СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 2

1. Социологический исследовательский проект. 3

2. Опрос. 4

2.1. Социологическая анкета как инструмент сбора информации. 6

2.1.1.Композиция анкеты. 7

2.2. Интервью. 10

2.2.1.Факторы смещения или искажения информации при интервьюировании. 11

3.Основные преимущества анкетирования и интервьюирования. 12

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 14

# ВВЕДЕНИЕ

Превращение отечественной социологии в одно из ведущих направлений современной научной мысли и деятельности обуславливает резкое возрастание требований к социологическому образованию и профессиональной подготовке социологов. Проблема заключается в том, что многие научные каноны в освоении методов остаются для обучающихся чистой теорией. Задача заключается в том, чтобы унифицировать многообразный развивающийся аппарат современной социологии и дать возможность социологам и широкой научной общественности ознакомится с методикой прикладной социологии. Усиление практической стороны обучения в отработке профессиональных приемов, навыков и умений социологического исследования ориентирует на необходимость сопровождения изучения прикладной социологии демонстрацией образов процедурно-методического инструментария, наглядными представлениями технологии в рамках логической структуры реализации социологического исследовательского проекта.

# 1. Социологический исследовательский проект.

***Социологическое исследование*** – это инструмент социологического изучения социальных явлений в их конкретном состоянии с помощью методов, позволяющих производить количественные и качественные сборы, измерения, обобщения, анализ социологической информации.

***Социологический исследовательский проект*** – это система научно – исследовательских процедур, методов, методик поэтапного изучения социальных явлений на основе фактологических данных.

Но так как темой нашей работы является анкетирование и интервью, мы не станем описывать все этапы изучения социальных явлений, а сразу перейдем к методам сбора данных, в т.ч. к проведению опроса

# 2. Опрос.

При разработке метода сбора социологических данных происходит перевод теоретического уровня исследовательской проблемы на уровень эмпирического описания и анализа. Это обеспечивает основу для проверки рабочих гипотез и получения нового теоретического знания.

Одним из таких методов сбора социологических данных является опрос.

Опрос представляет собой вопросно-ответный метод сбора социологических данных, при котором источником информации выступает словесное сообщение людей.

Приоритетность опроса:

* слабая обеспеченность изучаемого предета исследования статистической и документальной информацией;
* исследуемые явления мало доступны непосредственному наблюдению.

Варианты опроса (по формам контакта):

* личный или опосредованный (раздаточный, почтовый, прессовый, телефонный);
* индивидуальный или групповой;
* свободный или формализированный, фокусированный (направленный);
* устный или письменный;
* сплошной или выборочный;
* по месту жительства или работы, временные целевые аудитории.

Основные элементы опроса:

* социолог, конструирующий инструментарий;
* анкетер или интервьюер;
* анкета или план интервью;
* ситуация опроса;
* респондент;
* социальная реальность.

Основные фазы опроса:

1. Адаптация:
* обращение;
* начало опроса.
1. сбор основной информации.
2. Завершение опроса.

Вопросы различаются:

1. По содержанию (о событиях и фактах или о мотивах, оценках, мнениях);
2. По форме (прямые или косвенные);
3. По структуре (открытые или закрытые);
4. По функциям (ловушки или фильтрующие (контрольные), или основные (контактные)).

Разновидности опроса:

1. Анкетирование – опосредственный, письменный опрос;
2. Интервью – непосредственный, устный опрос;
3. Экспертный опрос – опрос компетентных лиц;
4. Социометрический опрос – выявление социально- психологических проявлений межличностных отношений.

### **2.1. Социологическая анкета как инструмент сбора информации.**

Анкета (расследование) является одним из условий получения объективно значимых результатов о различного рода опросах населения. Поэтому разработке анкеты социологи придают особое значение. Созданию нкеты предшествует длительный этап разработки программы исследований, так как в анкету закладываются гипотезы, сформулированные задачи, которые предстоит решить в ходе социологического исследования.

Следует помнить, что при разработке анкеты исследования встречаются трудности, которые социолог непременно должен себе представлять. Если не учитывать особенностей формулировки вопросов в анкете, то даже при соблюдении всех остальных требований методики социологического исследования можно получить ошибочные результаты.

## 2.1.1.Композиция анкеты.

1. Титульный лист;
2. Водная часть;
3. Основная (содержательная часть);
4. Социально – демографическая часть.

Примечание: титульный лист можно исполнять вместе с вводной частью.

В вводной части описывается цель исследования, характер использования результатов, а также способ заполнения анкеты.

Следует также проанализировать вводную часть:

1. Наличие и правильность обращения респонденту.
2. Удалось ли кратко и ясно показать цель опроса?
3. Сделано ли указание на то, как будет использоваться результат опроса?

*Примечание: Не рекомендуется использовать обращения или неясные формулировки указаний, например типа: «Ваши ответы будут использоваться в чисто научных целях», так как респонденты ждут практической отдачи от своего участия в опросе.*

4. Не забыли ли в сделать указание на анонимность опроса?

*Примечание: Надо иметь ввиду, что сам по себе термин «анонимность» носит некоторый психологический оттенок. Поэтому лучше его не использовать.*

5. Есть ли указание на то, что делать опрашиваемым с полностью заполненной анкетой?

6. Не забили ли вы поблагодарить опрашиваемых за их работу?

7. Удалось ли с помощью вводной части заинтересовать опрашиваемых участвовать в опросе?

Основная часть анкеты содержит блоки вопросов к опрашиваемым.

Вопросы могут быть открытыми или закрытыми. В первом случае опрашиваемый сам формулирует свой ответ на поставленный социологом вопрос. Например: «Как вы провели свой выходной день?» Ответы: «Ходил в кино», «Был на вечеринке» и т.д.

Ответы на закрытые вопросы, сформулированные социологом, представляют собой «меню» для выбора опрашиваемого. Например тот же самый вопрос можно «сделать» закрытым: «Как вы провели свой выходной день?» Ответы: «Положительно», «Отрицательно». В этом случае опрашиваемый отмечает то вариант ответа, который наиболее отвечает его установка.

Структура и последовательность вопросов в анкете по сути дела представляют собой установку социолога на развитие коммуникации с опрашиваемым: пробуждение интереса, завоевание доверия, подтверждение уверенности опрашиваемых в своих возможностях, дальнейшее поддержание беседы.

Как правило, хорошо разработанная анкета может быть заполнена опрашиваемым в течение не более 30 минут. В дальнейшем наступает психологический порог утомляемости и внимание к заполняемой анкете значительно снижается.

В социально – демографической части содержаться блоки вопросов о социально – демографических характеристиках респондента – это «паспортичка» об объективном положении и статусе опрашиваемого. Она необходима для анализа собранных данных, для оценки представительности собранных результатов, проведения сравнительных исследований и т.д.

### **2.2. Интервью.**

Интервью – это метод получения информации по определенной теме путем непосредственного целенаправленного диалога интервьюера с респондентом.

1. Неформализированное интервью – это свободный диалог по определенной теме, когда вопросы (открытые) формулируются в контексте обращения и формы фиксации ответов нестандартизированы.
2. Полуформализированное – в ходе диалога задаются заранее заготовленные вопросы по теме и дополнительные.
3. Формализированное – вопросы задаются по заранее подготовленному вопроснику с использованием карточек «закрытых вопросов» (анкета – интервью»), не допуская изменений в формулировке и порядке постановки вопросов.

## 2.2.1.Факторы смещения или искажения информации при интервьюировании.

1. Влияние индивидуальных особенностей интервьюера.

1.1. различия в возрасте.

1.2. различия пола.

1.3.различия национальной принадлежности и профессии.

1.4. негативное влияние фигуры, одежды, прически.

1.5.различия образовательного уровня.

1.6.различия в мировоззренческих взглядах и установках интервьюера и опрашиваемого.

1. Стиль поведения интервьюера.

2.1. демонстрация собственной точки зрения.

2.2. реакция на ответы и поведение опрашиваемого.

2.3.демонстраци чувства превосходства над опрашиваемым.

1. Неправильный выбор места интервьюера.
2. Неправильный выбор времени для интервьюирования
3. Неадекватное восприятие интервьюера и опрашиваемым.
4. Чрезмерная длительность интервью.
5. Запись беседы при помощи технических средств без разрешения опрашиваемого.

# 3.Основные преимущества анкетирования и интервьюирования.

|  |  |
| --- | --- |
| **анкетирование** | **интервьюирование** |
| 1. анкетный опрос дает массовую представительную картину об изучаемом предмете | 1. интервью позволяет осуществлять наблюдение за поведением небольшого числа опрашиваемых |
| 2. на респондента не оказывают «возмущающего» влияния личность интервьюера, его собственные установки и взгляды. | 2. в интервью может быть создана более откровенная неформальная обстановка, атмосфера доверия. |
| 3. отсутствие интервьюера формирует у опрашиваемого ощущение большей анонимности, поэтому приводит к более обоснованным ответам. | 3. общение интервьюера с опрашиваемым обеспечивает более серьезное отношение респондента к опросу. |
| 4. при заполнении анкет респондент подбирает для себя наиболее подходящее время и скорость заполнения анкеты. | 4. Личный контакт интервьюера с опрашиваемым обеспечивает получение ответов на все вопросы, в то время как при анкетировании возможны пропуски вопросов. |
| 5. анкетирование может быть проведено кадрами, не обладающими высокой квалификацией. | 5. интервью может вестись как по заранее разработанным вопросам, так и свободно. |
| 6. с помощью анкетирования можно собрать информацию за более короткий срок. | 6. при использовании интервью существует уверенность, что на вопросы отвечает именно тот индивид, который определен требованиями выборки. |

В отличие от анкетера, роль интервьюера (реестр навыков и умений) за время короткого инструктажа освоить невозможно. Требуется подбор соответствующих людей и обучение особенностям интервью.

# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Капитонов Э.А. Социология XX века, Ростов – на - Дону: издательство «Феникс», 1996 г. – 512 с.
2. Харчева В. Основы социологии. Учебник для срдних специальных учебных заведений. М.: «Логос», 1997. – 304 с.: ил.