

# Методы исследования



# Методы

**Анализ документов** используется, когда факты о поведении людей, событиях, мнениях различных категорий населения зафиксированы разными способами (с помощью видео- и аудио-записи, текстов, электронных и других форм документирования).

**Наблюдение** - человек, не вступая во взаимодействие с теми, за кем он наблюдает. При этом он может фиксировать все или выборочно, о чем он видит и слышит. Формы фиксации – дневник наблюдения или бланк, фото, видео запись.

- **включенное**, когда наблюдатель является полноправным участником наблюдаемого процесса (например, социолог работает на производстве).
- **невключенное**, когда наблюдатель находится в стороне, а не внутри изучаемого процесса.

## Виды опроса

**-анкетирование** (или заочный опрос), 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.

# Виды анкетирования

*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** (основной источник информации - представители различных категорий населения, чья деятельность не связана непосредственно с предметом исследования);

- **экспертный опрос** (главный источник - компетентные люди, профессиональная деятельность которых имеет тесную связь с предметом изучения).

# Виды анкетирования

*По способу общения между исследователем и респондентом:*

- **очный** (в ходе него происходит прямое общение исследователя с респондентом);
- **заочный** (респондент заполняет анкету в отсутствии исследователя, анкета высылается по почте, электронной почте. Процент возврата анкет в таком случае очень низок.

*По характеру процедуры личного опроса:*

- **групповой** (единовременное, но индивидуальное анкетирование, респондентов собирают в определенное время в одном помещении);
- **индивидуальный** (проводится, если нет возможности пригласить респондентов в одно место. В этом случае опрос производится поочередно).

# 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, определяется последовательность вопросов и примерные варианты ответов).

# Виды интервью

*По типу респондентов:*

- **с ответственным лицом** (с человеком, который занимает ответственный пост и по своим должностным обязанностям владеет определенной информацией);
- **с экспертом** (с человеком, который является специалистом высшей категории в данной проблем и, 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).

# Закрытые вопросы

- В анкете приводится несколько возможных вариантов ответов.

Для ответа на закрытый вопрос респонденту необходимо отметить выбранный вариант ответа (поставить галочку, обвести кружком соответствующий ему номер или просто подчеркнуть вариант ответа).

## Пример

Какие студии, кружки, клубы Вы знаете? Какие из них посещали за последние 6 месяцев? Какие посещаете чаще всего?

	<b>Знаю</b>	<b>Посещал</b>	<b>Посещаю чаще всего</b>
1	Студия «Феникс»		
2	Кружок бальных танцев		
3	Клуб цветоводов		
...			



## Полузакрытые вопросы

- Если максимально не предусмотреть возможные варианты ответов, лучше употребить полузакрытый вопрос. В конце списка ответов следует написать: "**Что еще?**" или "**Другое...**". , оставив для записи ответов место, две или три строки.

### **Пример**

Каким образом Вы узнаете о мероприятиях нашего клуба?

1. Реклама на улице
2. Газеты
3. Радио
4. От знакомых
5. От распространителя билетов
6. Из других источников (назовите каких) \_\_\_\_\_

# Открытые вопросы

- **Открытые вопросы** в отличие от закрытых не содержат подсказок. Открытые вопросы в отличие от закрытых дают более богатую по содержанию информацию, так как опрашиваемые имеют возможность выразить свое мнение со всеми подробностями.

## **Пример**

Что Вам не нравится в работе нашего клуба?

---

- + 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.
- + Поэтому применяя открытый вопрос, есть риск совсем не получить содержательную информацию.

## Вопросы типа «Да – Нет»

- Этот вопрос является самым простым и известным. Используется в основном для получения данных о фактах и действиях.

### **Пример**

*Посещали ли Ваши дети за последние 6 месяцев студии и кружки нашего клуба?*

- да
- нет

*Как Вы считаете, должен ли клуб работать круглосуточно?*

- да
- нет
- не уверен

# Альтернативные вопросы

- Ответы на эти вопросы носят взаимоисключающий характер. Сумма ответов на альтернативный вопрос равняется 100%.

## **Пример**

*Как часто Вы посещаете концерты?*

1. 2-3 раза в неделю
3. 1 раз в неделю
4. 2-3 раза в месяц
5. раз в месяц
6. реже, чем раз месяц

или

*Назовите ваш возраст:*

1. до 12 лет.
2. 13 – 24 года
3. старше 24 лет

# Поливариантные вопросы

- Это вопросы типа «меню». Дается набор вариантов ответов, из которого респондент может выбрать несколько.

## **Пример:**

*Из каких газет и журналов Вы получаете информацию о культурных событиях Вологодской области?*

1. Красный север
2. Русский север
3. Вологодская Афиша
4. Сельская звезда
5. Вологодский лесоруб
6. Земляничка
7. Клубничка
8. Другие (укажите название) \_\_\_\_\_

# Ранговые вопросы

- Иногда респонденту предлагается проранжировать выбранные ответы и упорядочить их по степени значимости для него.

## **Пример:**

**Что препятствует Вашему частому посещению мероприятий клуба?** (выберите не более 5 вариантов ответов и поставьте им оценку по 5-бальной шкале, где 5 – наибольшая важность)

Факторы	Оценка значимости	
1	Мало информации, рекламы	
2	Низкое качество программ	
3	Это сейчас не модно	
4	Мне это не интересно	
5	Слишком высокая стоимость билетов	
6	Слишком низкая стоимость билетов	
7	Недостойный имидж учреждения	
8	Другое (что именно) _____	

# Шкальные вопросы

- **Шкальные вопросы** содержат шкалу измерения признака вопроса. Это разновидность альтернативного вопроса. При ответе респонденту необходимо отметить интенсивность какого-либо явления или мнения.

## **Пример**

*Насколько Вы удовлетворены качеством проводимых концертов?*

1. да, удовлетворен полностью
2. скорее удовлетворен
3. скорее не удовлетворен
4. не удовлетворен совершенно

Шкальный вопрос может быть задан в виде строчной развертки или

*Удовлетворены ли Вы уровнем предлагаемого сервиса?*

Не удовлетворен  
совершенно

Удовлетворен полностью

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

# 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.

**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..."



# Основные и второстепенные вопросы

- **Вопросы-фильтры** используются, когда необходимо выделить и опросить только часть всей совокупности опрашиваемых

## **Пример**

*Посещали ли Вы за последние 6 месяцев клуб «Надежда»?*

1. да

2. нет

Если нет, то переходите к разделу «Реклама мероприятий»

**Вопрос-тест** обычно используют при определении информированности.

## **Пример**

*Знаете ли Вы хорошо современных исполнителей?*

1. да

2. нет

А после вопроса дастся перечень нескольких (10 или 20) наиболее известных песен и респонденту предлагается выбрать автора или исполнителя из приведенного рядом списка.

# Литература

- Виды сбора социологической информации

[http://cultinfo.ru/cic/soc\\_anketa/page6.html](http://cultinfo.ru/cic/soc_anketa/page6.html)