**Содержание**

Введение

Глава 1. Теория социологических исследований

1.1 Классификация социологических методов

1.2 Метод интервью и возможность его применения в СсО

Глава 2. Применение метода интервью при подборе персонала

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

Для рационального решения поставленных задач нужно иметь представление о проблеме, её причине. Именно здесь нам и понадобится социологическое исследование той или иной проблемы. Любой PR-специалист должен тщательно исследовать проблему, чтобы качественно решить ее. Социологическое исследование играет очень большое значение. Оно связывает теоретические знания и реальную действительность.

С помощью его можно решать очень большой круг вопросов и задач, анализируя полученные данные и давая конкретные рекомендации для разрешения проблемы.

Для начала я расскажу о классификации социологических методов исследования,а далее углубимся в метод интервью.

**Цель:**

* научиться применять метод интервью на практике при подборе персонала

**Задачи:**

* проанализировать классификации социологических исследований
* проанализировать методы интервью
* проанализировать основные правила проведения интервью при подборе персонала
* проанализировать как следует задавать и формулировать вопросы
* выяснить как проводится интервью

**Глава 1. Теория социологических исследований**

**1.1 Классификации социологических методов исследования**

Чтобы понять любой вопрос или проблему, нужно знать, в чем этот вопрос или проблема состоят, какого рода информация требуется для их осмысления, изучить аудиторию, на которую этот вопрос или проблема влияют, подобрать пути их решения. Для этого нужно провести контролируемый сбор информации, то есть провести социологическое исследование.

Социологическое исследование - целостная система теоретических и эмпирических процедур, способствующих получению нового знания об исследуемом объекте для решения конкретных теоретических и практических социальных проблем. [[1]](#footnote-1)

Социологические исследования можно классифицировать:

« А) В зависимости от цели: теоретико-прикладное( исследование ориентировано на разработку теорий и выявление социальных тенденций развития). Прикладное (направлено на конкретные социальные проблемы и предполагает их практическое решение);

Б) В зависимости от задач: разведывательное, пилотажные(применяются для проверки качества разработанной программы), описательные(прим если необходимо получить сведения целостного характера об изучаемом явлении или процессе без глубокого проникновения внутрь), аналитические( предполагают выявление причин социального явления, в результате которого должны быть получены способы решения выдвинутой проблемы), экспериментальные (проводятся, если методом сбора информации выбирается эксперимент), проектно-конструкторские( проводится, когда нужно построить социальную модель);

В) В зависимости от объекта: монографические, сравнительные;

Г) В зависимости от периодичности: разовое, повторное (несколько раз). Повторные делятся на: панельные (изучение одного и того же социального объекта с определенным интервалом времени по одинаково единой программе и методике); монгитюдное (изучение в течение ряда лет одной и той же совокупности людей по близким проблемам); когортные (многостороннее изучение групп людей одного поколения); трендовые (исследования без сохранения выборочной совокупности); мониторинговое (повторное исследование общественного мнения по различным программам);

Д) От сроков проведения исследования: долгосрочные(несколько лет), среднесрочные(от нескольких месяцев до года), краткосрочные(1,2 месяца), эскпресс (моментально);

Е) От масштаба: международное (как мин 2 страны), общенациональное(одна страна), региональное (один регион), отраслевое (в рамках отрасли), локальное (для отдельного предприятия или отрасли);

Ж) От метода сбора информации: **опрос**-метод сбора первичной социальной информации, при котором респондентам в письменной или устной форме задают специально подготовленные вопросы и просят ответить на них; **интервью** – метод получения первичной информации путем непосредственной беседы интервьюера и респондента; **наблюдение** – когда происходит прямая регистрация событий очевидцев; **анализ документов** - происходит путем анализа документов; **эксперимент** -метод направленный на проверки гипотез относительно причинно-следственных связей между социальными явлениями путем вмешательства экспериментатора в естественный ход событий;

З) От объема охвата объекта исследования: сплошные (опрашиваются все представители ГС); выборочные(только часть по заранее определенным критериям);

И) От места проведения: полевые(в реальных условиях), лабораторные( в искусственно созданных условиях).

Два класса методов и технических приемов работы с эмпирическими данными.

Первый класс образуют методы и техника, относящиеся к сбору первичной информации.

Подразделяется на два подкласса:

первый подкласс - приемы, связанные с установлением надежной информации о каких-то единичных событиях или их сочетаниях.

Для эффективного использования соответствующих методов существуют три основных приема:

1) приемы контроля надежности первичной информации на обоснованность, устойчивость, точность;

2)приемы измерения количественных характеристик явлений (шкалирование);

3) приемы разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов).

Второй подкласс – это приемы, относящиеся к определению порядка, последовательности или системы фиксирования отдельных социальных фактов. Различают два вида приемов:

1) статистический аппарат выборки единиц наблюдения,

2) приемы качественного и количественного выравнивания характеристик.

Второй класс – методы и техника, относящиеся к обработке и анализу исходных данных.

После сбора первичных сведений наступает стадия их анализа. Исследователь описывает и классифицирует полученную информацию и подвергает ее смысловой интерпретации (типологизации) и статистической обработке (методы второго класса), социальное моделирование, пользуясь техникой описательной статистики вывода и другими приемами (техники второго класса).

Совокупность специальных приемов для эффективного использования соответствующих методов:

1) логические средства (например системного анализа),

2) статистические приемы (описательная статистика, статистика вывода и установление взаимосвязей).

3)математические нестатистические средства (например, линейное программирование, применение теории игр, математическое моделирование),

4) непараметрические статистики» [[2]](#footnote-2).

**1.2 Метод интервью и возможность его применения в ССО**

Рассмотрим теперь подробно метод интервью. Интервью относится к количественному методу.

Интервью – метод получения первичной информации путем непосредственной беседы интервьюера и респондента. Он основан на вербальном социально-психологическом воздействии, представляет собой целенаправленный процесс их общения, осуществляемый согласно исследовательской программе.

Интервью в сравнении с другими видами опроса имеет свою уникальность. Главным отличием является то, что происходит общение между социологом и респондентом. При проведении интервью следует отметить особую роль интервьюера, его инициативу. В этом случае контакт между интервьюером и опрашиваемым осуществляется именно интервьюером: он задает вопросы, организует интервью и ведет беседу, направляет ее, фиксирует полученные ответы. Интервьюер может пояснять формулировку задаваемых вопросов в случае непонимания их респондентом, а также уточнять точку зрения респондента, требовать от него дополнительной информации с целью наиболее адекватного, точного ответа на вопросы.

Интервью могут классифицироваться:

|  |  |
| --- | --- |
| По целевому назначению: | * ретроспективное (имеет целью оценочное воспроизведение прошлых фактов, событий участниками или свидетелями ситуации);
* интроспективное (имеет целью изучить мнения и оценки людей по поводу текущих событий);
* проективное (имеет целью выявить возможное отношение людей к виртуально возможным событиям или поведение людей в потенциально возможных ситуациях).
 |
| По типу опрашиваемых лиц: | * экспертов
* простых респондентов
* ответственных, должностных лиц
 |
| По количеству опрашиваемых респондентов: | * индивидуальное
* групповое
 |
| По процедуре: | * однократное
* многократное
* фокусированное
* глубинное
* ненаправленное
 |
| По способу общения социолога и респондента: | * личное
* телефонное
 |
| По месту проведения: | * по месту жительства
* по месту работы
 |
| По цели исследования: | * разведывательное
* контрольное
* основное (сбор информации по проблеме исследования на соответствующей выборке)
 |
| По способу регистрации ответов: | * с записью в опросном листе
* с записью на магнитофоне
* с ассистентом
 |
| По форме и технике опроса: | * стандартизированное
* полустандартизированное
* нестандартизированное
 |

Результат теоретической части работы:

Преимущества данного метода заключаются в следующем:

* появляется возможность учесть уровень культуры, образования, степень компетентности респондента
* этот метод дает возможность следить за реакцией интервьюируемого, его отношением к проблеме и поставленным вопросам
* в случае необходимости социолог имеет возможность менять формулировки, ставить дополнительные уточняющие вопросы

Однако у этого метода есть свои недостатки интервьюирование – сложный, трудоемкий процесс, требующий высочайшего профессионализма. Используя этот метод, невозможно опросить большое количество респондентов.

Проведение интервью требует хорошей подготовки. Здесь требуются и личностные качества (общительность, дружелюбие, приветливость, коммуникабельность), и достаточно высокая общая культура, и умение быстро переключаться на новые вопросы, искать выход из сложных ситуаций общения.

**Глава 2. Практическое применение метода интервью при подборе персонала**

Для проведения данного исследования я обратилась к менеджеру по подбору персонала рекламного агенства.

Необходимо сказать, что на особенности проведения интервью, влияют в равной степени обе, участвующие в беседе стороны. Так для интервьюера эта процедура чаще всего одна из сотни, следовательно, она воспринимается как стандартная. Это может сказаться на качестве получаемой информации. Для кандидата, даже уверенного в себе, интервью при приеме на работу ситуация достаточно стрессовая и следовательно для получения достоверной информации о кандидате необходимо создать соответствующую атмосферу, снять напряженность, помочь ему раскрыться, возможно меняя ход разговора, используя для этого психологические методы. Метод интервью является простым, быстрым и дешевым психологическим способом отбора кандидатов на вакансию.

В отличие от других методов оценивания интервью позволяет:

* Собрать первичную информацию о кандидате “из первых рук”;
* Выяснить особенности ценностной сферы и жизненных целей испытуемого, сопоставить их с целями и ценностями, данной компании;
* Выявить представления кандидата о собственном уровне профессиональных знаний, умений и навыков и сопоставить их с текущими потребностями компании по данной позиции в штатном расписании;
* Оценить внешние данные кандидата, его манеру общения.Для выяснения психологического соответствия кандидата на должность оцениваются два главных аспекта:
* профессиональный опыт;
* психологические особенности кандидата.

Основные правила проведения интервью:

1. Соответствие критериев оценки сотрудника формулировке и содержанию вопросов. Целесообразно иметь перед собой разработанный для конкретной вакансии список вопросов, которые вы предполагаете задавать всем соискателям данной должности. Это уменьшит вероятность необъективности, а также упростит процедуру сравнения кандидатов. 2. Активное слушание. Интервью представляет собой диалог, но при этом необходимо минимизировать высказывания интервьюера. Нельзя допускать, чтобы проведению собеседования что-то мешало (телефонные звонки и т.п.). 3. Фиксирование информации. При проведении собеседований не следует полагаться исключительно на свою память. В какой бы форме ни проводилось интервью, необходимо записывать свои наблюдения, оценки и впечатления о кандидатах.

Формирование вопросов. Вопросы могут быть разнообразными по форме построения. Форма вопроса является очень удобным инструментом в психологическом плане, предоставляющем массу возможностей, часто неосознаваемых кандидатом, для извлечения максимума достоверной информации. - Вопросы, требующие развернутых ответов (такие вопросы предпочтительны, поскольку в большей степени вынуждают кандидата “раскрываться”, например: “насколько вам удается работать в условиях сильного давления?”) - Вопросы, требующие однозначных ответов (допускаются, когда вы рассчитываете на согласие, например: “вы готовы приступить к работе со среды?”) - Вопросы для негативного баланса (если что-то произвело сильное положительное впечатление, следует задать вопрос типа: “а были ли у вас ситуации, в которых все складывалось не столь удачно?”) - Вопросы о предшествовавшем стиле поведения (например: “расскажите о том, как вы занимались...” Или “приведите пример того, как...”) - Подтверждение негативной информации (если что-то насторожило, то поинтересуйтесь “приходилось ли вам и в других случаях вести себя подобным образом?”) - Вопросы с концовкой “не так ли?” (часто используются для того, чтобы направлять беседу: “поскольку времени у нас мало, мне кажется, что разумно перейти к следующему кругу вопросов, не так ли?”) - Зеркальные вопросы (повторить утверждение в вопросительной форме и выдержать паузу. Например, кандидат сказал, что он коммуникабелен. Зеркальный вопрос: “вы коммуникабельны?..”) - Вопросы, требующие сделать выбор и обосновать его (особенно полезную информацию можно получить, предложив модель ситуации: “хотелось бы знать, что вы предпочтете. Если...?”) - Наполовину правдивые утверждения (задаете ситуацию и спрашиваете мнение, например: “мне всегда казалось, что обслуживать клиента следует только после того, как он оплатил счет, а как вы думаете?”) - Наводящие вопросы (“мы считаем, что клиент всегда прав, а что вы думаете по этому поводу?”) - Серии вопросов (чтобы сосредоточить внимание на разных аспектах ситуации, например: “можете ли вы работать в авральном режиме?”, “расскажите о ситуациях, когда вам приходилось это делать”, “ трудно ли было уложиться в срок?”, “как возникла авральная ситуация?”, “по чьей вине?”, “что вы делали?” и т.д.). Выдав серию вопросов одной обоймой, вы можете проверить способность кандидата к восприятию информации и поведению в стрессовом режиме. - Вопросы для развития предыдущего ответа (“расскажите об этом подробнее”, “приведите пример”, “это интересно”, “чему вас это научило?”) Определенную роль в беседе могут сыграть и так называемые бессловесные вопросы удивленно поднятая вами бровь, поощряющая к ответу улыбка, кивок головой. Как показывает практика, это может привести и к получению искаженных сведений о человеке. Избегайте наводящих вопросов, как бы предопределяющих ожидаемый ответ. Например: “наверное, вы считаете, что роль кассира слишком проста для вас?” Вопросы должны быть четко и ясно сформулированы. Нужно постараться избегать задавать вопросы по темам, плавно переходя от одной к другой, соблюдая единство беседы.

Проведение интервью. Умение моделировать ситуации, позволяющие раскрыть различные стороны личности и профессионального уровня кандидата приходят, как правило, с длительной практикой и свидетельствуют о высокой степени профессионализма интервьюера. Чем больше нестандартных, выходящих за рамки анкеты сведений сумеет он получить в процессе беседы, тем точнее его решение. Не надо создавать слишком благоприятное впечатление о предлагаемой должности, лучше честно сказать о трудностях, если они есть, объяснить, как предполагается их преодолеть. Желательно, чтобы к началу беседы соискатель уже имел представление о предполагаемом месте работы, примерно 80 процентов времени интервью отводится на то, чтобы слушать своего собеседника, а не самого себя; не принимать решения о возможностях соискателя раньше, чем проведено две трети беседы с ним. В любом случае, помимо вербальной информации интервьюер получает объем общего впечатления о кандидате невербального характера. Особенно ценными в данном случае являются сведения, свидетельствующие о том, что отличает данного кандидата от других, о проявлениях этого человека как личности. Общие сведения о претенденте: - Внешность, сложение, осанка, манера держаться и говорить, физические изъяны. - Выясняется способность человека к адаптации, эмоциональную устойчивость, способность справляться со стрессами, умение находить общий язык с другими людьми, вступать в контакт. - Мотивации поведения человека: какого рода цели ставит он перед собой, как добивается их осуществления, что следует за тем, как он добился очередной цели или отказался от нее, был ли настойчив в достижении своей цели? Интеллектуальные способности претендента, факты, свидетельствующие о сообразительности, способности к восприятию новых сведений, обучению, проявлению инициативы, мобильности, умение работать с цифрами. Из этого круга вопросов вытекает следующий — о профессиональном уровне, производственных достижениях — образование, диплом, специализация, сущность трудового опыта, служебное продвижение, участие в работе, требующей принятия решений, умение быть гибким и т.п. Особенности ценностной структуры личности кандидата. Приоритеты кандидата в профессиональной деятельности, наиболее важные для него достижения на предыдущем месте работы, отношение к начальству на предыдущем месте работы, отношение к общечеловеческим ценностям, работе, семье, и т.п. Досуг. Какие формы досуга предпочитает ваш собеседник в области интеллектуальной, общественной, в сфере искусства, культуры, каковы его увлечения и склонности. Другие обстоятельства: семейное положение, родственные связи, кто находится на содержании, финансовое положение семьи, наличие политических и религиозных убеждений. - Каждый раздел беседы начинается с открытого вопроса, который обозначит для собеседника сферу интереса интервьюера.

- Следом за открытыми вопросами идут тестирующие. Они помогут выяснить интересующие вас подробности, внести уточнения в рассказанное. - Когда что-то из сказанного соискателем вам не удается понять до конца, вопросы сравнительные — помогают получить полезные сведения. Например: “какая работа вам больше по душе — продавца или кассира — и почему?” Очень важно задавать вопросы, которые помогут выявить самооценку вашего собеседника.Анализ результатов. Главным результатом собеседования должно быть решение о приеме на должность или отказе кандидату. В первую очередь анализу подвергаются все несоответствия, искажения информации. Необходимо обратить внимание на следующие особенности кандидата: это опоздание на беседу без основательных причин, это небрежно заполненная анкета, это недостаток вежливости, это плохой внешний вид, нежелание смотреть собеседнику в глаза, уклончивость в ответах, уход от щекотливых вопросов, неспособность ясно выражать свои мысли. Негативными признаками являются также чрезмерная самоуверенность, или, напротив, недостаточность уверенности в себе, отсутствие интереса к вопросам, стремление получить работу на короткое время, чрезмерный акцент на денежной проблеме, нежелание получить небольшую должность, чтобы постепенно продвигаться по служебной лестнице, отсутствие интереса к делам фирмы, отсутствие плановости в подходе к собственной карьере, наличие предвзятости, серьезных предрассудков, осуждение прежних работодателей. Заключительный этап - анализ соответствия требований профессии и корпоративной культуры компании в целом – является актуальным моментом анализа на сегодняшний день. Корпоративная культура складывается в каждой компании в абсолютно оригинальном варианте. Возможна и такая вероятность, что при достаточном уровне профессиональных знаний, навыков, опыта, психологический склад кандидата, какие-то существенные особенности, не позволят ему вписаться в коллектив с уже сформированными целями, правилами, установками. Сообщение о результатах интервью кандидатам в соответствии с этикой проведения интервью требует объяснения кандидату причин отклонения его кандидатуры. Здесь также необходимо использовать данные отчета, с точки зрения освещения перспектив развития кандидата. Такое представление результатов кандидатам работает на создание позитивного имиджа компании и смягчает отказ. **Результаты исследования:**

Я выяснила каких основных правил следует придерживаться для проведения интервью, как правильно формулировать вопросы. Самое главное при проведении интервью - это умение контролировать ситуацию, умение раскрыть различные стороны личности и профессионального уровня кандидата. Все это говорит о высокой степени профессионализма интервьюера. Чем больше нестандартных, выходящих за рамки анкеты сведений сумеет он получить в процессе беседы, тем точнее его решение. Главным результатом собеседования должно быть решение о приеме на должность или отказе кандидату. Если кандидат не прошел собеседование, то следует объяснить ему причину отклонения его кандидатуры. Здесь также необходимо использовать данные отчета, с точки зрения освещения перспектив развития кандидата. Столь мягкое представление результатов кандидатам работает на создание позитивного образа компании и смягчает отказ.

**Заключение**

После анализа теоретической и исследовательской частей. Мы можем говорить, что проведение интервью требует тщательной подготовки.

При проведении интервью надо заранее подготовить примерный список вопросов для опрашиваемого, а также подготовить правильную формулировку этих вопросов. По завершению интервью и подведению итогов, надо учесть все ответы кандидата, а так же его вербальные и невербальные стороны. Необходимо обратить внимание на следующие особенности кандидата: это опоздание на беседу без основательных причин, это небрежно заполненная анкета, это недостаток вежливости, это плохой внешний вид, нежелание смотреть собеседнику в глаза, уклончивость в ответах, уход от щекотливых вопросов, неспособность ясно выражать свои мысли. Негативными признаками являются также чрезмерная самоуверенность, или, напротив, недостаточность уверенности в себе, отсутствие интереса к вопросам, стремление получить работу на короткое время, чрезмерный акцент на денежной проблеме, нежелание получить небольшую должность, чтобы постепенно продвигаться по служебной лестнице, отсутствие интереса к делам фирмы, отсутствие плановости в подходе к собственной карьере, наличие предвзятости, серьезных предрассудков, осуждение прежних работодателей. Проведение интервью это очень трудоемкий, но эффективный процесс. Интервьюер должен обладать такими качествами как коммуникабельность, дружелюбие, интуиция, объективность и беспристрастность, а также умением находить выход из сложных ситуаций.

**Список использованной литературы**

1. Бабосов Е.М. Прикладная социология / Учеб. пособие.- Мн.: ТетраСистемс, 2000. – 496 c.
2. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности – 3-е изд.,испр.- Москва:Омега-Л, 2007. -567 c.
3. Лекция по миспн.
4. Энциклопедия социологии ((http://slovari.yandex.ru/sociology)
1. Е.М. Бабосов, Энциклопедия социологии. [↑](#footnote-ref-1)
2. Лекция по МИСПН [↑](#footnote-ref-2)