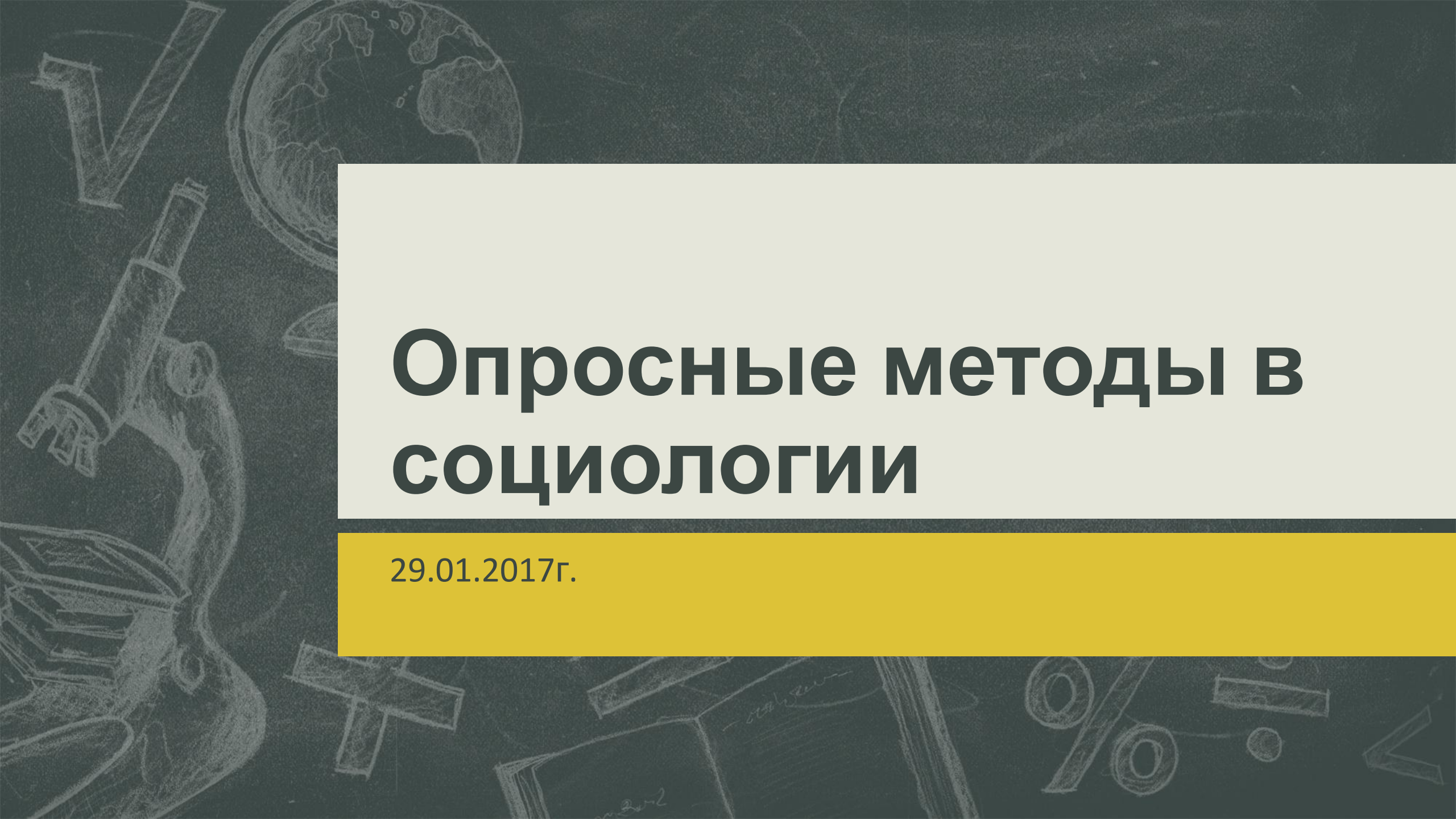


The background is a dark, textured surface with faint, light-colored sketches of various symbols. These include a globe in the upper left, a large letter 'V' in the top left, a microscope on the left side, a stack of books at the bottom left, a cross symbol, an open book with handwritten text at the bottom center, and a large percentage sign (%) on the bottom right.

Опросные методы в социологии

29.01.2017г.

План

- 1
- 2
- 3
- 4



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** (осн. ист-к инф - представители разл кат нас-я, чья деят-ть не связана непоср с П иссл.);
- **экспертный опрос** (гл ист-к - компетентные люди, проф деятельность кот 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 выс-ся по почте, электронной почте.% возврата анкет в таком случае очень низок).
- *По характеру процедуры личного опроса:* **групповой** (единовр, но инд анкетирование, респ-ов собирают в опред вр в одном помещении; **индивидуальный** (если нет возм пригласить респ-ов в одно место, опрос

Виды интервью

По технике проведения:

- - **свободное интервью** (вопросник заранее не готовится, определяется только тема разговора, проводится для уточнения проблемы исследования);
- - **стандартизированное интервью** (составляется общий план беседы, определяются последовательность вопросов и примерные варианты ответов).

По типу респондентов:

- **с ответственным лицом** (занимает ответственность пост и по своим должностным обязанностям владеет определенной информацией);
- **с экспертом** (является специалистом высшей категории в данной проблеме, способен дать максимально подробную информацию или объективную оценку);
- **с рядовым респондентом** (с обыкновенным жителем, который воспринимает ситуацию как обычный житель города).

По способу общения между исследователем и респондентом:

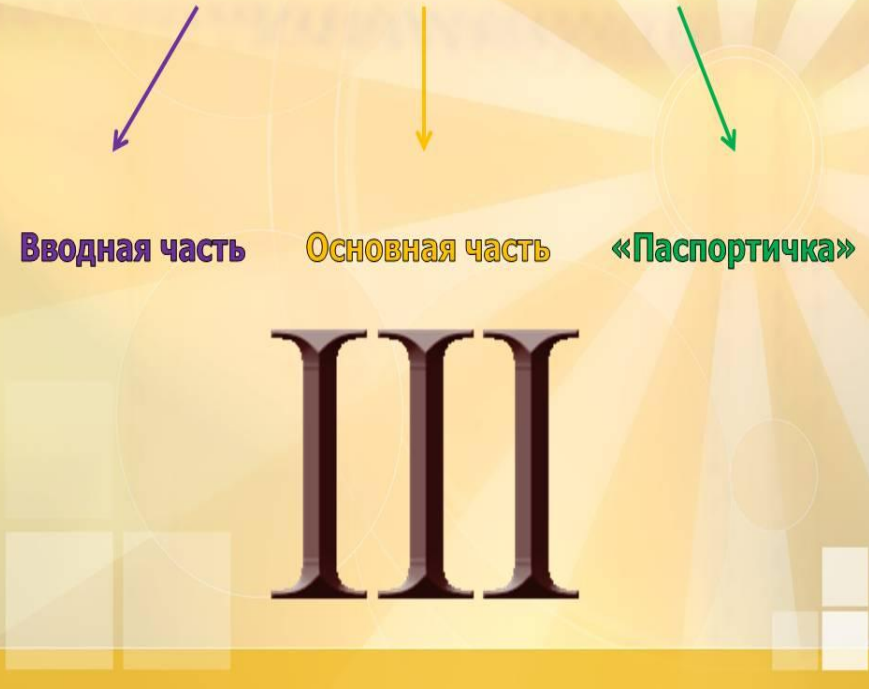
- **явные** (проводимые «лицом к лицу» с опрашиваемым человеком или группой людей);
- **фокус-группы** (обсуждение в группе);
- **телефонные** (проводимые по телефону);

Общая композиция анкеты

Анкета должна состоять из трех частей:

- 1. Вводная часть
- 2. Основная часть
- 3. Паспортичка
- Далее идет завершающая часть, благодарность за работу.

Анкета должна состоять из трех частей



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**.
 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 искрен желание участ-ть 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 вводн части может привести к отрицат эффекту и в конечн счете свести на нет все усилия исследователя.

Основная часть



- Самая большая по объему и самая *сложная по содержанию* часть.
- Осн часть - вопр в опред последовательности, раскрывающей содержание исследуемой темы. Она структурируется, гл обр с учетом психологии респ-та, на блоки вопросов. Их последовательность 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, беспокоящими. Самые удобн вопр - событийного содержания, фактически инф-ии, н-р, о трудовой биографии, описат хар-ки (н-р, год выхода на пенсию).
- **После** контактных вопросов = **основные**, более трудн – на выяснение мнений, оценок индивида, ориентаций и т.д.
- Для каждой **отд 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* – респ-ми проделана уже значительная часть работы, и они отвечают и на эти вопросы.
- **-На последнем** месте - заключит вопросы, осн задача кот - **снять психол напряжение** у респ-ов, дать почувствовать, что проделана серьезная и нужная работа. Это должны быть наиб простые вопросы, ответы на

«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
- 24 - 35 лет
- 35 – 50 лет
- свыше 50 лет

Прод. «Паспортички»

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					

6. В каких источниках Вы ищете информацию о вакансиях?

- ☐ Интернет-сайты
- ☐ Объявления в печатной продукции
- ☐ Объявления по ТВ или радио
- ☐ Другое

Напишите Ваш вариант ответа



Открытые вопросы

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

Пример 1:

- Что Вам не нравится в работе данного учреждения? _____

Пример 2:

- Напишите, пожалуйста, а что Вам не нравится в организации учебного процесса в Сам НИУ им. Ак. С.П. Королева ? _____

+ 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.

Основные и второстепенные вопросы

По цели вопросы бывают **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 и контрольные вопросы.*

Н-р, вопросы-фильтры используются при необходимо выделить и опросить часть 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».

Др. пример: Вопрос-тест обычно используют при определении информированности. Пример -
Знаете ли Вы хорошо современных исполнителей?

1. да
2. нет

- **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...*»

Шкальные вопросы

***Шкала* - это пункты опроса, касающиеся отдельных отмеченных респондентами признаков, например, студентов в исследовании о студенческой молодежи.**

Понятие шкалы

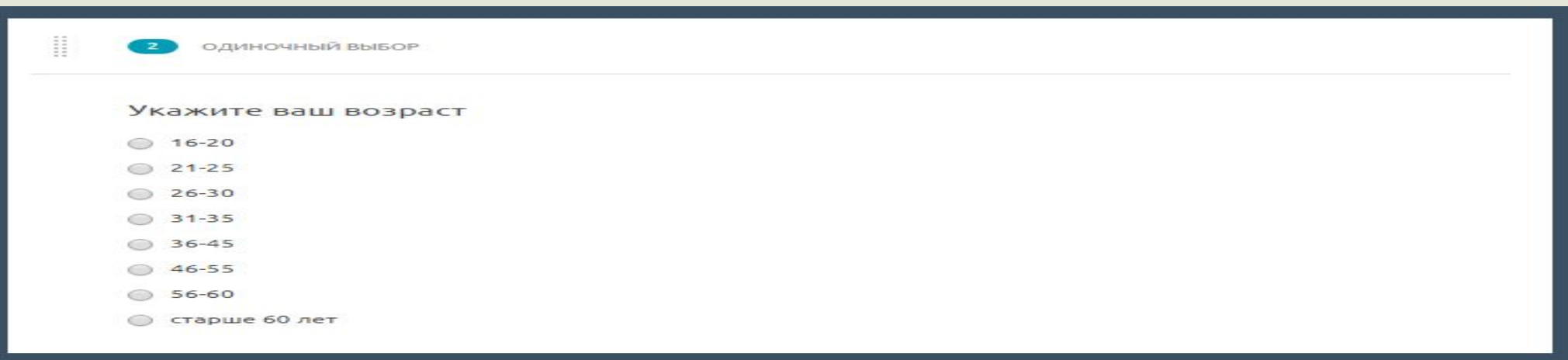
- **Шкалы** – это алгоритмы, по которым производится отображение изучаемых социальных объектов в ту или иную числовую математическую систему.
- Шкалы подразделяются на метрические (интервальная и пропорциональная) и неметрические (номинальная и ранговая).

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.

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.



The image shows a screenshot of a survey interface. At the top, there is a progress indicator with four vertical bars, the first of which is filled. Next to it is a blue circle with the number '2' and the text 'ОДИНОЧНЫЙ ВЫБОР'. Below this, the question 'Укажите ваш возраст' is displayed. Underneath the question is a list of age ranges, each preceded by a radio button. The options are: 16-20, 21-25, 26-30, 31-35, 36-45, 46-55, 56-60, and 'старше 60 лет'.

2 ОДИНОЧНЫЙ ВЫБОР

Укажите ваш возраст

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

Номинативная шкала – это шкала, в которой не выражены количественные характеристики объектов. Учитывается только то свойство объектов, что они разные. Эта шкала используется для классификации объектов (табл.1)

Испытуемый

Королев

Панкратов

Ермолаев

Васильев

Артамонов

Михайлов

Выполнение тестового задания

Выполнил

Выполнил

Не выполнил

Выполнил

Не выполнил

Выполнил

Пример номинальной шкалы

Какая из следующих проблем ощущается Вами наиболее остро?

(выберите не более трех самых важных)

Цифра (знак) Наименование (имя)

- 1 Невыплата зарплаты
- 2 Цены на товары и услуги
- 3 Невыплата пенсий
- 4 Работа городского транспорта
- 5 Безработица
- 6 Плата за жилищно-коммунальные услуги
- 7 Низкий уровень заработной платы
- 8 Медицинское обслуживание
- 9 Состояние окружающей среды
- 10 Преступность
- 11 Социальная защищенность людей
- 12 Обеспеченность жильем
- 13 Оплата обучения в школах и питания в детских садах
- 14 Другое (напишите)
- 15 Нет никаких проблем

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 (ранговая) шкала

Позволяет ранжировать объекты
(присваивать им ранги) по какому-либо
признаку.

Примеры порядковых шкал

Порядковая шкала предполагает **упорядочение объектов относительно какого-либо критерия или свойства**. Эта шкала определяется двумя эмпирическими операциями: 1) установлением равенства объектов по отношению какого-либо конкретного значения шкалы и 2) установлением отношения «больше – меньше» между объектами.

■ Оцените свой жизненный уровень:

Порядок Наименование (значение шкалы)

- 1 – живу в полном достатке, не испытываю никаких проблем;
- 2 – живу в достатке, но без излишеств;
- 3 – живу средне;
- 4 – живу плохо, собственных доходов не всегда хватает;
- 5 – живу очень плохо, весь в долгах;
- 6 – затрудняюсь ответить.

Ваше образование?

Порядок Значение

- 1 – неполное среднее
- 2 – среднее
- 3 – среднее специальное

Интервальная шкала

- В ней значения даны в определенных пределах (интервалах) и
- выражены в числах.

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

Пример:

Удовлетворены ли Вы качеством содержания осужденных в исправительных учреждениях?

Не удовлетворен
совершенно

1 2 3 4 5

Удовлетворен
полностью

Абсолютная шкала (шкала отношений) – шкала, классифицирующая по принципу «больше (меньше) в определенное количество раз»

Пример абсолютной шкалы.

Испытуемый	Время решения задания
Королев	15 сек
Панкратов	22 сек
Васильев	25 сек
Михайлов	30 сек

Шкала

Номинация	Номера бегунов				Финиш
Порядковая	Порядок мест победителей	 Третье	 Второе	 Первое	Финиш
Интервальная	Результат по десятибалльной шкале	8,2	9,1	9,6	
Относительная	Время, в секундах	15,2	14,1	13,4	

Проверка анкеты

Прежде, чем апробировать составленную анкету, надо ещё раз внимательно её проанализировать по **следующим критериям**:

1. Система *используемых категорий* должна быть понятна всем респондентам.
2. Следует *избегать неясных формулировок*, специальных терминов.
3. Если на один *вопрос много вар-ов отв*, то их нужно разделить на темат блоки и вместо одного вопроса задать несколько.
4. Чтобы повысить достоверность ответов, обеспечьте респонденту *возможность уклониться от них*: «Затрудняюсь ответить».
5. Закрытые вопросы *целесообр превратить в полузакр*, дав возм-ть респ-ту дописать свой вариант ответа.
6. *Шрифт текста не должен быть «слепым»*, очень мелким, то есть трудно читаемым.
7. Текст вопроса и ва-тты отв лучше печатать разн шрифтом (вопрос 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 полузакрытые вопросы должно быть достаточно чистых строк.

Вопросы





Спасибо за работу !