# Метод опроса

Как ни коротки слова: “да”, “нет”, всё же они требуют самого серьёзного размышления.

Пифагор

   Метод опроса – это не изобретение социологов. Во всех отраслях науки, где для получение информации исследователь обращается к человеку с вопросами, он имеет дело с различными модификациями этого метода. Например, врачи, выясняя течение болезни и предшествующее состояние здоровья пациента, проводят анамнестические опросы. Юристы, выясняя у свидетелей обстоятельства дела, также пользуются методом опроса, специально изучают его психологические аспекты и возможности оценки достоверности ответов. Журналисты, педагоги, работники служб социального обеспечения и многих других сфер социальной практики используют этот метод для получения интересующей их информации.

   Специфика метода состоит прежде всего в том, что при его использовании источником первичной социологической информации является человек (респондент) – непосредственный участник исследуемых социальных процессов и явлений. Существует две разновидности опроса, связанные с письменной или устной формой общения с респондентами –анкетирование и интервьюирование. В их основе лежит совокупность предлагаемых опрашиваемых вопросов, ответы на которые и образуют первичную информацию.

Каждый вариант опроса представляет собой одну из наиболее сложных разновидностей социально-психологического общения, обусловленного рядом обстоятельств: содержанием анкеты или интервью, то есть перечнем вопросов, в которых реализован предмет исследования; качеством работы анкетёра или интервьюера; сосредоточенной работы респондента над предложенными вопросами; психологическим состоянием респондента в момент проведения опроса.

Метод опроса, опирающийся на достаточное число обученных анкетёров или интервьюеров, позволяет в максимально короткие сроки опрашивать довольно большое количество респондентов  и получать различную по своей природе информацию.

Однако, всегда следует учитывать возможное искажение информации, полученной методом опроса, связанное с особенностями процесса отражения различных сторон социальной практики в сознании людей.

**1 Анкетирование.**

   Наиболее распространенный в практике прикладной социологии вид опроса - анкетирование. Оно может быть групповым или индивидуальным.

   Групповым анкетированием называется опрос, применяемый в основном в организациях (места работы, учёбы и т.д.).

   При индивидуальном анкетировании вопросники (анкеты) раздаются на рабочих местах или по месту жительства респондента. В последнее время широкое распространение получил единовременный опрос (с помощью электронных видов связи: телефон, E-mail).

   Социологическая анкета - объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа. Ее предназначение - дать достоверную информацию. Для этого надо знать и соблюдать ряд правил и принципов ее конструирования, а также особенности различных вопросов. При составлении анкет необходимо учитывать, что вопрос должен быть одинаково понятен различным социально-демографическим группам респондентов (молодым и пожилым, людям с разным образованием и т.д.).

   Все вопросы можно классифицировать: по содержанию (вопросы о фактах сознания, о фактах поведения и о личности респондента); по форме (открытые и закрытые, прямые и косвенные); по функции (основные и неосновные).

   Вопросы о фактах сознания людей направлены на выявление мнений, пожеланий, ожиданий, планов на будущее и т.д. Вопросы о фактах поведения выявляют поступки, действия, результаты деятельности людей. Вопросы о личности респондента выявляют его личностные характеристики (пол, возраст и т.д.).

   Закрытым вопрос называется в том случае, если на него в анкете приводится полный набор вариантов ответов. Прочитав их, опрашиваемый выбирает только тот, который совпадает с его мнением. Закрытые вопросы могут быть альтернативные и неальтернативные. Альтернативные предполагают возможность выбора респондентом всего одного варианта ответа, а неальтернативные - нескольких вариантов ответов.

   Открытые вопросы не содержат подсказок и не “навязывают” респонденту вариант ответа. Они дают возможность выразить свое мнение во всей полноте и до мельчайших подробностей, поэтому они дают более богатую по содержанию информацию, чем закрытые вопросы.

   Прямые и косвенные вопросы. Иногда вопросы анкеты требуют от респондента критического отношения к себе, окружающим людям, оценки негативных явлений действительности и т.д. Такие прямые вопросы в ряде случаев или остаются без ответа, или содержат неточную информацию. В подобных случаях на помощь исследователю приходят вопросы, сформулированные в косвенной форме. Респонденту предлагается воображаемая ситуация, не требующая оценки его личных качеств или обстоятельств его деятельности.

   Основные вопросы анкеты направлены на сбор информации о содержании исследуемого явления. Неосновные - на выявление адресата основного вопроса (вопросы-фильтры), проверку искренности ответов (контрольные вопросы).

**2 Почтовый опрос**

   Почтовый опрос - разновидность анкетирования и правомерно рассматривается как эффективный прием сбора первичной информации. В наиболее общем виде он заключается в рассылке анкет и получении на них ответов по почте.

   Важное преимущество почтового опроса - простота организации. Нет надобности в подборе, обучении, контроле за деятельностью большого количества анкетеров. Еще одним позитивным свойством является возможность выбора респондентом наиболее удобного для него времени заполнения анкеты.

   Вместе с тем почтовый опрос имеет и свои недостатки. Основной из них - неполный возврат анкет, то есть не все респонденты заполняют анкеты и отправляют их исследователям, поэтому может получиться так, что мнения ответивших не совпадают с мнениями тех, кто воздержался от участия в почтовом опросе.

   Разновидность почтового опроса - прессовый опрос. В этом случае анкета печатается в газете или журнале. Существует два вида такого опроса. Один - когда редакция обращается к анкетированию с целью получения данных о своих читателях и их мнений о работе данного печатного органа. Второй - когда через печатный орган изучается мнение по какой-либо актуальной проблеме.

**3 Интервьюирование.**

   При интервьюировании контакт между исследователем и респондентом осуществляется при помощи интервьюера, который задает вопросы, предусмотренные исследователем, организует и направляет беседу с каждым отдельным человеком и фиксирует полученные ответы согласно инструкции. Этот метод опроса требует больших затрат времени и средств, чем анкетирование, но вместе с тем повышается надежность собираемых данных за счет уменьшения числа неответивших и ошибок при заполнении вопросников.

   Особенности интервью по-разному проявляются в различных его организационных формах. Рассмотрим их.

   Интервью по месту работы, занятий, то есть в служебном помещении. Оно наиболее целесообразно, когда изучаются производственные или учебные коллективы, а предмет исследования связан с производственными или учебными делами.

   Интервью по месту жительства. Оно становится предпочтительным, если предмет опроса касается таких проблем, о которых удобнее поговорить в неофициальной обстановке, свободной от влияния служебных или учебных отношений.

   В прикладной социологии различают три вида интервью: формализованное, фокусированное и свободное.

   Формализованное интервью - самая распространенная разновидность интервьюирования. В этом случае общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанными вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера. При использовании этого вида опроса интервьюер обязан точно придерживаться формулировок вопросов и их последовательности.

   Фокусированное интервью - следующая ступень, ведущая к уменьшению стандартизации поведения интервьюера и опрашиваемого. Оно имеет своей целью сбор мнений, оценок по поводу конкретной ситуации, явления, его последствии или причин. Респондентов в этом виде интервью заранее знакомят с предметом беседы. Предварительно заготавливают и вопросы для такого интервью, причем их перечень для интервьюера обязателен: он может менять их последовательность и формулировки, но по каждому вопросу должен получить информацию.

   Свободное интервью отличается минимальной стандартизацией поведения интервьюера. Этот вид опроса применяется в тех случаях, когда исследователь приступает к определению проблемы исследования. Свободное интервью проводится без заранее подготовленного вопросника или разработанного плана беседы; определяется только тема интервью.

**Список литературы**

При подготовке данной работы были использованы материалы с сайтов: http://www.referat.ru и http://www.bankreferatov.ru