**Соціологічний метод аналізу**

Цей метод займає 90% всіх методів збору інформації.

Опитування — це метод збору соціальної інформації про об'єкт в ході безпосереднього (інтерв'ю) або опосередкованого (анкетування) соціально-психологічного спілкування соціолога (інтерв'юера) і того, кого опитують (респондента) шляхом реєстрації відповідей респондента.

Методи опитування поділяються на інтерв'ю і анкетне опитування.

Інтерв'ю—це бесіда, що проводиться за певним планом і передбачає безпосередній контакт інтерв'юера з респондентом. За формою проведення воно може бути прямим, опосередкованим (наприклад, по телефону).

Особливістю анкетного опитування є використання анкети, що заповнюється респондентом (сам читає анкету і фіксує відповіді).

Анкетне опитування може бути очним, при якому інтерв'юер роздає анкети і присутній при їх заповненні, та заочним, яке в свою чергу може бути поштовим (анкети розсилаються поштою і через деякий час повертаються дослідникам), пресовим (анкета публікується на сторінках газет чи журналів) і телефонним (опитування відбувається по телефону).

Особливим видом опитування є експертне, тобто опитування, в ході якого респондентом є експерт (спеціаліст в певній галузі діяльності).

***Методика*** соціологічного дослідження - це сукупність наукових методів збору, обробки і аналізу реальної дійсності за допомогою інформації, що дозволяє реалізувати цілі та завдання.

При цьому до соціальних факторів відносять поводження індивідів соціальних груп: матеріальні і духовні продукти людської діяльності, судження, оцінки, думки людей, тобто їх вербальні дії.

На початковому етапі складається програма, яка являє собою загальний контур дослідження. Тут формулюється проблема, мета і завдання дослідження, уточнюються основні поняття, а також формулюються гіпотези про взаємозалежні досліджувані явища.

***Об'єкт*** дослідження - це сукупність людей, з якою пов'язана соціальна проблема.

***Предмет*** дослідження - характеристики якості об'єкта, що відбивають досліджувані соціальні процеси.

Кожне соціологічне дослідження припускає добір методів аналізу визначеного об'єкта.

***Метод соціологічного дослідження -***це спосіб отримання необхідної інформації про соціальні процеси. Розрізняють методи збору первинної інформації і методи її обробки.

Найчастіше застосовують наступні методи збору первинної інформації:

* спостереження;
* вивчення документів;
* анкетування;
* інтерв'ювання;
* соціометричний метод;
* соціальний експеримент.

У залежності від мети дослідження керівник відбирає ті методи збору первинної інформації, що надають можливість одержати досить представницькі дані при мінімальних витратах праці і часу.

***Методи збору інформації***

Хронологічно першим методом є *спостереження*, тобто безпосереднє цілеспрямоване сприйняття і реєстрація соціальних процесів. Застосування цього методу дозволяє одержати знання про події, факти, про відкриту поведінку людей. За допомогою спостереження у дослідника складається враження про об'єкт аналізу.

Залежно від положення спостерігача відносно до досліджуваного колективу розрізняють *включне* і *невключне* спостереження. Включне спостереження - коли спостерігач є членом даного колективу. При невключному - спостерігач не є членом колективу, тобто він спостерігає немовби збоку.

Спостереження буває *відкритим*, коли колектив знає про проведення дослідження, й *інкогніто*, коли люди не знають про факт спостереження.

Метод спостереження доцільно застосовувати на початковому етапі дослідження, наприклад, при складанні програми, коли треба одержати попередні дані про об'єкт, уточнити проблему, сформулювати гіпотезу. Надійність інформації при спостереженні залежить від способу реєстрації, від якості запису.

Другим у хронологічному порядку йде *вивчення документів*, які можуть бути в різних формах: *письмовій*, *іконографічній* (кіно-, відео- і фотодокументи, твори живопису і т. ін.) і *фонетичній* (магнітофонні записи, диски, пластівки тощо). Залежно від джерела інформації, документи поділяються на первинні, що складаються на базі прямого спостереження чи опитування, і вторинні, що представляють собою обробку, узагальнення, виконані на базі даних первинних джерел.

Під час аналізу застосовується безліч способів обробки документів і даних, що вони містять, аж до математичних. Аналіз документів дає можливість виявити закономірності, що мають місце в досліджуваній сукупності.

*Анкетування*. Перевагою анкетування є можливість отримання значного обсягу інформації в порівняно короткий час і досить об'єктивно. Однак значний час витрачається на розробку анкети й обробку заповнених анкет.

Анкета являє собою сукупність упорядкованих за формою і змістом запитань. Дослідник пропонує респондентам відповісти на запитання анкети. Вони бувають закриті і відкриті. Закриті запитання вимагають однозначної відповіді, наприклад, "так" чи "ні". У відкритих респондент сам формулює відповідь. Останнім часом одержали поширення анкети, що передбачають готові варіанти відповідей. Респонденту досить підкреслити ту відповідь, яка найбільш підходить з його точки зору. Такі анкети значно легше обробляються, зберігаючи високий рівень об'єктивності, оскільки вони анонімні.

Під час підготовки анкети необхідно враховувати наступні *характеристики*:

* запитання повинні відповідати цілям і завданням дослідження;
* формулювання запитань повинне бути зрозумілим;
* запитання повинні бути короткими;
* запитання повинні стимулювати респондента до активної участі в опитуванні;
* запитання не повинне нав'язувати респонденту ту чи іншу відповідь;
* у відповіді необхідно дотримувати баланс можливих позитивних і негативних відповідей.

Анкета не являє собою просту суму запитань, а повинна мати певну структуру. Як правило, анкета складається з трьох частин: *вступної*, *основної* і *паспортички*. У вступній частині дослідник звертається до респондентів з роз'ясненням мети анкетування, вказує на анонімність, напрямок використання результатів і правила заповнення анкети. В *основній* частині містяться питання про факти, поводження, мотиви, оцінки і думки респондентів. Саме ця частина анкети визначає мету і завдання дослідження. В останній частині дається так звана паспортичка, що складається таким чином, щоб неможливо було визначити респондента. Сфера застосування анкетування практично не обмежена.

Інтерв'ювання доцільно застосовувати при складанні програми дослідження, а також коли необхідно швидко одержати інформацію про якесь явище чи події. Бесіда з окремими працівниками чи представниками громадських організацій допомагає засвоїти специфіку досліджуваного колективу й окремих його особистостей.

Під час проведення інтерв'ю не слід запитувати про те, що можна довідатися з форми статистичної звітності й інших документів. Важливо вибрати зручний час і місце проведення інтерв'ювання. Це допоможе виявити щиру думку респондентів, яка іноді стримується несприятливими для них умовами. Сюди ж можна віднести присутність інших особистостей бесіди, дефіцит часу і т. ін. У цих випадках респонденти можуть висловити не свою особисту думку, а ховати її за найбільш поширеними. Важливо також створити дружню атмосферу, щоб привабити до себе співрозмовника. Корисно та зручно використовувати магнітофон, але він може відштовхнути респондента і знизити об'єктивність інформації, отриманої в результаті інтерв'ю.