

Методы сбора социологической информации

Подготовили студенты

Колодей Богдан

Давидович Анна

Юшкевич Валерия

2 Курс А21МЕД1

Методы сбора социологической информации

Метод – это способ выполнения чего-либо.

Социологическая информация - это информация, которая может быть получена в ходе проведения социологического опроса, который проводится в форме анкетирования или интервью, и отражает общественное мнение.

Важными для получения достоверной социологической информации являются следующие условия:

- ✓ разработка генеральной и рабочих гипотез;
- ✓ формирование выборки проведения опроса;
- ✓ выбор формы проведения опроса (анкетирование и интервью);
- ✓ формулирование вопросов и вариантов ответов (закрытые и открытые);
- ✓ определение времени и места проведения опроса;



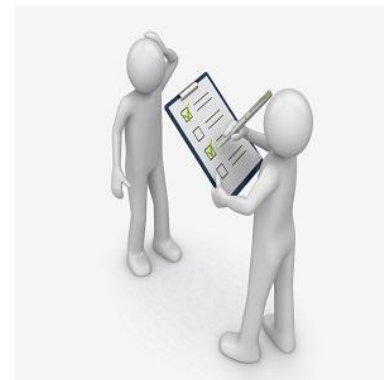
Методы сбора информации

1. Опросный

- интервью
- анкетирование

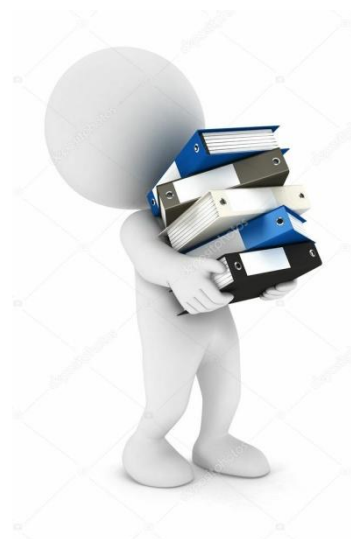


kalendarnye-prazdniki.ru



2. Неопросный

- наблюдение
- анализ документов
- эксперимент



Социологический опрос

Опрос —метод исследования, основанный на устном или письменном обращении к определенной группе людей с вопросами, содержание которых представляет проблему исследования на эмпирическом уровне.

Объект опроса (опрашиваемый) называется респондентом. Существуют две основные разновидности опроса: анкетирование и интервьюирование (беседа). Они различаются друг от друга формой контакта.

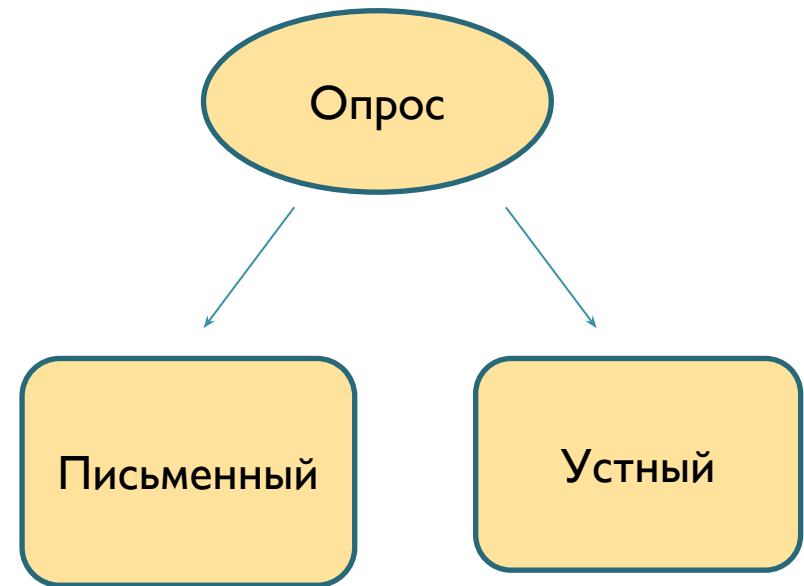


Социологический опрос

Метод опроса не изобретение социологов. Специфика метода опроса состоит, прежде всего, в том, что при его использовании источником первичной социологической информации служит человек (респондент) — непосредственный участник исследуемых социальных процессов и явлений.

Существуют две разновидности опроса, связанные с письменной или устной формой общения с респондентами, — анкетирование и интервьюирование.

Метод опроса позволяет в максимально короткие сроки опрашивать большие совокупности людей и получать разнообразную информацию.



Разновидности опроса

Интервьюирование - информации в процессе непосредственного общения исследователя с респондентом характерно для методов беседы (интервью). Интервьюер сам задает вопросы респонденту и фиксирует



Метод анкетирования – опрос, проводимый письменно с использованием анкеты. К достоинствам метода следует отнести следующие характеристики: а) это наиболее оперативный метод сбора первичной информации; б) результаты анкетирования более доступны для математической обработки; в) за короткий промежуток времени можно опросить большое количество людей. При сплошном анкетировании

Интервьюирование

В современной практике социологических опросов метод интервью используется реже, чем другие формы анкетирования. Это обусловлено в первую очередь недостаточным развитием сети постоянных интервьюеров, имеющих специальную подготовку.

Интервьюирование имеет свои достоинства и недостатки в сравнении с анкетированием. Главное различие между ними состоит в форме контакта исследователя и опрашиваемого. При анкетировании их общение опосредуется анкетой. При интервьюировании исследователь лично задает респонденту предусмотренные вопросы, организует и направляет беседу с ним и фиксирует полученные ответы согласно инструкции



Виды интервью

Формализованное интервью — самая распространенная разновидность интервьюирования. В этом случае общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера.

Свободное интервью имеет место в тех случаях, когда исследователь только приступает к определению проблемы исследования, уточняет ее конкретное содержание в условиях того района или предприятия, где будет проходить опрос. Свободное интервью проводится без заранее заготовленного опросника или разработанного плана беседы.

Фокусированное интервью имеет своей целью сбор мнений, оценок по поводу конкретной ситуации, явления, их последствий и причин. Респондентов в этом случае заранее знакомят с предметом беседы.

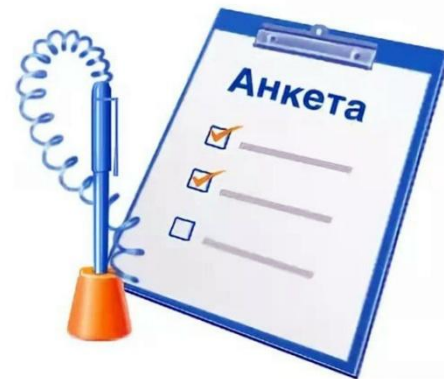


Анкетирование

Наиболее распространенный в практике прикладной социологии вид опроса — анкетирование.

Анкетирование — психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета.

При помощи метода анкетирования можно с наименьшими затратами получить высокий уровень массовости исследования. Особенностью этого метода можно назвать его анонимность (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы). Анкетирование проводится в основном в случаях, когда необходимо выяснить мнения людей по каким-то вопросам и охватить большое число людей за короткий срок.



Виды анкетирования

По числу респондентов

Индивидуальное анкетирование — опрашивается один респондент;

Групповое анкетирование — опрашиваются несколько респондентов;

Аудиторное анкетирование — разновидность анкетирования, состоящая в одновременном заполнении анкет группой людей, собранных в одном помещении

Массовое анкетирование — участвуют от сотни до нескольких тысяч респондентов.

По полноте охвата

Сплошное — опрос всех представителей выборки;

Выборочное — опрос части представителей выборки.

По типу контактов с респондентом

Очное — проводится в присутствии исследователя-анкетёра;

Заочное — анкетёр отсутствует:

Рассылка анкет по почте;

Публикация анкет в прессе;

Публикация анкет в Интернете;

Вручение и сбор анкет по месту жительства, работы и т. д.



Метод наблюдения

- ❖ Социологическое наблюдение как метод сбора научной информации — это всегда направленное, систематическое, непосредственное отслеживание и фиксирование значимых социальных явлений, процессов, событий.
- ❖ Он позволяет непосредственно воспринимать поведение людей в конкретных условиях и в реальном времени. Тщательно подготовленная процедура наблюдений обеспечивает фиксацию всех значимых элементов ситуации. Тем самым создаются предпосылки для ее объективного изучения.
- ❖ Наблюдение позволяет широко и многомерно охватить событие, описать взаимодействие всех его участников. Оно не зависит от желания наблюдаемого высказываться, комментировать ситуацию.



Метод анализа документов.

Анализ документов — один из широко применяемых и эффективных методов сбора первичной информации.

Документы с различной степенью полноты отражают духовную и материальную жизнь общества, но и фиксируют в себе развитие всех выразительных средств общества, и прежде всего структуру языка.

В них содержатся сведения о процессах и результатах деятельности отдельных индивидов, коллективов, больших групп населения и общества в целом. Вследствие этого документальная информация представляет большой интерес для социологов. К документам в прикладной социологии относятся различные печатные и рукописные материалы, созданные для хранения и передачи информации.



Документы могут делиться:

По статусу

официальные

Не официальные

По форме изложения

Письменные

статистиче
ские



Эксперимент

Эксперимент -- метод сбора первичной информации путем активного вмешательства исследователя в определенные процессы с целью установления взаимосвязи между событиями.

В ходе **эксперимента** исследователь активно вмешивается в процесс появления данных, поскольку манипулирует воздействием отдельного фактора с целью выявления его влияния на состояние исследуемого объекта.



Спасибо за внимание.

