

Опрос как метод социального исследования



1. Сущность, основные достоинства и разновидности опроса.
2. Анкетирование как разновидность опроса.
3. Специфика проведения интервью.
4. Телефонный, почтовый, прессовый, телевизионный и Интернет-опрос.

Опрос

– это метод сбора первичной социологической информации посредством устного или письменного обращения исследователя к определенной совокупности людей (респондентов) с вопросами, содержание которых освещает изучаемую проблему на уровне эмпирических показателей

Основные достоинства опроса

- охватывает **массовую аудиторию**
- позволяет получить **информацию о субъективных аспектах жизни** людей (мотивах, ценностных ориентациях, мнениях, отношении людей к чему-либо)
- позволяет получить **информацию не только о настоящем, но и прошлом и будущем** респондента;
- очень **гибкий метод** (в процессе опроса возможна корректировка задач и инструментария)
- при опросе достаточно **легко осуществить повторные исследования** объекта

Разновидности опроса

- анкетирование
- интервью
- экспертный опрос
- прессовый опрос
- телефонный опрос
- почтовый опрос
- телевизионный опрос
- Интернет-опрос

Анкетирование

- письменный опрос, при котором общение между исследователем и респондентом опосредуется анкетой.

Основные достоинства:

- оперативность
- экономичность

Разновидности анкетирования

Групповое

применяется по месту работы, учебы; один анкетер работает с группой из 15 – 20 человек

Достоинства:

- стопроцентный возврат анкет
- контроль качества их заполнения

Индивидуальное

вопросники раздаются на рабочих местах или по месту жительства респондентов, а время возврата заранее обговаривается

Достоинства:

- возможность подумать над вопросами
- отсутствие влияния других лиц

Анкета

**- объединенная единым
исследовательским замыслом
система вопросов,
направленных на выявление
мнений и оценок респондентов
и получение от них
информации о социальных
фактах, явлениях, процессах**

Структура анкеты

1. Титульный лист

- организация, которая проводит исследование
- название исследования
- регион, год проведения исследования.

2. Вводная часть – обращение к респонденту с указанием:

- цели исследования, направлений использования результатов
- правил заполнения анкеты
- гарантий анонимности

Основная задача – создать у респондента настрой на заполнение анкеты.

Структура анкеты

3. Основная часть - вопросы (их блоки), направленные на получение необходимой информации по изучаемой теме.

4. Социально-демографическая

часть – вопросы, выявляющие социально-демографические характеристики опрашиваемых: их пол, возраст, семейное положение, образование, профессия, количество детей, материальная обеспеченность и т.п.

Обязательно – в конце анкеты!

Виды вопросов

1. По содержанию:

- **вопросы о фактах, событиях** (ваш пол, возраст, профессия, есть ли дети, вы ходили в кино на этой неделе)
- **вопросы о знаниях, информированности** (знаете ли Вы, что... назовите, пожалуйста источник информации о..., оцените, пожалуйста степень Вашей информированности о...)
- **вопросы о мнениях, установках** (как Вы относитесь, что на Ваш взгляд, согласны ли Вы с мнением, что...)
- **вопросы о мотивах** (что побудило Вас к ..., чем Вы руководствуетесь при ...)
- **вопросы о поведении** (что бы Вы сделали, если ..., как бы Вы поступили в ситуации, когда)

2. По структуре:

- **открытые** - дают респонденту возможность высказать свое мнение в свободной форме
- + вероятность получить интересные суждения и оценки; хороши в качестве контрольных вопросов
- частые пропуски; сложность обработки ответов и формализации.

- **закрытые** - респонденту предлагаются все возможные варианты ответов.

Могут быть: **альтернативными** (выбор одного ответа) и **неальтернативными** (возможность выбора нескольких вариантов).

+ однозначная интерпретация и быстрая обработка.

- **комбинированные (полузакрытые)** - в перечне предлагаемых ответов есть позиция типа "другое (напишите)".

3. По функциям:

- **основные** - вопросы, с помощью которых решаются задачи исследования
- **контрольные** - выступают как проверочные по отношению к основным; позволяют социологу определить искренность респондентов, оценить достоинство полученной информации
- **вопросы-фильтры** – позволяют отделить респондентов, которые могут ответить на один из основных вопросов, от тех, кто этого не может.
+ позволяют экономить время и усилия респондентов
- использование часто приводит к пропускам ответов
- **контактные, буферные** - служат для разграничения отдельных смысловых блоков в анкете либо для подготовки респондентов к ответу на основной вопрос.

Например: «В какой мере Вас привлекает выполняемая работа?».

При этом в закрытом варианте ответа следует предложить шкалу типа:

- «работа очень нравится»,**
- «пожалуй, нравится»,**
- «трудно сказать определенно»,**
- скорее не нравится, чем нравится»,**
- «совершенно не нравится».**

То есть, все варианты ответов уравновешены.

4. По форме:

- **прямые** - относятся непосредственно к респонденту, напрямую выясняют их планы, удовлетворенность, мнения и т. д.
- **косвенные** - выясняют мнение или отношение респондента к предмету вопроса косвенным образом («Некоторые полагают, что...; Какие из суждений Вы считаете наиболее справедливыми?»)
+ психологически лучше воспринимаются респондентами, не нарушают их представлений о престиже, самоуважении, социальной и психологической дистанции в ходе опроса.
- **прожективные** – в вопросе задается, предполагается некая ситуация из будущего.

Особые виды вопросов

Табличные вопросы

позволяют сгруппировать в одну серию **однотипные вопросы**, которые в обычном виде быстро надоедают респонденту и вызывают у него установку на то, чтобы отвечать определенным образом.

Вопросы-иллюстрации

заинтересовывают респондента, мотивируют его на дальнейшее **заполнение анкеты**

Пример: Как часто Вы смотрите различные виды телевизионных передач? (отметьте по каждому столбцу таблицы)

Виды передач	1. Каждый день	2. Через день	3. 1-2 раза в неделю	4. 1-3 раза в месяц	5. Несколько раз в год	6. Вообще не смотрю
Новости	1	2	3	4	5	6
Аналитические	1	2	3	4	5	6
Спортивные	1	2	3	4	5	6
Телесериалы	1	2	3	4	5	6

Пример вопроса-иллюстрации:
**Какое настроение у Вас
обычно во время лекции?**



2.



3.



Основные требования к составлению анкеты

- В анкете **основной и контрольный вопросы должны перемежаться** другими вопросами.
- Контролю подлежат ответы на **вопросы, связанные с основными задачами исследования**. Косвенные вопросы контролируют ответы на прямые, открытые – на закрытые. Реальная ситуация контролируется **прожективной**.
- В вопросе-меню **необходимо соблюдать пропорцию** в подборе положительных и отрицательных суждений.
- Текст вопросов должен иметь **нужные пояснения**. Язык анкеты должен **быть понятен респонденту**, быть близким к разговорной речи опрашиваемых.

Основные требования к составлению анкеты

- В одном вопросе не должно содержаться сразу несколько идей: **один вопрос – одна переменная.**
- Если темы опроса связаны с местом проживания, работой или другими "историческими" фактами, то **вопросы следует задавать в хронологическом порядке.**
- Если опрос проводится по нескольким темам, нужно **сконцентрировать вопросы сначала на одной теме, затем на следующей и т. д.**
- Текст вопросов должен содержать **все необходимые инструкции** – сколько пунктов отметить, отвечать ли в свободной форме и т.п.
- Все варианты ответа должны быть **отпечатаны на одной странице.**

Формулировка вариантов ответа

- **Первыми должны быть наименее вероятные варианты ответа** (респонденты чаще выбирают первые варианты ответа, реже – последующие).
- **Варианты ответа должны быть примерно равной длины** (чем длиннее вариант ответа, тем меньше вероятность ее выбора).
- **Все варианты ответа следует выдерживать на одном уровне конкретности** (чем более общий (абстрактный) характер имеет вариант ответа, тем меньше вероятность его выбора).

Последовательность вопросов

