



Опросные методы в социологии

Метод - это то, что побуждает социальную проблему к развертыванию ее «складок» , к движению в сторону нового...

- метод – это то, что побуждает социальную проблему к развертыванию ее «складок» (Ж. Делез), к движению в сторону нового, к развитию в череде грядущих событий актуального исторического мира.
- Научные методы – это **инструменты актуализации социальных проблем** посредством обнаружения их смыслов.
- М. Саврански категорически не согласен с социологической модой последних десятилетий, наделяющей методы социального познания *креативной силой*; не метод создает проблему, но проблема провоцирует метод, выявляет себя с помощью метода и выходит за очерченные им рамки, в неведомое будущее.
- Поэтому социальная проблема в одно и то же время имманентна методу своего познания и трансцендентна (выходит за пределы чувств. опыта, эмпирич познания) по отношению к нему и предлагаемому им решению.
- **Саврански Мартин** (Лонд.унт, соц фт). Социальное и его проблемы: к вопросу о проблемной социологии (SAVRANSKY M. The social and its problems: On problematic sociology // Inventing the social / ed. by N. Marres, M. Guggenheim, A. Wilkie. – Manchester: Mattering press, 2018. – Mode of access: <http://research.gold.ac.uk/18666/1/Savransky%2C%20The%20Social%20and%20Its%20Problems%20OK.docx>)

Опрос – получение информации от людей (респондентов), которые отвечают на поставленные вами вопросы.



- До **90%** всех социологических данных получены благодаря этому методу.

Виды опроса

- **анкетирование** , когда опрашиваемый заполняет вопросник сам в присутствии анкетера или без него;
- **интервью** (или очный опрос), когда интервьюер лично общается с респондентом. Интервьюер сам задает вопросы опрашиваемому и фиксирует полученные ответы.

Классификация опросных методов

По способу организации:

- по месту основной занятости респондентов (по месту учебы или работы).
- по месту жительства (для всех категорий населения).

В зависимости от источника информации:

✓ **массовый опрос** (основной источник информации- представители разл категорий населения, чья деятельность не связана непосредственно с предметом исследования);

✓ **экспертный опрос** (гл источник информации- компетентные люди, профессиональная деятельность которых имеет тесную связь с предметом изучения).

По способу общения между исследователем и респондентом:

- **очный** (в ходе него происходит прямое общение исследователя с респондентом),
- **заочный** (анкета вы-ся по почте, электронной почте.% возврата анкет в таком случае очень низок).

По х-ру процедуры личного опроса: групповой; индивидуальный (если нет возм пригласить респ-ов в одно место, опрос

Анкетирование: преимущества и недостатки

Вид опроса	преимущества	недостатки
Анкетирование	<ul style="list-style-type: none">• Возможность опросить большое число людей (самый массовый из всех методов исследований);• Низкозатратный (по времени, по финансам, не требует привлечения высококлассных интервьюеров);• Позволяет максимально формализовать процедуру сбора информации, что значительно облегчает работу интервьюеров и обработку результатов;• Исключает социально-психологическое влияние интервьюера на респондента, возможность анонимного анкетирования и полной самостоятельности при ответах	<ul style="list-style-type: none">• Высокая вероятность низкого качества заполнения анкет (пропуск вопросов, некорректный выбор ответов);• Вероятность невозврата анкет;• Стандартизированный подход ко всем респондентам, невозможность корректировать вопросы и структуру анкеты в зависимости от образования, статуса и культуры респондента;• Степень достоверности полностью зависит от качества анкеты

Интервью – проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом (опрашиваемым).

Анкетный опрос – один из основных видов опроса, осуществляемого путем опосредованного общения социолога и респондента.

Социометрия (социометрический метод) – вид опроса, цель которого – количественное измерение и анализ структуры межличностных отношений в малых группах и коллективах путем фиксации связей предпочтения, выявленных среди их членов в ситуации выбора.

Виды интервью

По технике проведения:

- * **свободное интервью** (вопросник заранее не готовится, определяется только тема разговора, проводится для уточнения проблемы исследования);
- **стандартизированное интервью** (сост-ся общий план беседы, опред-ся последоват-ть вопросов и примерные варианты ответов).

По типу респондентов:

- **с ответственным лицом** (занимает ответств. пост и по своим должностн обяз-ям владеет опред информацией);
- **с экспертом** (является спец-ом высш категории в дан проблеме, способен дать макс подробную инф или объект оценку);
- **с рядовым респондентом** (с обыкновенным жителем, который воспринимает ситуацию как обычный житель города).

По способу общения между исследователем и респондентом:

- **явные** (проводимые «лицом к лицу» с опрашиваемым человеком или группой людей);
- **фокус-группы** (обсуждение в группе);
- **телефонные** (проводимые по телефону).

Преимущества и недостатки опроса

Анкетирование

(+)

1. Позволяет быстро получить информацию на значительном массиве людей;
2. Соблюдает анонимность и достоверность информации;
3. Обеспечивает минимум влияния на респондента.

(-)

1. Отсутствие помощи со стороны социолога при сложных вопросах;
2. Неполный возврат анкет;
3. Заполнение анкеты не санкционированным респондентом

Интервьюирование

(+)

1. Позволяет выявить скрытые мотивы поступков;
2. Позволяет анализировать проблему с учетом различий в культуре и образовании людей;
3. Убирает эффект стереотипности респондента.

(-)

1. Зависит от профессиональной подготовки интервьюера;
2. Отказ респондента давать ответы;
3. Требуется много времени для опроса значительного массива людей.

Какие преимущества и недостатки опроса можно было бы внести в данную таблицу?

Общая композиция анкеты

Анкета должна состоять из трех частей:

- 1. Вводная часть**
- 2. Основная часть**
- 3. Паспортичка**

Далее идет завершающая часть, *благодарность за работу.*

Вводная часть

Главная задача - **пробудить желание** респондента отвечать на вопросы анкеты.

Она содержит:

1. **Обращение** (уважаемый читатель, житель, гражданин и т.д.)
 2. **Данные организации** (учреждения), проводящей опрос.
 3. **Цель и задачи** исследования, значимость решения поставленных задач.
 4. Значимость **роли респондента** для решения этих задач.
 5. Гарантию **анонимности** (всегда ли обещается эта анонимность).
 6. Указание о **технике заполнения** анкеты.
 7. Выражение **благодарности**, высказываемое авансом опрашиваемому.
- Назначение вводной части – макс. расположить к себе респ-та, заинтересовать темой опроса и пробудить в нем искреннее желание участвовать в исследовании. При составлении обращения следует помнить, что, **во-первых**, оно должно быть *предельно ясным* для респондента, а **во-вторых**, *кратким*. Многие люди не очень склонны читать длинные тексты, чрезмерная растянутость вводной части может привести к отрицательному эффекту и в конечном счете свести на нет все усилия исследователя.

Основная часть – самая большая и сложная по содержанию

- Это вопр в опред последовательности, раскрывающей содержание исследуемой темы. Она структур-ся, гл обр с учетом психологии респ-та, на блоки вопросов. Их последоват-ть и назн д.б. строго определены.
- **Первые – контактные вопросы**, осн цель кот - заинтересовать респ-та проблемой, облегчить ему процесс включения в работу. Это вопр №1-3, кот не д.б. слишком трудными. Самые удобн вопр - *событийного содержания, фактическ инф-ии*, н-р, о труд.биографии, описат хар-ки (н-р, год выхода на пенсию).
- **После контактн вопр. - основные**, более трудн – на выяснение мнен, оценок индивида, ориентаций и т.д.
- Для каждой **отдельной задачи** лучше разработать **свой блок вопросов**. Вопросы можно располагать по блокам, а *можно вперемешку*.
- Самые **сложные** вопросы лучше располагать **в середине анкеты**.
- Наиболее острые или **интимные вопросы** располагаются в *последней трети листа* – респондентами проделана уже значительная часть работы, и они отвечают и на эти вопросы.
- **На последнем месте** - закл. вопросы, осн задача кот - **снять психологическое напряжение** у респ-ов, дать почувствовать, что проделана серьезная и нужная работа. Это должны быть наиб простые вопросы, ответы на кот не требуют сильного напряжения памяти, внимания и т. п.

«Паспортичка»

как правило, помещается в конце анкеты, т.к. не требует большого напряжения.

Это вопросы, отражающие **социально-демографические характеристики респондента**: пол, возраст, образование, профессия, семейное положение, уровень дохода и др.

Пример «паспортички»:

- **Ваш возраст:**
- до 12 лет
- 13 – 24 года
- 25 - 34 лет
- 35 – 50 лет
- свыше 50 лет

«Паспортичка» (продолжение)

Ваше образование:

- Неполное среднее
- Полное среднее
- Среднее специальное
- Незаконченное высшее
- Высшее

Ваш пол:

М

Ж

Ваш профессиональный статус:

Рабочий

Служащий

Специалист

Учащийся, студент

Пенсионер

Временно не работающий

Домохозяйка

Другое (укажите) _____

Разработка анкеты



Классификация вопросов

Закрытые вопросы В анкете приводится несколько возможных вариантов ответов.

- **Пример:** Как часто Вы проводите свободное время со своими ...

Внимание! Ответы нужно давать по каждой строке.

	Почти каждый день	Несколько раз в неделю	Несколько раз в месяц	Несколько раз в год и реже	Никогда
Родственниками					
Друзьями из числа соседей					
Друзьями по работе					
С другими друзьями					

Полузакрытые вопросы

Это вопросы, в которых есть как предлагаемые варианты, так и возможность дать свой собственный ответ.

Например:

Что, по Вашему мнению, является основной причиной разводов?

- Эгоизм супругов
- Материальные проблемы
- Стремление супругов к карьере, даже в ущерб семье
- Ваш вариант (напишите)

Открытые вопросы

Открытые вопросы не содержат подсказок, дают более богатую по содержанию информацию, т.к. респонденты имеют возможность выразить свое мнение со всеми подробностями.

Пример 1:

- **Что Вам нравится в работе данного учреждения?** _____

Пример 2:

- **Напишите, пожалуйста, а что Вам не нравится в работе Школы подготовки к освобождению?**
-

- + Если респонденту хорошо знакома тема опроса, то он охотнее будет отвечать на открытые вопросы.
- + Если предмет опроса ему мало знаком или неинтересен, то он либо будет отвечать не по существу, либо уклонится от ответа.
- + Поэтому, применяя открытый вопрос, есть риск совсем не получить содержательную информацию.

Закрытые вопросы

Альтернативный вопрос

Вопрос с выборочным ответом

Вопрос со шкалой Лайкерта

Семантический дифференциал

Шкала важности

Оценочная шкала

Вопрос, предлагающий выбор из двух ответов

Вопрос, предлагающий три или более вариантов ответа на выбор

Вопрос с предложением указать степень согласия или несогласия с сутью сделанного заявления

Шкала разрядов между двумя биполярными понятиями, в которой опрашиваемый выбирает точку, соответствующую направленности и интенсивности его чувств

Шкала с ранжированием любой характеристики по степени важности: от «совсем неважной» до «исключительно важной»

Шкала с ранжированием любого признака: от «неудовлетворительного» до «отличного»

Открытые вопросы

Вопрос без заданной структуры

Подбор словесных ассоциаций

Завершение предложения

Завершение рассказа

Завершение рисунка

Тематический апперцепционный тест

Вопрос, на который опрашиваемый может ответить практически бесчисленным количеством способов

Опрашиваемому называют по одному слову и просят назвать в ответ первое пришедшее ему на ум слово

Опрашиваемому предлагают по одному незаконченные предложения и просят завершить их

Опрашиваемому предлагают незаконченный рассказ и предлагают завершить его

На рисунке два персонажа, один из которых высказывает мысль. Опрашиваемого просят представить себя на месте второго персонажа и вписать свой ответ от его имени в пустой овал

Опрашиваемому показывают картинку и просят придумать рассказ о том, что, по его мнению, на ней происходит или может произойти

Основные и второстепенные вопросы

В зависимости от цели исследования вопросы подразделяются на *содержательные* (основные) и *функциональные* (второстепенные).

- **Содержательные** - направлены на раскрытие содержания определенных явлений и их взаимосвязей.
- **Функциональные** - упорядочивают течение опроса. Они в свою очередь делятся на *функционально-психологические*, *вопросы фильтры*, *контрольные вопросы*.

Функциональные вопросы

1. **Функционально-психологические** вопросы используются для снятия напряжения, для перехода от одной темы к другой, для снятия установок у респондентов, для определения эмоционально-психологического состояния респондента.
2. **Вопросы-фильтры** используются для определения компетентности респондента в теме исследования.
3. **Контрольные вопросы** используются для проверки достоверности данных.

Функционально-психологические вопросы:

□ Используются для снятия напряжения, для перехода от одной темы к другой, а также для снятия установок, возникающих у респондентов.

□ Например:

«После работы Вы возвращаетесь домой. Дома Вас ждут жена и дети. Любите ли Вы находиться у себя дома?»

После такого вопроса интерес к семье со стороны исследователя вполне обоснован, вопросы не вызывают неудовольствия и опрашиваемый охотно отвечает на них.

Вопросы-фильтры

Используются, когда необходимо выделить и опросить только часть всей совокупности опрашиваемых

Пример: *Посещали ли Вы за последние 6 месяцев культурно-массовые мероприятия нашего учреждения?*

- 1. Да,
- 2. Нет.
- Если нет, то переходите к разделу «Сведения о себе»

Контрольные вопросы

- ▣ Их назначение — проверка достоверности данных, в случае когда возникает необходимость в проверке искренности ответов респондентов.
- ▣ Например:
- ▣ Сначала можно спросить респондента, насколько он доволен своей работой. Через несколько вопросов задается первый контрольный вопрос: «Хотели бы Вы перейти на другую работу?», затем второй: «Предположим, что по каким-то причинам Вы временно не работаете. Вернулись бы Вы на прежнее место работы?» Сопоставление ответов на эти вопросы дает информацию об искренности опрашиваемого. В случае противоречия в ответах такие результаты бракуются либо подлежат дополнительному изучению с целью получения адекватной информации.

- **Контактные** вопросы ставятся в начале анкеты. После прочтения первых вопросов у респондента должно сложиться благоприятное впечатление о предстоящей работе по заполнению анкеты.
- **Буферные вопросы.** Главная их цель — смягчение взаимовлияния вопросов в анкете, обеспечить плавный переход от одной теме к другой. Например: «*А теперь несколько слов о...*»
- **Вопрос-тест** обычно используют при определении информированности. Пример -Знаете ли Вы хорошо современных исполнителей?

1. Да

2. Нет

А после вопроса даётся перечень нескольких (10 или 20) наиболее известных песен и респонденту предлагается выбрать автора или исполнителя из приведенного рядом списка.

Шкальные вопросы

Виды шкал

- Шкалы номинального типа
- Шкалы порядка
- Шкалы интервалов
- Шкалы отношений
- Шкалы разностей

Шкала – некая система показателей, присваиваемых изучаемому объекту, т.е. это *переменная с вариантами ответов*.

Показатели в шкалах называют *шкальными значениями* или совокупностью *шкальных значений*.

Например:

- 1) полностью удовлетворен;
- 2) частично удовлетворен;
- 3) затрудняюсь ответить;
- 4) отчасти не удовлетворен;
- 5) полностью не удовлетворен.

Переменные - ЭТО ТО, ЧТО МОЖНО

- измерять,
- контролировать или
- что можно изменять в исследованиях.

Переменные

- **Зависимые и**
- **независимые переменные.**
- *Независимыми переменными* называются переменные, которые варьируются исследователем, тогда как *зависимые переменные* - это переменные, которые *измеряются или регистрируются*. Термины зависимая и независимая переменная применяются в основном в экспериментальном исследовании, где экспериментатор манипулирует некоторыми переменными, и в этом смысле они «независимы» от реакций, свойств, намерений и т.д. присущих объектам исследования. Некоторые другие переменные, как предполагается, должны «зависеть» от действий экспериментатора или от экспериментальных условий.

Типы шкал

Номинальная: с помощью номинальной шкалы мы измеряем такие переменные, которые в принципе не могут количественно отличаться друг от друга.

Ранговая: данные рангового уровня измерений включают в себя категории наблюдения, которые размещены по порядку (от большего значения измеряемого признака к меньшему его значению или наоборот – от меньшего к большему).

Интервальная: значения переменных, измеряемых с помощью интервальных шкал, изменяются непрерывно, они представляют собой численные величины.

Пропорциональная шкала – та же интервальная шкала, но с зафиксированной точкой начала отсчета.

Номинальная шкала

- Данный вид шкалы отражает прямые свойства объекта, имеющие *объективный характер*: пол, возраст, национальность, образование, род занятий, должность, место проживания, принадлежность к политическим партиям и т.п.
- Такая шкала ничего не измеряет, а только указываются свойства объекта.

Ваше семейное положение:

- 1. Женат
- 2. Холост
- 3. Разведен
- 4. Вдовец
- 5. Состою в гражданском браке

Шкалы порядка

Шкала называется ранговой (*шкала порядка*), если множество Φ состоит из всех монотонно возрастающих допустимых преобразований шкальных значений.

Измерение в шкале порядка может применяться в следующих ситуациях:

- необходимо упорядочить объекты во времени или пространстве;
- нужно упорядочить объекты в соответствии с каким-либо качеством, но при этом не требуется производить его точное измерение;
- какое-либо качество в принципе измеримо, но в настоящий момент не может быть измерено по причинам практического или теоретического характера.



Порядковая шкала

ПШ с помощью чисел может показывать порядок расположения *субъективных оценок респондента*, предлагаемых в анкете или *оценок его самоощущения*. ПШ чаще всего измеряет степень согласия с утверждением или уровень удовлетворенности чем-либо, кем-либо. Варианты ответов идут от максимально положительного к отрицательному или наоборот.

Пример - «**Удовлетворены ли Вы своей работой?**»

- 1) вполне удовлетворен;
- 2) удовлетворен;
- 3) скорее удовлетворен, чем не удовлетворен;
- 4) затрудняюсь ответить;
- 5) скорее не удовлетворен, чем удовлетворен;
- 6) Не удовлетворен;
- 7) совершенно не удовлетворен.

- С *порядковой шкалой* мы встречаемся в обыденной жизни. Когда заболеваем, температуру измеряем по шкале порядков. Когда сдаем экзамены, то уровень наших знаний преподаватель оценивает по *порядковой шкале*.

Интервальная шкала -

это шкала, в которой значения даны в определенных пределах (интервалах) и выражены в *числах*. Например, при определении уровня доходов, возраста, стажа работы, периодичности каких-либо действий.

В данном типе шкалы используется числовая система измерения в определенных интервалах, т. е. здесь присутствует единица измерения

Например:

Возраст, годы:

15–19

20–24

25–29

30–34

35–39

40–45 и т.д.

Уровень доходов, рубли:

до 500

500–1500

1501–2500

2501–3500

3501–4500

4501–5500 и т.д.

-И

Интервальная шкала

обладает также характеристикой расстояния между отдельными градациями шкалы, измеряемого с помощью определенной единицы измерений, то есть используется количественная информация

Пример

Пожалуйста, оцените каждую марку товара с точки зрения его качества

Марка	Рейтинг (обведите одну из цифр)									
	Очень низкое					Очень высокое				
«Монблан»	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
«Паркер»	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
«Кросс»	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Метрическая шкала в социологии — это

- *непрерывный ряд значений числового показателя.*
- Такая шкала должна давать ответ на вопрос, *насколько или во сколько раз различаются значения изучаемого признака у одного респондента в сравнении с другим.*
- Примером метрической шкалы в анкете может стать **измерение возраста респондента** — в данном случае можно установить, что один из них, скажем, на пять лет моложе или вдвое старше другого. Пример представлен ниже.



2

ОДИНОЧНЫЙ ВЫБОР

Укажите ваш возраст

- 16-20
- 21-25
- 26-30
- 31-35
- 36-45
- 46-55
- 56-60
- старше 60 лет

Шкала

Номинация

Номера бегунов



Финиш

Порядковая

Порядок мест победителей



Финиш

Третье

Второе

Первое

Интервальная

Результат по десятибалльной шкале

8,2

9,1

9,6

Относительная

Время, в секундах

15,2

14,1

13,4

ОЦЕНКА КОМПОЗИЦИИ АНКЕТЫ

Соблюдается ли принцип расположения вопросов от наиболее простых («контактных») в начале анкеты к наиболее сложным в середине ее и простым («разгрузочным») в конце анкеты?

Нет ли скрытого влияния предшествующих вопросов на последующие?

Отделены ли смысловые блоки вопросов «переключателями внимания», обращением к респонденту, информирующими о начале следующего блока?

Нет ли скоплений однотипных вопросов, вызывающих ощущение монотонности и утомления у респондента?

Критерии проверки анкеты

1. Система используемых категорий должна быть *понятна всем респондентам*.
2. Следует *избегать неясных формулировок*, специальных терминов.
3. Если на один *вопрос много вариантов ответов*, то их нужно разделить на тематические блоки и вместо одного воп
4. Чтобы пов. достоверность ответов, обеспечьте респонденту *возможность уклониться от них*.:«*Запр. ответить*».
5. **Закрытые вопросы** целесообразно превратить в полужакр, дав возможность респ-ту дописать свой вариант ответа.
6. **Шрифт текста** не должен быть «слепым», очень мелким, то есть трудно читаемым.
7. **Разным шрифтом** печатать текст вопроса и варианты отв (вопр- более крупн или жирным шрифтом, а вар-ты отв- курсивом).
8. Пояснения к смысловым вопросам лучше также набрать особым шрифтом, чтобы респондент обратил на них внимание.
9. Для ответа на открытые и полужакрытые вопросы должно быть достаточно чистых строк.
10. Нельзя допускать переноса половины ответов на вопрос на другую страницу.

Окончательная оценка качества составленной анкеты - пробное (или пилотное) исследование.

Пилотажное исследование -

- *пробное* исследование, предваряющее основное;
- предназначенное для *проверки качества основного исследования* и
- *охватывает небольшие совокупности,*
- *основываясь на упрощенной программе.*

Вопросы



Благодарю за работу!

nina_shukina@mail.ru

89879157558