

Домашнее задание №1

Рекомендации по выполнению домашнего задания № 1 по дисциплине **«Социальное взаимодействие в строительной отрасли»**. Выполнение домашнего задания заключается в разработке примерной программы и анкеты для организации и проведения социологического исследования по предложенной теме.

Эта работа является обязательным мероприятием текущего контроля. Его выполнение является необходимым для получения отметки об освоении курса.

Рекомендации по выполнению домашнего задания № 1

- Определите свой вариант темы по таблице.

Вариант задания	Тема	Первая буква фамилии
1.	Стереотипы работодателей о профессиональных возможностях выпускников строительного вуза.	А
2.	Вопросы организации студентами вуза учебной и профессиональной деятельности.	Б
3.	Умение формирования студентами портфолио для поддержки образовательной и профессиональной деятельности.	В
4.	Карьерные стратегии студентов строительного вуза.	Г
5.	Отношение в профессиональной среде к работающим инвалидам и людям с ограниченными возможностями.	Д
6.	Формирование отношений в трудовом коллективе с участием представителей различных культур.	Е
7.	Проблемы межличностного взаимодействия в строительной сфере.	Ж
8.	Использование личностных ресурсов для саморазвития и развития в профессиональной сфере.	З
9.	Использование личностных ресурсов в процессе получения высшего образования.	И
10.	Рынок труда строительной сферы: основные проблемы.	К
11.	Кадровый потенциал строительной отрасли.	Л
12.	Требования рынка труда к личностным и профессиональным навыкам.	М
13.	Профессиональное самоопределение студентов.	Н
14.	Возможности реформирования строительной отрасли: мнение студентов.	О
15.	Образовательные системы и развитие личности студента.	П
16.	Проблема адаптации молодежи к условиям организации и	Р

Вариант задания	Тема	Первая буква фамилии
	требованиям общества.	
17.	Бюрократизм в системе управления: возможности минимизации с позиций студенчества	С
18.	Возможности реформирования строительной отрасли: мнение студентов.	Т
19.	Проблема качества образования глазами студентов МГСУ.	У
20.	Об отношении студентов к платному образованию.	Ф,Х
21.	Социальное самочувствие молодежи.	Ц, Ч
22.	Проблемы реновации городской среды.	Ш, Щ
23.	Влияние сферы общения на культуру речи.	Э, Ю
24.	Имидж организации (на примере конкретной организации).	Я

- Напишите программу социологического исследования (структуру программы см. ниже), основываясь на своем варианте темы.
- Разработайте анкету для сбора первичной информации.
- Выслать на проверку преподавателю рабочую программу и анкету.

Структура программы социологического исследования

I. Методологический раздел

1. Проблема исследования - _____
- 2.1. Объект исследования - _____
- 2.2. Предмет исследования - _____
3. Цель исследования - _____
4. Задачи исследования - _____
5. Рабочая гипотеза - _____

II. Методический раздел

1. Описание генеральной совокупности;
2. Описание выборочной совокупности и способа её формирования
3. Определение метода сбора первичной информации

III. Организационный раздел

- Написание рабочего плана проведения исследования, где определяются виды работ, финансовое и кадровое обеспечение, ответственные и сроки выполнения работ.

Требования к оформлению

Шрифт – Times New Roman – 12 кегль.

Междустрочный интервал – 1,5 строки.

Поля – 2 см со всех сторон.

Нумерация страниц – внизу, в центре страницы.

Перед тем как приступить к разработке программы и инструментария (метода сбора первичной информации) учебного социологического исследования, ознакомьтесь с содержанием методических указаний к организации и проведению социологических исследований, размещенных ниже.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

I. ПРОГРАММА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Социологическое исследование – это сложная процедура анализа социальных явлений и процессов при помощи специальных методов, позволяющих получить, а затем систематизировать данные о процессах и отношениях, и делать обоснованные выводы и рекомендации. Социологическое исследование включает в себя ряд логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур осуществляемых с целью получения точной и объективной информации об изучаемом объекте.

2. Программа конкретного социологического исследования

Программа КСИ - это научный документ, где изложены теория и методология исследования, его процедура и основные принципы организации. Программа является обязательным исходным документом любого социологического исследования, независимо от того, является ли исследование теоретическим или прикладным.

Программа социологического исследования включает в себя следующие разделы: **(более подробное рассмотрение элементов разделов идет после рассмотрения структуры разделов).**

Методологический раздел. Содержит:

- Постановку и обоснование проблемы;
- Определение объекта и предмета исследования;
- Описание цели и задач исследования;
- Интерпретацию основных понятий;
- Формулировку рабочих гипотез.

Методический раздел. Содержит:

- Описание генеральной совокупности;
- Формирование выборочной совокупности, определение типа выборки;
- Выбор методов сбора эмпирических данных.

Организационный раздел. Содержит:

- Написание рабочего плана проведения исследования, где определяются виды работ, финансовое и кадровое обеспечение, ответственные и сроки выполнения работ.

2.1. Методологический раздел

Научная проблема отражает проблемную ситуацию или противоречивые отношения, которые возникают в процессе развития и функционирования социальных систем или взаимодействия индивида с группой или с другими индивидами.

Проблема это определенное противоречие между знанием о потребностях человека, групп, общества в определенных практических действиях и незнанием путей, способов, методов и средств реализации этих действий, т. е. определенный дисбаланс между существующим и должным.

Проблемная ситуация может возникнуть также из-за отсутствия или недостаточности информации о социальных процессах или структурах. Отсутствие такой информации приводит к тому, что теоретическая модель общества будет неполной и в дальнейшем возникнут трудности при использовании имеющегося знания для регулирования социальных процессов. Все эти проблемы актуальны для современного российского общества, переживающего период серьезных изменений и трансформаций.

Цель исследования – ориентирует исследователя на конечный результат, модель ожидаемого конечного результата. Например, **цель** может звучать так: *«Выявить мнения и предпочтения жителей микрорайона по вопросам благоустройства территории».*

Задачи исследования - определение процедур, реализация которых направлена на достижении цели исследования.

Например:

Задача 1. Опросить жителей микрорайона

Задача 1.1. Разработать инструментарий (анкету и способ её распространения) для проведения опроса

Задача 1.2. Собрать и обработать информацию

Задача 1.3. Представить результаты опроса и рекомендации

Объект социологического исследования - область социальной действительности, на которую направлен процесс научного познания. Объект научного исследования, в том числе и социологического, не зависит от исследователя и противостоит ему в процессе познания. В качестве объекта исследования могут выступать социальные группы, отношения внутри социальной группы, организации, способы взаимодействия между членами организации, порождающие социальную проблему.

Предмет исследования – это специфические черты и характеристики объекта исследования, которые непосредственно подлежат изучению. Предмет исследования формируется непосредственно ученым (исследователем).

Пример:

Проблема исследования - у студентов старших курсов увеличивается количество пропусков аудиторных занятий по неуважительным причинам.

Объект исследования – студенты технического вуза

Предмет исследования – отношение студентов к учебе

Цель исследования - выявить, как меняется отношение студентов к учебе на протяжении всего периода пребывания в вузе

Задача исследования 1. - определить, какие мотивы и факторы влияют на изменение отношения студентов к учебе

Задача 1.1. Разработать инструментарий (анкету и способ её распространения) для проведения опроса

Задача 1.2. Собрать и обработать информацию

Задача 1.3. Представить результаты опроса и рекомендации

(Как видно из примера, более конкретные задачи №№ 1.1.-1.3. могут быть одинаковыми в различных исследованиях)

Интерпретация понятий

Это многоступенчатая процедура истолкования смысла основных понятий исследования. Необходимо точно и четко обозначить, что понимается под тем или иным термином.

Формулировка гипотез

Формирование гипотезы - заключительная часть теоретической подготовки КСИ. Гипотеза в социологическом исследовании - это научно обоснованное предположение о структуре изучаемого объекта, о возможных связях между социальными явлениями. Гипотеза - это отправная точка для исследования, дальнейшие этапы КСИ находятся в прямой зависимости от выдвинутых гипотез. По содержанию гипотезы подразделяются на описательные, объяснительные и прогнозные. По сути сам процесс социологического исследования сводится к попытке доказать или опровергнуть гипотезу.

2.2. Методический раздел

Определение генеральной совокупности

Следующий этап разработки программы заключается в выделении изучаемого объекта. Все объекты, которые необходимо исследовать в рамках сформулированной проблемы, образуют генеральную совокупность. (Например, учащиеся высших учебных заведений г. Москвы, безработная молодежь и т.д.) Во многих случаях невозможно (да и не нужно) охватывать исследованием всех его участников, например, всех жителей города, всех студентов института и т.д. Если социолог решает исследовать весь изучаемый массив - такое исследование называется сплошным, если же исследуется его часть - выборочным.

Выборочное исследование предполагает определение необходимой для исследования части генеральной совокупности, которая называется выборочной совокупностью или выборкой.

Формирование выборочной совокупности.

С помощью конкретных приемов отбирают часть объектов генеральной совокупности, которая составит выборку. Выборочная совокупность как бы отражает весь объект в целом и выступает его своеобразной моделью. Необходимым условием выборочной совокупности должна быть ее репрезентативность. Выборочная совокупность должна воспроизводить параметры, признаки и их распределение в пропорциях, соответствующих генеральной совокупности.

Тип выборки.

Рассмотрим более подробно квотную и пошаговую выборки.

Квотная выборка представляет собой часть генеральной совокупности, воспроизводящая её основные характеристики в тех же пропорциях, что и у генеральной совокупности.

Число характеристик, данные о которых выбираются в качестве квот, как правило, не превышают четырех. Такими характеристиками могут быть: пол, возраст, образование, семейное положение. Имея общую численность генеральной совокупности 2000 человек (даны примерные цифры для удобства иллюстрации метода), нам необходимо будет исследовать 100 человек. Процентное соотношение используемых характеристик в квотной выборке должно соответствовать их соотношению в генеральной совокупности. (Например, в генеральной совокупности 800 (40%) безработных составляют мужчины и 1200 (60%) - женщины, среди мужчин имеют семью 300 (15%) человек, среди женщин 600 (30%), таким образом, в выборочной совокупности должно быть 40 мужчин и 60 женщин, среди мужчин 15 человек должны иметь семью, среди женщин - 30). Допустимые отклонения в параметрах выборки могут составлять от 3% до 10%..

Пошаговую выборку применяют при однородных и небольших по численности генеральных совокупностях (до 1000 человек). Пошаговую выборку целесообразно применять при работе с генеральной совокупностью, формируемой по одному признаку, например, жители конкретного района города.

Имея полный список лиц, составляющих генеральную совокупность и определив объем выборочной совокупности (например, 100 человек), устанавливаем шаг выборки делением первого числа на второе (1000 делим на 100) и получаем шаг отбора - каждый 10-ый из списка.

Главный результат процедуры выборки - это определение ее объема, знание общего числа единиц исследования, включенного в выборочную совокупность. Определив объем выборочной совокупности, переходим к следующему этапу социологического исследования – выбору метода сбора информации.

NB: В связи с тем, что в качестве метода сбора первичной информации обучающимся предлагается использовать письменный опрос на основе разработанной анкеты, поэтому в «**Методы сбора эмпирических данных**» основное внимание будет уделено структуре анкеты и видам вопросов.

2.3. Организационный раздел

включает рабочий план исследования с обязательным указанием этапов исследования, сроков проведения и ответственных за каждый из них.

Пример оформления организационного раздела

	Этапы исследования	Сроки	Исполнители
1.	Подготовительный 1. Разработка программы и инструмента-	01.09 – 10.09.2019	Смирнов И.С. Ильин А.Н.

	рия исследования		
	2. Апробация инструментария	11.09 – 20.09.2019	Смирнов И.С. Семенов А.А.
2.	Основной 1. Сбор информации	21.09 -10.10.2019	Ильин А.Н. Кузнецов Д.А. Семенов А.А.
	2. Обработка и анализ информации	11.10 – 25.10.2019	Смирнов И.С. Кузнецов Д.А
3.	Заключительный 1. Предоставление отчета о результатах исследования	27.10.2019	Смирнов И.С. Ильин А.Н.
	2. Предоставление рекомендаций по результатам исследования	27.10.219	Ильин А.Н. Иванов К.А.

II. МЕТОДЫ СБОРА ЭМПИРИЧЕСКИХ ДАННЫХ

При проведении социологических исследований используют следующие методы сбора эмпирических данных (первичной информации)

1. Интервью (устный опрос)
2. Анкетирование (письменный опрос)
3. Анализ документов
4. Контент-анализ (анализ документов на основе выделения смысловых единиц)
5. Наблюдение
6. Эксперимент

Основное внимание в данном разделе будет уделено рассмотрению анкетирования как метода сбора первичной информации.

1. Анкетирование

Анкетный опрос проводится с помощью специально разработанного опросника - анкеты. При анкетировании меняется способ восприятия респондентом вопроса: при интервью – восприятие устной речи в диалоге с исследователем (интервьюером), при анкетировании – восприятие письменного текста. При ответе на вопросы анкеты повышается самостоятельность респондента, в отличие от интервью, не контролируется отношение респондента к опросу, искренность ответов, их правильная формулировка. В ходе анкетирования возрастает число формальных ответов, увеличивается доля не ответивших, снижается количество возвращенных анкет. Это приводит к снижению качества получаемой информации.

Анкетирование позволяет в короткий срок и с небольшим числом анкетеров опрашивать большое количество людей (групповое раздаточное анкетирование) или вообще обойтись без анкетеров (почтовое или прессовое анкетирование), а также позволяет избежать влияния малоквалифицированных интервьюеров, работающих на общественных началах.

В зависимости от способа распространения анкеты выделяют следующие виды анкетирования: 1) раздаточное; 2) почтовое; 3) прессовое.

Раздаточное анкетирование – проводится в аудиториях, где респондент непосредственно получает анкету от исследователя и здесь же заполняет её. Этот тип анкетирования гарантирует добросовестное заполнение анкеты, почти полный их возврат.

Почтовое анкетирование. Анкеты распространяются путем почтовой рассылки. Список респондентов, которым рассылаются анкеты, - это список всей генеральной или выборочной совокупности. Возврат заполненной анкеты оплачивается организаторами опроса: вместе с анкетой высылается маркированный конверт с указанным обратным адресом. Наиболее оптимально использование почтового анкетирования при проведении экспертного опроса, когда респонденты находятся в разных городах. В настоящее время, в связи с развитием Интернета почтовое анкетирование утратило практическую значимость.

Прессовое анкетирование. Анкеты публикуются в журналах или газетах. Недостатком прессового анкетирования можно считать низкий процент возврата анкет, примерно, 10-15%, неопределенность, размытость параметров генеральной совокупности.

Для повышения активности респондентов и увеличения количества возвращаемых анкет проводится пропаганда предстоящего опроса в соответствующем периодическом издании. Заранее публикуется информация о предстоящем анкетировании, его целях и сроках проведения. Это приводит к повышению заинтересованности потенциальной аудитории на 20%.

2. Структура анкеты

Анкета состоит из нескольких частей: вводной, основной и заключительной. В совокупности они образуют систему вопросов, позволяющих получить информацию по исследуемой проблеме.

В начале анкеты располагается **вводная часть**, в которой объясняется

- кто и с какой целью проводит опрос;
- дается инструкция по заполнению анкеты;
- указываются сроки и способ возврата анкеты (если анкетирование не является раздаточным),
- даются гарантии анонимности или конфиденциальности.

После вводной части расположена «паспортчика» или **социально - демографический блок**. В этой части анкеты содержатся вопросы, основной целью которых является выяснение социально-демографических характеристик участников анкетирования:

- пол,
- возраст,

- семейное положение,
- социальное положение,
- уровень образования.

Основная часть анкеты содержит вопросы, являющиеся ключевыми в данном исследовании. Количество вопросов может быть ограничено до 10-20. Особенно это относится к учебным социологическим исследованиям. Время заполнения анкеты, в зависимости от количества вопросов, должно быть в пределах 30-45 минут.

В заключительной части анкеты выражается благодарность респонденту за участие в анкетировании (исследовании), указывается важность и значимость полученной от него информации.

3. Виды вопросов

Выделяют следующие виды вопросов:

3.1. По форме (открытые, закрытые, полужакрытые/ полужакрытые).

Открытые вопросы – ответ на такой вопрос формулируется респондентом в свободной форме.

В **закрытых вопросах** респонденту предлагаются варианты ответов на вопрос. **Полужакрытые вопросы** сочетают два вышеназванных способа ответов.

Закрытые вопросы бывают:

а) Дихотомические – содержат два взаимоисключающих варианта ответа, таких как «Да» или «Нет».

б) Поливариантные (меню) – респонденту предлагается несколько вариантов ответов, из которых он, в зависимости от условий, оговоренных в анкете, может выбрать один, несколько или все варианты.

в) Шкальные – ответ на вопрос представлен в виде шкалы, респондент должен выбрать один из вариантов ответа. Например: Сколько времени Вы тратите на дорогу в университет:

- 30 минут
- 45 минут
- 1 час
- более одного часа.

Ещё пример шкального вопроса.

Оцените свое отношение к поведению молодежи вечером в парке по 5-ти бальной шкале,

1 2 3 4 5

Где 1 – означает, что поведение молодежи вечером в парке Вас не беспокоит, а 5 – означает, что поведение молодежи вечером в парке вызывает у Вас серьёзное беспокойство (озабоченность).

3.2. По функциям (контактные, контрольные, вопросы-фильтры, буферные вопросы)

а) Контактные вопросы.

Вводятся исследователем для установления контакта с респондентом, введения в тематическую область исследования, создания положительной мотивации. Их цель - заинтересовать респондента поучаствовать в анкетировании, облегчить ему процесс погружения в исследуемую проблему. Поэтому контактные вопросы должны быть простыми и ясными, ответы на них легкими.

б) Контрольные вопросы.

Предназначены для проверки достоверности, искренности ответов респондентов. Это ряд вопросов, которые повторяются в анкеты в видоизмененной форме, но имеют одну и ту же смысловую нагрузку.

в) Вопросы-фильтры. Вводятся в анкету для осуществления отбора респондентов. Относятся не ко всей совокупности опрашиваемых, а лишь к определенной ее части. Например: в исследовании о проблемах молодой студенческой семьи, вопрос о семейном положении респондентов будет являться вопросом-фильтром. Вопрос-фильтр может предварять блок вопросов.

г) Буферные вопросы. Предназначены для переключения внимания респондента на новый тематический блок, при переходе с одной темы на другую. Они могут быть использованы для снятия напряжения, нежелательных установок, возникших у респондентов.

- по содержанию (вопросы о знаниях; о мотивах, мнениях, установках и оценках; о фактах; о поведении):

3.3 По отношению к респонденту (прямые, косвенные, проективные):

а) Прямые вопросы, это вопросы, относящиеся непосредственно к личности респондента.

б) Косвенные вопросы, задаются респонденту для выяснения его мнения или отношения к предмету вопроса косвенным образом.

в) Проективные вопросы, сформулированы таким образом, чтобы респондент представил себе ситуацию, которая задана исследователем. Например: «Если бы у Вас появилась возможность получения другой работы, Вы воспользовались бы таким случаем?»

Рекомендация:

- структура анкеты может иметь следующий вид: вводная часть, «паспортчика», основные вопросы, заключительная часть;

- при составлении анкеты старайтесь использовать как можно больше различных видов вопросов.