір партнерів для спільної роботи).

Окрім цього соціометричні критерії поділяються на позитивні (передбачає об'єднання людей для спільної діяльності), негативні (коли люди не бажають співпрацювати один з одним), подвійні (передбачають можливість рівності партнерів) і одинарні (коли між опитуваними є певна нерівність).

Для кількісного вимірювання міжособистісних відносин використовуються соціометричні індекси. Вони дозволяють зобразити результати опитування. Розрізняють індивідуальні і групові індекси. Перші характеризують індивідуальні соціально-психологічні якості особистості як члена малої соціальної групи. Другі – дають числові характеристики цілісної соціометричної конфігурації виборів у групі.

Результати опитування заносять у соціоматрицю, яка компактно подає первинну інформацію і спрощує математичне опрацювання зібраних даних. Соціоматриця – це таблиця, в якій у рядках розмішують відповіді кожного з членів групи. У горизонтальних рядках, хто обирає, у вертикальних – кого обирають. Кількість рядків відповідає кількості членів колективу. Візуальне зображення взаємин у колективі, виявлених на основі

вибору, називають соціограмою, за допомогою якої дослідник бачить стосунки в колективі. Тут відразу видно, хто в ньому лідер, а хто перебуває в ізоляції.

Література

Бондаренко А. Социологическое исследование: методика опроса. Учеб. пособие / А. Бондаренко. – Волгоград, 2006. – С. 27 – 35.

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 169 – 182.

Добренев В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 642 – 655.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 156 – 169.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 1. – 1990. – С. 138 – 155.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 278 – 294.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 148 – 157.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 221 – 237.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 96 – 107.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 311 – 319.

Тема 12. Аналіз документів (4 год.)

План

1. Документ як об'єкт аналізу.
2. Класифікація документів у соціології.
3. Загальна характеристика письмових документів:
 - а) архівні документи;
 - б) статистична звітність;
 - в) преса і наукові публікації;
 - г) особисті документи.
4. Іконографічні і фонетичні документи.
5. Особливості відбору документів.
6. Традиційний аналіз документальної інформації:
 - а) внутрішній аналіз;
 - б) зовнішній аналіз.

Самостійна робота.

1. Провести традиційний аналіз документу за схемою запропонованою у лекції.

Методичні поради

Документ – це матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді за встановленими формами і правилами інформацію, необхідну для науково-дослідних і практичних цілей. У документах містяться відомості про об'єктивну дійсність, а їх вивчення передбачає відтворення і розуміння того, як текст співвідноситься з реальною ситуацією. У будь-якому суспільстві існують документи. Вони дають соціологу як об'єктивно

перевіряємі факти, так і закріплені у них прояви суспільної свідомості. Реконструкція минулих соціальних змін, що відбувається на основі аналізу документів, теоретична інтерпретація і порівняльний аналіз різноманітних документальних джерел дозволяють досліднику знайти і сформулювати закономірності виникнення нових соціальних явищ у ході історичного процесу.

Під час вивчення даної теми студентам слід виділити основні критерії поділу і види документів:

- за технікою фіксації (письмові, іконографічні, фонетичні, комп'ютерні);
- за авторством (офіційні і особові);
- за ступенем наближення до зафіксованого матеріалу (первинні і вторинні);
- за мотивами створення (спровоковані і не спровоковані);
- за змістом (правові, історичні, статистичні тощо);
- за ступенем збереження (повністю збережені і частково збережені).

Найбільш поширеним різновидом документів є письмові документи. Вони поділяються на архівні документи, статистичну звітність, пресу, наукові публікації і документи особового походження.

Головна особливість усіх досліджень, побудованих на аналізі архівної документації, полягає в її більшій чи меншій ретроспективності. Це відноситься не тільки до історичних досліджень, а й до обстежень, присвячених деяким сучасним соціальним феноменам. Аналіз архівних матеріалів може бути корисним під час роботи над критеріями оцінювання того чи іншого явища і в деяких випадках для контролю якості при проведенні дослідження іншими методами.

Зв'язок між статистикою і соціологією настільки великий, що в деяких випадках межу між статистичним і соціологічним дослідженням можна провести суто умовно. Більш того, сама ідея конкретних соціологічних досліджень і їх методичний апарат багато в чому зобов'язані власним походженням досвіду соціально-економічної статистики. Зрозуміло, що велика кількість соціологічних досліджень спирається саме на статистичні дані.

Публікації в науковій пресі є важливим джерелом інформації про розвиток науки, теоретичні висновки і практичні результати досліджень, джерелом емпіричних даних для їх вторинного аналізу.

Преса або газетно-журнальна періодика, постає в соціологічних дослідженнях як джерело різноманітної інформації про окремі соціальні групи, категорії, явища і процеси, у тому числі вона може виступати і як документація для дослідження преси як соціального явища.

Документами особового походження в соціології називають матеріали, складені приватними особами за власним бажанням. Це листи, автобіографії, мемуари, щоденники тощо. Вони являють для соціолога цінність тим, що в них зафіксовані практично нічим не обмежені висловлювання людей за вільно обраним темам. Особові документи слугують, перш за все, джерелом вивчення суспільної свідомості в її індивідуальних проявах.

Іконографічна документація – це твори мистецтва, картини, гравюри, скульптури тощо. Вони можуть бути проаналізовані в трьох напрямках:

1. Як документи минулих епох, що дозволяють зробити висновки про ті чи інші сторони духовного і матеріального життя епохи, особливості побуту тощо.

2. Як документація про образотворче мистецтво в тому випадку, якщо саме цей вид мистецтва як соціальне явище стає предметом дослідження.

3. Як документи, що дозволяють судити про особистості їх авторів. Це дуже важливо через те, що авторами творів мистецтва зазвичай стають духовно багаті люди, які залишають після себе вагому спадщину.

Як документальні свідчення про події, соціальні явища і факти документальні фільми і фотографії є особливо важливим матеріалом, необхідним джерелом інформації під час дослідження кіно і телебачення як соціального явища.

Фонетичні документи являють для соціолога найбільший інтерес як джерело лінгвістичної інформації. Дослідника може цікавити структура мови, вивчення якої сприяє вивченню

структури і культури мислення, співставлення різних мовних особливостей, характерних для тих чи інших соціальних груп тощо.

Вивчаючи тему, студент повинен звернути увагу на процедуру відбору документів. Матеріал слід виділяти з урахуванням мети і завдань, викладених у програмі дослідження. Усі документи повинні оцінюватися з точки зору їх адекватності (наскільки документ відповідає предмету дослідження), надійності (відповідність змісту документу вже відомим даним, що не потребують додаткової перевірки) і достовірності (правдивості).

Методи аналізу документів надзвичайно багатоманітні, постійно доповнюються і вдосконалюються, що пояснюється практичними потребами, специфікою форм документів і цілями аналізу. Традиційний метод аналізу документів – це метод якісного аналізу документів, який зводиться до їх читання, розуміння і інтерпретації змісту. Він базується на таких загальних логічних операціях, як аналіз, синтез, порівняння, визначення, оцінювання. Такий метод дозволяє отримати глибинний зміст документу.

У традиційному аналізі виділяють зовнішній і внутрішній. Зовнішній аналіз – це аналіз історичного контексту, тобто всіх тих обставин, які передували появі документу. Мета зовнішнього аналізу – встановити вид документу, його форму, час і місце появи, автора, ініціатора, мету його створення, наскільки він надійний і достовірний, який його контекст.

Внутрішній аналіз – це дослідження змісту документу. По суті вся робота соціолога спрямована на проведення внутрішнього аналізу, яка включає виявлення розбіжностей між фактичним і літературним змістом, встановлення рівня компетенції автора у справах, про які він сповіщає, з'ясування його особистого ставлення до зображених фактів, оскільки упередженість або симпатія автора часто є джерелом викривлень.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 126 – 132.

Добренъков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренъков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 555 – 568.

Добренъков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренъков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 560 – 570.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 121 – 133.

Капитонов Э. Социология XX века / Э. Капитонов. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1996. – С. 449 – 461.

Круткин В. Фоторепортаж как источник социологической информации / В. Круткин // Социс. – 2013. – № 3. – С. 65 – 76.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 2. – М., 1990. – С. 39 – 138.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 194 – 207.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 114 – 126.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 155 – 160.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 80 – 87.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 119 – 124.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 210 – 228.

Тема 13. Контент-аналіз (4 год.)

План

1. Історія виникнення методу.
2. Методологія і методика контент-аналізу:
 - а) вибір об'єкту;
 - б) виділення одиниць аналізу;
 - в) визначення одиниць обліку;
 - г) категорії аналізу;
 - д) процедура застосування методу.
3. Інструментарій контент-аналізу;
 - а) класифікатор контент-аналізу;
 - б) протокол (бланк) контент-аналізу;
 - в) реєстраційна картка;
 - г) інструкція кодувальнику.

Самостійна робота

1. Обрати проблему дослідження і виділити її об'єкт.
2. Виділити основні категорії аналізу, одиниці аналізу і одиниці обліку.
3. Розробити інструментарій контент-аналізу: класифікатор контент-аналізу, протокол (бланк) контент-аналізу, реєстраційну картку і інструкція кодувальнику.

Методичні поради

Термін контент-аналіз уперше почав використовуватися наприкінці XIX – на початку XX ст. в американській журналістиці (Б. Метью, А. Тенні, Д. Спід, Д. Уіпкінс). У витоків контент-аналізу знаходилися американський соціолог Г. Ласуел і французький журналіст Ж. Кайзер, а його методологічні основи були розроблені американськими соціологами Г. Лассуеллом і

Б. Берельсоном. Наприкінці XIX – на початку XX ст. у США з'явилися перші кількісні дослідження текстів ЗМІ. Їх автори ставили за мету показати „жовтизну” тогочасної Нью-Йоркської преси і падіння моральності в суспільстві. У 1930 – 1940 рр. були проведені дослідження, визнані сучасними фахівцями класикою жанру, перш за все, це роботи Г. Лассуелла. Починаючи з 1950-х рр. контент-аналіз активно використовується практично в усіх науках, які працюють з текстом.

Контент-аналіз (англ. Content analysis – аналіз змісту) – кількісний аналіз текстів і текстових масивів з метою подальшої змістової інтерпретації виявлених числових закономірностей. Як будь-який соціологічний метод, контент-аналіз використовується не сам по собі, а у складі великого дослідницького проекту, під який складена наукова програма, чітко прописані мета і завдання, проблема, об'єкт і предмет дослідження, висунуті гіпотези і проведені всі інші операції, які потребує науковий метод.

Вибір об'єкту і одиниць аналізу – чи не найскладніші операції. Досліднику необхідно знайти відповіді на питання: де шукати, і як проявляється обране явище або подія. Об'єктом контент-аналізу можуть бути екземпляри книг, номери газет, теле- і радіо передачі, суспільні і особисті документи, відповіді на відкриті питання анкет тощо. Це доволі просто, а от з вибором одиниць аналізу доведеться попрацювати, оскільки цю роль може виконувати що завгодно: теми і проблеми, пропозиції, приклади і аналогії. Одиницями аналізу можуть виступати фрагменти тексту, фотографії, заголовки, події, міста, країни, судження з певного приводу тощо. Вибір одиниць аналізу залежить від дослідницької програми та змісту її основних компонентів.

Одиниця обліку – кількісна характеристика одиниці аналізу, вона фіксує регулярність, з якою у тексті зустрічається та чи інша смислова одиниця. Вона може співпадати або не співпадати з одиницею аналізу. Одиниці обліку мають різний ступінь точності вимірювання, різняться також і час, що витрачається на кодування матеріалу, який потрапляє у вибірку.

До одиниць аналізу, згрупованих за єдиною ознакою, спеціалісти застосовують інший термін – категорії аналізу. Категорії аналізу – це поняття, у відповідності з якими будуть

сортуватися одиниці аналізу (одиниці змісту). При розробці категорій важливо врахувати, що від їх обрання буде залежати характер отриманих результатів.

Процедура контент-аналізу включає в себе застосування стандартних правил виділення у тексті однотипних одиниць аналізу і підрахунок частоти їх повторюваності у вибірці (кількість оброблених документів) як в абсолютних (кількість раз), так і відносних (відсотки) величинах. Обов'язковий момент у такій процедурі – використання математико-статистичних методів підрахунку.

На сьогодні виділяють чотири методологічні підходи застосування контент-аналізу:

- граматичний (лінгвістичний) – за розміром абзаців, довжини фраз, порядком слів у реченні і іншими формальними ознакам мови;

- семантичний (соціологічний) – за експертними оцінками змісту;

- документальний (кібернетичний) – за параметрами мови, тексту і документу як повідомлення (компактність, інформативність, ємність інформації тощо);

- цитатний – аналіз бібліографічних посилань у літературі.

Проведення контент-аналізу потребує попередньої розробки цілого ряду дослідницьких інструментів. Різні спеціалісти визначають неоднакову їх кількість, однак загальноприйнятим підходом є виділення наступних документів:

- класифікатор контент-аналізу;

- протокол підсумків аналізу (бланк контент-аналізу);

- реєстраційна картка (кодувальна матриця);

- інструкція кодувальнику.

Класифікатором контент-аналізу називають загальну таблицю, в яку зведені всі категорії і одиниці аналізу. Її головне призначення – максимально чітко зафіксувати те, в яких одиницях виражається кожна категорія дослідження.

Протокол (бланк) контент-аналізу містить: по-перше, відомості про документ (авторство, час видання, об'єм тощо); по-друге, результати аналізу (кількість використання визначених одиниць аналізу і подальші висновки про категорії аналізу).

Реєстраційна картка являє собою кодувальну матрицю, в якій відмічається кількість одиниць обліку, що характеризують одиниці аналізу. Протокол контент-аналізу заповнюється на основі підрахунку даних усіх реєстраційних карток, що відносяться до одного документу.

Інструкція кодувальнику – це опис правил співвідношення одиниць тексту з переліком категорій аналізу, а також правил реєстрації в кодувальній картці. Інструкція містить не тільки правила пошуку і реєстрації одиниць тексту, а й їх приклади – слова, висловлювання, судження тощо.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 132 – 136.

Добреньков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 568 – 583.

Добреньков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 570 – 601.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 207 – 217.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 114 – 126.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 160 – 167.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 80 – 87.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 214 – 226.

Тема 14. Спостереження (4 год.)

План

1. Специфіка наукового спостереження.
2. Види спостереження:
 - а) формалізоване (структуроване, стандартизоване, контрольоване) і неформалізоване;
 - б) включене і не включене;
 - в) приховане і відкрите;
 - г) польове і лабораторне;
 - д) систематичне, епізодичне і випадкове;
 - е) короткотривале і довготривале
3. Техніка спостереження, реєстраційні документи.
4. Переваги та недоліки методу спостереження.

Самостійна робота

1. Обрати проблему дослідження і підготувати необхідний інструментарій для проведення формалізованого спостереження.

Методичні поради

Спостереження – це метод збору первинної інформації про досліджуваний об'єкт, шляхом безпосереднього сприйняття і прямої або опосередкованої реєстрації всіх важливих для соціолога факторів, що стосуються об'єкту. Слід зазначити, що не кожне візуальне чи слухове сприйняття досліджуваного об'єкту називається спостереженням з наукової точки зору. Звичайне споглядання подій скоріше можна назвати повсякденним спостереженням. Натомість наукове спостереження потребує формулювання чіткої мети і попереднього планування. Заздалегідь

визначається, які саме соціальні процеси і явища будуть цікавити спостерігача, за якими зовнішніми ознаками їх можна прослідкувати, в яких умовах буде проходити спостереження, як будуть фіксуватися результати, а також мати засоби контролю.

У соціології види спостережень поділяються за наступними ознаками:

- за формою організації: формалізоване (структуроване, стандартизоване, контрольоване) і неформалізоване;
- за ступенем включеності: включене і не включене;
- за формою взаємовідносин: приховане і відкрите;
- за місцем проведення: польове і лабораторне;
- за регулярністю проведення: систематичне, епізодичне і випадкове;
- за тривалістю проведення: короткотривале і довготривале.

Формалізованим називається такий вид спостереження, під час якого соціолог завчасно визначає, які з елементів досліджуваного процесу мають найбільше значення і зосереджує на них увагу, складаючи спеціальний план запису спостережень до початку збору інформації.

Під час неформалізованого спостереження дослідник заздалегідь не зазначає, які саме елементи об'єкту буде вивчати. Воно не має чіткого плану, заздалегідь визначений лише об'єкт дослідження.

Включеним називається такий вид спостереження, під час якого спостерігач у тій чи іншій мірі безпосередньо приймає участь у досліджуваному процесі, знаходиться в контакті або є учасником у діяльності групи спостереження.

Під час невключеного спостереження дослідник знаходиться поза досліджуваним об'єктом. Він зі сторони спостерігає процеси, не втручаючись в їх перебіг, а просто реєструє необхідні дані.

Коли досліджувані не здогадуються про присутність дослідника, то мова іде про приховане спостереження. Воно дозволяє мінімізувати вплив спостерігача. Тим самим воно відрізняється від відкритого спостереження, під час якого дослідник повідомляє про власні наміри.

Польове спостереження проводиться в природному середовищі, в реальній життєвій ситуації, в безпосередньому контакті з досліджуваним об'єктом. За лабораторного спостереження навпаки – умови навколишнього середовища і ситуація визначаються дослідником.

Систематичне спостереження характеризується, перш за все, регулярністю фіксації дій, ситуацій процесів упродовж певного проміжку часу. Епізодичне спостереження відрізняється від систематичного тим, що регламент реєстрації досліджуваних процесів чітко не визначається. Зазвичай встановлюється або загальна кількість спостережень, або окремі моменти часу їх проведення. До випадкового відноситься спостереження незапланованого заздалегідь явища, діяльності чи соціальної ситуації. Від випадкового спостереження слід відрізнити випадкове виявлення і фіксування фактів у ситуації спостереження, запланованого за певною діяльністю.

Короткотривале спостереження – проводиться на початковій стадії дослідження для контролю і доповнення даних, отриманих іншими методами. Довготривале спостереження – проводиться впродовж багатьох місяців і навіть років, покликане прослідкувати перебіг великомасштабних або складно організованих соціальних процесів.

Для того, щоб отримати необхідну для цілей дослідження інформацію, слід завчасно ретельно розробити план і програму дослідження, де чітко встановити строки спостереження і визначити засоби збору інформації. Виокремлюють наступні етапи проведення соціологічного спостереження:

1. Формулювання основних елементів програми дослідження.
2. Забезпечення доступу до середовища: отримання відповідних дозволів, установа контактів з людьми.
3. Обрання виду спостереження.
4. Підготовка інструментарію спостереження:
 - а) щоденник спостереження – методичний документ, де у закодованій чи загальноприйнятій формі записується хід спостереження, результати спостереження, дії спостерігача, оцінка інструментарію і процедур, реакція спостерігаємих тощо;

б) картка спостереження – призначена для реєстрації одиниць спостереження в суворо формалізованому і закодованому вигляді;

в) протокол спостереження – узагальнює дані всіх карток і містить методичні відомості про процедуру спостереження;

г) класифікатор контент-аналізу щоденників і протоколів;

д) технічні засоби фіксації одиниць спостереження;

е) програма обробки даних спостереження.

5. Апробування інструментарію і внесення відповідних коректив.
6. Проведення спостереження, збір даних.
7. Запис результатів спостереження.
8. Контроль спостереження.
9. Звіт.

Спостереження дає досліднику цілий ряд переваг, реалізація яких допомагає зрозуміти об'єкт дослідження. Одна з найголовніших – це безпосередність спостереження. Воно дозволяє фіксувати різні зміни досліджуваного соціального об'єкту в момент їх прояву. Соціолог отримує можливість побачити розвиток подій і вивчати поведінку людей у реальному часі. Проте даний метод має і ряд недоліків. Перш за все, це втручання дослідника в процес, що впливає на досліджувану ситуацію, причому визначити обсяг цього впливу дуже важко. Оскільки спостереження частіше проводиться однією людиною, це також може мати недоліки. Людське сприйняття обмежене, а тому дослідник може пропустити деякі важливі особливості об'єкту. Крім того, спостереженням практично неможливо виявити судження і спрямування респондентів, а також наскільки поведінка людей типова для певної ситуації.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 113 – 125.

Девятко И. Методы социологического исследования / И. Девятко. – Екатеринбург: Изд-во Урал., ун-та, 1998. – С. 12 – 35.

Добренъков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренъков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 525 – 555.

Добренъков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренъков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 525 – 560.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 107 – 121.

Капитонов Э. Социология XX века / Э. Капитонов. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1996. – С. 441 – 449.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 2. – 1990. – С. 168 – 189.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 217 – 241.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 126 – 138.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 144 – 154.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 71 – 80.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 133 – 134.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 195 – 210.

Тема 15. Соціологічний експеримент

План

1. Поняття експерименту в соціології.
2. Програма експерименту.
3. Процедура експериментального методу.
4. Різновиди експериментів.
5. Труднощі та типові помилки використання експерименту в соціологічному дослідженні.

Самостійна робота

1. Розробити програму експерименту на довільну тему.

Методичні поради

Експеримент як метод збору соціологічної інформації – це спосіб отримання нових як якісних, так і кількісних змін показників діяльності соціального об'єкту в результаті впливу на нього певних керованих факторів (змінних). Експериментальний метод слід віднести до групи жорстких методів. Кажучи про жорсткість експерименту, слід зазначити, що тут учений створює ситуацію, яка не існує в природі, намагаючись подивитися на неї з середини, і таким чином встановлює те, що неможливо зробити жодним іншим методом. Експеримент сформувався і існує як метод перевірки гіпотез, заснованих на теоретичних уявленнях про зв'язок між характеристиками досліджуваного явища.

Програма експерименту складається з усіх структурних елементів програми соціологічного дослідження. Проте її основним завданням є формулювання гіпотези і планування її подальшої перевірки у системі факторів (змінних). Також специфіка програми полягає у тому, що вона включає в себе

процедури, які будуть відбуватися як у системі управління об'єктом (соціальною групою), так і у системі дослідження.

Предмет експерименту – відношення і зв'язки між якостями об'єкту і системою факторів (змінних), які детермінують його соціальну діяльність і поведінку.

Змінні експерименту – це контрольовані і неконтрольовані фактори, які здійснюють прямий чи опосередкований вплив на стан об'єкту. Системою змінних визначається і описується експериментальна ситуація.

Процедура проведення експерименту полягає у тому, що спочатку планується розділення об'єкту на дві однорідні групи, і в одну з них вводять декілька нових факторів, а другу залишають без змін. Після чого організовується їх порівняння. Загальна логіка експерименту полягає у тому, щоб за допомогою вибору експериментальної групи і переміщення її до експериментальної ситуації, прослідкувати спрямування, величину і стійкість вимірювання характеристик, які цікавлять дослідника.

Важливою умовою вдалого експерименту виступає формування експериментальних груп. Найпростіший спосіб проведення експерименту – порівняння стану до і після. Проте краще використовувати не тільки експериментальні, а й контрольні групи, які повинні бути тотожними, а принцип схожості не повинен порушуватися в ході експерименту.

У соціології використовується три методи формування груп:

– попарний відбір – з генеральної сукупності обираються дві групи так, щоб вони були ідентичні за нейтральними і контрольними характеристиками, однак відрізнялися за факторними;

– структурна ідентифікація – група відбирається таким чином, щоб вона являла собою макромодель генеральної сукупності за нейтральними і контрольними характеристиками. Такий відбір може відбуватися за принципом квотної вибірки;

– випадковий відбір – ідентичний методу імовірнісної вибірки із заздалегідь завданим об'ємом. Як правило його використовують у польових експериментах і багаточисельних експериментальних групах.

Серед різновидів експериментів виділяють наступні:

- за специфікою поставлених завдань: науково-дослідницькі і практичні;
- за характером експериментальної ситуації: польові (контрольовані і природні) і лабораторні;
- за логікою доведення гіпотез: лінійні (досліджується лише одна група) і паралельні (одночасно приймають участь дві групи – контрольна і експериментальна).

У ході проведення експерименту можливі певні помилки і викривлення, які можна запобігти шляхом ретельного ставлення до процедури експерименту на етапі його підготовки. Основна мета такої процедури – отримати репрезентативні дані, а це можливо лише за умови такого відбору експериментальної групи, коли розподіл досліджуваних характеристик у ній буде максимально відповідати їх розподілу у великій соціальній групі.

Література

Батыгин Г. Лекции по методологии социологических исследований. Учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов / Г. Батыгин. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – С. 190 – 227.

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 146 – 159.

Девятко И. Методы социологического исследования / И. Девятко. – Екатеринбург: Изд-во Урал., ун-та, 1998. – С. 47 – 62.

Добренев В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 583 – 607.

Добренев В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 601 – 629.

Ельмеев В. Прикладная социология: Очерки методологии. – 2-е изд., испр. и доп. / В. Ельмеев, В. Овсянников – СПб.: Издательство С.-Петербургского государственного университета, 1999. – С. 184 – 197.

Батыгин Г. С. Обоснование научного вывода в прикладной социологии. – М.: Наука, 1986. – С. 180 – 189.

Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – С. 145 – 156.

Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.

Кн. 2. – 1990. – С. 190 – 214.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 295 – 310.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 138 – 148.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 257 – 273.

Тема 16. Особливості використання тестової процедури

План

1. Історія виникнення тестової процедури.
2. Застосування тестів у соціології.
3. Різновиди тестів.
4. Вимоги до тестів.

Самостійна робота

1. Виділити і обґрунтувати переваги та недоліки використання тестової процедури в соціології.

Методичні поради

У науковій літературі немає одностайної думки про час появи тестів. Одні вважають, що їх історія налічує понад чотири тисячі років, інші пов'язують їх появу з іменем американського психолога Дж. Кеттела, який наприкінці кінці ХІХ ст. написав роботу про тести. Однак ті методи, які нагадували тести в більш широкому розумінні, мають давню історію, коли тест виступав як засіб перевірки вмінь людей.

Засновником наукового вивчення індивідуальних відмінностей за допомогою тестової процедури вважається відомий англійський учений Ф. Гамільтон, а пропагандист його ідей та методів американський психолог Дж. Кеттел розробив близько 50 тестів перевірки різних психо-фізіологічних якостей людини і ввів у психологічну науку термін „розумовий тест” (mental test) у 1889 р.

Тести використовуються переважно в емпіричних дослідженнях, але більшість авторів спеціальної соціологічної літератури не відносить їх до методу збору первинних даних, а вважає особливою системою використання опитування та

спостереження. Поняття „соціологічний тест” визначається як система відібраних соціологічними методами висловлювань для респондента з метою отримання валідної інформації про ознаки та характеристики, які цікавлять дослідника.

У прикладній соціології тести доцільно використовувати, коли об'єктами дослідження виступають окремі риси особистості (настанови, мотиви, інтереси тощо), або групові властивості, що не піддаються прямому безпосередньому спостереженню.

Тести класифікуються за наступними ознаками:

– за видами властивостей особистості: тести досягнень – вимір інтелекту, творчості, знання, вмінь тощо; особистісні тести – вимір установки на інтереси, темперамент, характер, мотивації тощо;

– за різновидом опитування: індивідуальні і групові.

Окремо виділяють апаратні або фізіологічні, графічні і тести „питання-відповідь”.

Основні вимоги до тестів:

– надійність – тест повинен бути внутрішньо узгодженим і давати ті самі результати при повторному використанні;

– валідність – тест повинен вимірювати заплановані характеристики;

– дискримінантність – здатність окремих завдань тесту і тесту в цілому диференціювати респондентів відносно максимального і мінімального результатів;

– наявність нормативних даних – первинний результат ні про що не каже, поки не буде оцінюватись у відповідній системі норм. Традиційно нормою в тестології були середньостатистичні показники, отримані в результаті попереднього тестування на визначеній групі осіб.

Тест, що відповідає головним критеріям надійності і валідності, має містити наступні компоненти:

1. Інструкція до тесту, у якій викладено мету, порядок і особливості заповнення анкети.

2. Набір питань та відповідей.

3. Ключ шкалювання – співвідношення пунктів завдань зі шкалами вимірювання якостей.

4. Ключ кодування, який дозволяє підрахувати, скільки балів у шкалу додає той чи інший варіант відповіді.

5. Ключ тесту, або інтерпретація отриманих даних.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 167 – 169.

Григорьев В. Применение теста репертуарных решеток в группе / В. Григорьев // Социс. – 2004. – № 10.

Добренков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 627 – 665.

Добренков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 696 – 730.

Нохрина Н. Тест как общенаучный диагностический метод / Н. Нохрина // Социс. – 2005. – № 1.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 248 – 256.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 295 – 311.

Тема 17. Загальна характеристика якісних методів збору соціологічної інформації

План

1. Особливості методології якісного дослідження.
2. Види якісних методів:
 - а) вивчення випадку (case study);
 - б) етнографічне дослідження;
 - в) сходження до теорії (grounded theory);
 - г) історія життя і історія родини;
 - д) історичне дослідження.
3. Поєднання кількісних і якісних методів.

Самостійна робота

1. Здійснити порівняльну характеристику кількісних і якісних методів.
2. Обґрунтувати можливі варіанти поєднання кількісних і якісних методів у одному дослідженні.

Методичні поради

Якісна методологія соціологічного аналізу суттєво відрізняється від кількісного, так як базується на іншій логіці на всіх стадіях наукового пошуку: від теоретичної установки дослідника, фокусу його інтересу і ставлення до досліджуваного об'єкту, до процедури збору і інтерпретації даних. Кількісна соціологія дає лише загальні пояснення, характерні для певних соціальних груп, які можна поділити, наприклад, на людей одного віку, мешканців одного міста, людей однієї професії тощо. Проте, якщо обрати методіку якісної соціології, то кожна з особистісних ситуацій буде унікальною, містити специфічний досвід, переживання, почуття, які в сукупності складаються в їх специфічний „життєвий світ”. Якісні методи дослідження не

стільки спрямовані на фіксацію кількісних параметрів досліджуваних явищ, скільки на пізнання тієї якості явища, яка робить її соціально важливою.

Якісні методи розрізняються за наступними критеріями:

– за тактикою дослідження: вивчення випадку (case study), етнографічне дослідження, сходження до теорії (grounded theory), історія життя, історія родини, історичне дослідження;

– за формою аналітичного представлення кінцевих результатів: переважно описові і переважно аналітичні. Відмінність полягає у тому, наскільки дослідник збирається втручатися в отримані результати. Зазвичай розрізняють три підходи. Перший – передбачає дослівний опис отриманої інформації, без інтерпретації дослідника. Другий – часткове редагування і систематизацію. Третій – спрямований на побудову теорії.

В ході підготовки дослідження перед соціологом часто постає питання: чи можна поєднувати кількісні і якісні методи? Сучасний досвід прикладних обстежень дає можливість впевнено сказати – так. Проте науковці зазвичай основний акцент роблять на одній з процедур, виходячи з власної підготовленості, наявних ресурсів чи специфіки проблеми, що вивчається. У такому випадку альтернативні (кількісні чи якісні) дані можуть слугувати яскравою ілюстрацією під час представлення результатів дослідження.

Література

Девятко И. Методы социологического исследования / И. Девятко. – Екатеринбург: Изд-во Урал., ун-та, 1998. – С. 36 – 46.

Добреньков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 394 – 397.

Клюшкіна О. Построение теории на основе качественных данных (из истории развития методологического направления) / О. Клюшкіна // Социс. – 2000. – № 10. – С. 92 – 101.

Лаба Л. Способы интеграции качественных и количественных методов в социологических исследованиях / Л. Лаба // Социс. – 2004. – № 2.

Семенова В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / В. Семенова. – М.: Добросвет, 1998. – С. 80 – 123.

Старусс А. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой / А. Страусс, Дж. Корбин. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 256 с.

Толстова Ю. Качественная и количественная стратегии. Эмпирическое исследование как измерение в широком смысле / Ю. Толстова, Е. Масленников // Социс. – 2000. – № 10. – С. 101 – 108.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 153 – 179.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 387 – 408.

Тема 18. Фокус-група (4 год.)

План

1. Історія становлення методу фокус-групового інтерв'ю.
2. Фокус-група як метод збору соціологічної інформації.
3. Склад фокус-групи і їх кількість.
4. Процедура проведення.
5. Вимоги до модератора.

Самостійна робота

1. Скласти topic guide для проведення фокус-групи на довільну тему.
2. Сформувати список учасників 2 – 3 фокус-групи зі студентів психолого-педагогічного факультету. Обґрунтувати власний вибір.

Методичні поради

Одноставності щодо хронології розвитку методу фокус-групи серед дослідників немає. Чимало авторів вважають, що засновниками виступають Р. Мертон і П. Лазарсфельд, які у 1941 р. уперше застосували фокусоване-інтерв'ю для вивчення ефективності роботи радіо. У 40-х рр. ХХ ст. схожу методику спочатку використовували для дослідження впливу військової пропаганди, а потім ринку. З того часу метод фокус-групи постійно еволюціонував. Оремо необхідно розглянути періоди 50 – 60-х і 70-х рр. ХХ ст.

Метод фокус-групового інтерв'ю отримав поширення як один з найбільш оперативних і ефективних способів збору соціологічної інформації. Особливого значення він набув у

поєднанні з кількісними методами, причому доволі часто як основний. Справа у тому, що фокус-група набагато продуктивніша, ніж з'ясування окремих думок респондентів про досліджувану проблему шляхом анкетування чи формалізованого інтерв'ю. Проте такі переваги даної процедури проявляються лише за умови ретельного дотримання основних вимог до роботи і організації фокус-групи.

На сьогоднішній день серед дослідників немає єдиної точки зору з приводу кількості учасників фокус-групи. Рекомендації різняться від 6 до 12 членів, однак усі зазначають, що максимальне значення краще не перевищувати, оскільки це призводить до виникнення пасивної аудиторії і обміну думками між найбільш активними її членами, або до розділення групи на декілька окремих дискусій. Разом з тим зменшення чисельності фокус-групи нижче мінімального значення стримує творче обговорення, обмежує кількість нових ідей. Крім того, соціологу слід урахувати і соціально-демографічні характеристики учасників. Найчастіше бажано дотримуватися принципу однорідності.

Щодо загальної кількості фокус-груп, які слід провести, то дані також різняться від 2 до 12. Тим не менше, кількість не завжди означає якість, а тому досліднику варто орієнтуватися на наступну рекомендацію: число фокус-груп треба збільшувати доти, доки об'єм отриманої інформації від кожної наступної групи не зменшиться до того рівня, коли подальше використання методу не буде мати жодного сенсу.

До у часті у фокус-групі зазвичай запрошуються люди, які не знайомі один з одним. Проте їх інтереси, ідеї тощо мають співпадати. Середня тривалість інтерв'ю не повинна перевищувати 1,5 – 2 год. Весь час спеціально підготовлений ведучий (модератор) керує бесідою за спеціально розробленою схемою (topic guide), а сам процес записується на відеореєстратор. Кількість питань, що виносяться на обговорення, не повинна перевищувати десяти.

Основна функція модератора полягає не стільки в опитуванні учасників, скільки в регулюванні дискусії. Професійний модератор повинен уміти:

- не втрачати тему обговорення;

- співставляти перебіг дискусії з метою дослідження;
- підтримувати активну участь в обговоренні всіх учасників фокус-групи;
- уміти відстоювати власне право на управління процесом;
- ефективно використовувати час відведений на дискусію.

Література

Белановский С. Метод фокус-групп / С. Белановский. – М.: Издательство Магистр, 1996. – 272 с.

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM. – С. 182 – 193.

Добренев В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 397 – 406.

Добренев В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 316 – 322.

Мертон Р. Фокусированное интервью / Пер. с англ. Т. Федоровской, под ред. С. Белановского / Р. Мертон, М. Фиске, П. Кендалл. – М., 1991. – 83. с.

Полухина Е. Эволюция метода фокус-групп: к вопросу о новых стандартах / Е. Полухина // Социологические методы в современной исследовательской практике: Сборник статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А. О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. О. А. Оберемко. – М.: НИУ ВШЭ, 2011. – С. 145 – 150.

Семенова В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / В. Семенова. – М.: Добросвет, 1998. – С. 103 – 107.

Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – С. 106 – 114.

Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – С. 214 – 220.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 161 – 179.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 141 – 145.

**Тема 19. Обробка, аналіз і узагальнення первинної
соціологічної інформації
(4 год.)**

План

1. Особливості підготовки зібраної первинної соціологічної інформації до обробки:
 - а) контроль змісту;
 - б) наскрізна нумерація;
 - в) комп'ютерний макет;
 - г) завантаження емпіричної фактури.
2. Лінійні розподілення і таблиці сполучення. Додаткові методи обробки соціологічної емпіричної інформації.
3. Загальна характеристика комп'ютерних програм для обробки соціологічної інформації.
4. Якісний аналіз отриманої числової інформації.

Самостійна робота

1. На основі розданого матеріалу розробити різні варіанти представлення лінійного розподілення.
2. Показати можливі варіанти формування таблиць сполучення.
3. Провести якісний аналіз отриманої числової інформації.

Методичні поради

Соціологічну інформацію, отриману в ході дослідження, необхідно обробити, проаналізувати й узагальнити. Польовий етап „кількісної соціології” завершується збором великого масиву первинних документів. У них зафіксовані конкретні значення змінних кожної одиниці спостереження. Для того, щоб отримати

змістовну інформацію з цієї емпіричної фактури, всі значення слід представити в узагальненій формі.

Зазвичай дана процедура відбувається у кілька етапів:

- перевірка інструментарію на точність, якість і повноту заповнення;

- кодування інформації;

- обробка інформації;

- представлення інформації у вигляді графіків, схем, малюнків тощо.

Обробка називається первинною, якщо вихідною інформацією для неї слугують відповіді респондентів, дані спостереження чи аналізу документів. Під час вторинної обробки дослідник використовує результати первинної обробки.

Основна мета будь-яких перетворень емпіричної інформації – представити її у компактному вигляді для подальшого аналізу. Отримання лінійних розподілень частот значень змінних емпіричного масиву документів – найпростіший і обов'язковий спосіб вирішення даного завдання. Лінійне розподілення формується шляхом підрахунку кількості реально зафіксованих значень усіх змінних в усіх документах. Результати можуть представлятися як у абсолютних, так і відносних одиницях.

Головне завдання соціолога – не тільки з'ясувати стан явища, скільки встановити причини і фактори, що призвели до цього. На практиці це завдання вирішується за допомогою підрахунку величини зв'язку між змінними. Результати оформлюються у вигляді так званих таблиць сполучення. Разом з тим якісне вивчення даної теми пов'язане з опануванням таких понять, як середнє арифметичне, мода, медіана, середнє квадратичне відхилення, статистичні таблиці тощо.

Статистична обробка матеріалу можлива лише за умови кількісного вимірювання ознак. Для переведення якісних показників у кількісні використовується шкалювання, що додатково потребує з'ясування таких понять, як індикатор і індекс.

Індикатор – це досяжна для спостереження чи вимірювання певна характеристика досліджуваного об'єкту. Деякі характеристики самі можуть виконувати роль індикаторів (стать, вік, освіта тощо). Комбінація кількох індикаторів створює індекс –

специфічну конструкцію, яка може бути виражена за допомогою середнього арифметичного значення чи розбіжності між протилежними показниками.

На сьогоднішній день обробка соціологічної інформації відбувається виключно за допомогою персональних комп'ютерів. Існує велика кількість програмного забезпечення, у яких можна реалізувати різноманітні методи обробки соціологічної інформації. Більшість з них це унікальні авторські розробки і використовуються зазвичай автором і його найближчим оточенням. Натомість серед спеціалізованих програм, що постачаються на комп'ютерний ринок, можна виділити лише кілька систем: SPSS, DA-система, Excel тощо.

Зрозуміло, що числова фактура сама по собі ще не містить інформації достатньої для прийняття управлінських рішень. Для цього її потрібно змістовно проаналізувати. Універсальної методики такого аналізу не існує. У більшості випадків це творчий нестандартний процес, на який впливає чимало факторів. Проводиться він зазвичай професійними аналітиками. Проте можна виділити деякі загально прийняті норми, основний принцип яких „від загального – до конкретного”. Тому будь-яка аналітика розпочинається з аналізу лінійних розподілень і у більшості випадків визначає подальшу логіку спрямування аналізу.

Література

Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM – С. 280 – 290.

Добренев В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 187 – 249.

Добренев В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добренев, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.

Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – С. 111 – 157.

Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – С. 310 – 322.

Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – С. 127 – 153.

Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под. ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 189 – 230.

Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – С. 319 – 387.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверьянов Л. Социология: искусство задавать вопросы / Л. Аверьянов. – М.: Марс, 1998. – 192 с.
2. Батыгин Г. Лекции по методологии социологических исследований. Учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов / Г. Батыгин. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 278 с.
3. Бондаренко А. Социологическое исследование: методика опроса. Учеб. пособие / А. Бондаренко. – Волгоград, 2006. – 64 с.
4. Белановский С. Метод фокус-групп / С. Белановский. – М.: Издательство Магистр, 1996. – 272 с.
5. Белановский С. Глубокое интервью: Учебное пособие / С. Белановский. – М.: Николо-Медиа, 2001. – 320 с.
6. Бутенко И. Использование новых технологий при обросах / И. Бутенко // Социс. – 2000. – № 10. – С. 118 – 124.
7. Горшков М. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие / М. Горшков, Ф. Шереги. – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 1 CD ROM.
8. Григорьев В. Применение теста репертуарных решеток в группе / В. Григорьев // Социс. – 2004. – № 10.
9. Девятко И. Методы социологического исследования / И. Девятко. – Екатеринбург: Изд-во Урал., ун-та, 1998. – 208 с.
10. Добреньков В. Методы социологического исследования: Учебник / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.
11. Добреньков В. Фундаментальная социология: в 15 т. / В. Добреньков, А. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004.
Т. 3: Методика и техника исследования. – 2004. – 932 с.
12. Ельмеев В. Прикладная социология: Очерки методологии. – 2-е изд., испр. и доп. / В. Ельмеев, В. Овсянников – СПб.: Издательство С.-Петербургского государственного университета, 1999. – 296 с.
13. Журавлева С. Отказы в телефонных опросах / С. Журавлева // Социологические методы в современной исследовательской

- практике: Сборник статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А. О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. О. А. Оберемко. – М.: НИУ ВШЭ, 2011. – С. 257 – 261.
14. Как провести социологическое исследование / Под. ред. М. К. Горшкова, Ф. Э. Шереги. – М.: Политиздат, 1990. – 288 с.
 15. Капитонов Э. Социология XX века / Э. Капитонов. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1996. – 512 с.
 16. Кузнецов И. Технологии социологического исследования: Учебно-методическое пособие / И. Кузнецов. – М.: ИКЦ «МарТ», 2005. – 144 с.
 17. Ключкина О. Построение теории на основе качественных данных (из истории развития методологического направления) / О. Ключкина // Социс. – 2000. – № 10. – С. 92 – 101.
 18. Красовский Б. Разговор по телефону / Б. Красовский // Социс. – 2000. – № 2. – С. 110 – 114.
 19. Круткин В. Фоторепортаж как источник социологической информации / В. Круткин // Социс. – 2013. – № 3. – С. 65 – 76.
 20. Лаба Л. Способы интеграции качественных и количественных методов в социологических исследованиях / Л. Лаба // Социс. – 2004. – № 2.
 21. Мергтон Р. Фокусированное интервью / Пер. с англ. Т. Федоровской, под ред. С. Белановского / Р. Мергтон, М. Фиске, П. Кендалл. – М., 1991. – 83. с.
 22. Методы сбора информации в социологических исследованиях / под ред. В. Андреевкова, О. Масловой. – М.: Наука, 1990.
 23. Мягков А. Опросные методы сбора данных: предпочтения респондентов / А. Мягков // Социс. – 2000. – № 8. – С. 98 – 109.
 24. Мягков А. Влияние известных политических имен в формулировке вопроса на результаты социологического исследования / А. Мягков // Социс. – 2001. – № 3. – С. 94 – 104.

25. Мягков А. О достоверности ответов респондентов в телефонном интервью (экспериментальное тестирование ряда приемов) / А. Мягков, С. Журавлева // Социс. – 2010. – № 10. – С. 81 – 92.
26. Нохрина Н. Тест как общенаучный диагностический метод / Н. Нохрина // Социс. – 2005. – № 1.
27. Огрызко-Вевюровский Г. Версии вопроса при исследовании общественного мнения / Г. Огрызко-Вевюровский // Социс. – 2003. – № 6. – С. 96 – 100.
28. Орлов А. Экспертные оценки: учебное пособие / А. Орлов. – М., 2002. – 32 с.
29. Полухина Е. Эволюция метода фокус-групп: к вопросу о новых стандартах / Е. Полухина // Социологические методы в современной исследовательской практике: Сборник статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А. О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. О. А. Оберемко. – М.: НИУ ВШЭ, 2011. – С. 145 – 150.
30. Попова І. Соціологія. Пропедевтичний курс: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І. Попова. – К.: Тандем, 1996. – 271 с.
31. Рабочая книга социолога / под ред. Г. В. Осипова. – М.: Наука, 1983. – 323 с.
32. Семенова В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / В. Семенова. – М.: Добросвет, 1998. – 292 с.
33. Смеханова Г. Основы прикладной социологии: учебное пособие / Г. Смеханова. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 240 с.
34. Старусс А. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой / А. Страусс, Дж. Корбин. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 256 с.
35. Сурмин Ю. Методология и методы социологических исследований: Учеб. пособие / Ю. Сурмин, Н. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – 304 с.

36. Тавокин Е. Основы методики социологических исследований: Учебное пособие / Е. Тавокин. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 239 с.
37. Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат. слов.-справ. / под ред. Ж. Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 415 с.
38. Толстова Ю. Качественная и количественная стратегии. Эмпирическое исследование как измерение в широком смысле / Ю. Толстова, Е. Масленников // Социс. – 2000. – № 10. – С. 101 – 108.
39. Филиппова Т. Социология в Интернете / Т. Филиппова // Социс. – 2000. – № 5. – С. 131 – 137.
40. Филиппова Т. Интернет как инструмент социологического исследования / Т. Филиппова // Социс. – 2001. – № 9. – С. 115 – 122.
41. Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. Ядов. – М.: Изд-во «Добросвет», 1998. – 596 с.

**ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ
З НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ
„МЕТОДИ ЗБОРУ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ”**

1. Метод як система правил діяльності соціолога.
2. Поняття методу, техніки, методики, і процедури соціологічного дослідження.
3. Класифікація методів збору соціологічної інформації.
4. Історія становлення методу опитування.
5. Загальна характеристика методу опитування.
6. Фази опитування.
7. Питання і їх роль у зборі первинної соціологічної інформації.
8. Питання про факти, про знання, погляди мотиви і установки.
9. Контрольні, навідні і функціонально-психологічні питання.
10. Відкриті і закриті питання.
11. Загальна характеристика анкетного опитування.
12. Різновиди анкетування.
13. Структура анкети.
14. Особливості апробації анкети.
15. Переваги та недоліки анкетного опитування.
16. Загальна характеристика поштового опитування.
17. Інструментарій поштового опитування.
18. переваги та недоліки поштового опитування.
19. Особливості пресового опитування.
20. Загальна характеристика соціологічного інтерв'ю.
21. Різновиди інтерв'ю.
22. Формалізоване і вільне інтерв'ю.
23. Особливості підготовки інтерв'юерів і вимоги до них.
24. Переваги та недоліки методу інтерв'ю.
25. Загальна характеристика телефонного опитування.
26. Вибірка телефонного опитування.
27. Особливості бланку телефонного інтерв'ю.
28. Переваги та недоліки телефонного опитування.
29. Зміст, можливості і процедура методу експертних оцінок.
30. Види експертних опитувань.

31. Методи відбору експертів.
32. Переваги та недоліки методу експертного опитування.
33. Інтернет-опитування як метод збору соціологічної інформації.
34. Різновиди Інтернет-опитувань.
35. Переваги та недоліки Інтернет-опитування.
36. Загальна характеристика методу соціометрії.
37. Соціометричні критерії і індекси.
38. Зображення соціометричних даних.
39. Класифікація документів у соціології.
40. Традиційний аналіз документальної інформації.
41. Типові помилки аналізу документів.
42. Переваги та недоліки методу аналізу документів.
43. Загальна характеристика контент-аналізу.
44. особливості виділення одиниць аналізу, одиниць обліку і категорій аналізу.
45. Інструментарій контент-аналізу.
46. Переваги та недоліки методу контент-аналізу.
47. Специфіка спостереження в соціології.
48. Види спостережень.
49. Техніка спостереження, реєстраційні документи.
50. Переваги та недоліки методу спостереження.
51. Поняття експерименту в соціології.
52. Процедура експериментального методу.
53. Труднощі та типові помилки використання експерименту в соціологічному дослідженні.
54. Особливості застосування тестів в соціології.
55. Вимоги до тестів.
56. Особливості методології якісного дослідження.
57. Види якісних методів.
58. Поєднання кількісних і якісних методів.
59. Фокус-група як метод збирання соціологічної інформації.
60. Процедура проведення фокус-групи.
61. Модератор і його роль під час проведення фокус-групи.
62. Переваги та недоліки методу.
63. Особливості підготовки зібраної первинної соціологічної інформації до обробки.