

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?

	Знаю	Посещал	Посещаю чаще всего
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