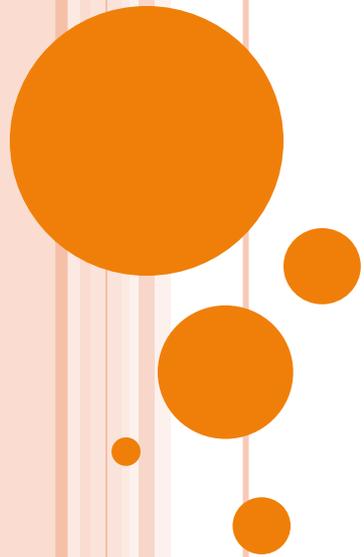


МЕТОДЫ ОПРОСА

Раздел 2 Тема 1



1.1. УСТНЫЙ ОПРОС: ИНТЕРВЬЮ, БЕСЕДА, ДИСКУССИЯ

□ *Опрос* — прием получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности, мнениях и отношениях.



ОПРОС — МЕТОД СБОРА ПЕРВИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ ПОСРЕДСТВОМ ОБРАЩЕНИЯ С ВОПРОСАМИ К КОНКРЕТНОМУ ЧЕЛОВЕКУ ИЛИ ОПРЕДЕЛЕННОЙ ГРУППЕ ЛЮДЕЙ.

С ПОМОЩЬЮ ОПРОСА ПОЛУЧАЕТСЯ СОБЫТИЙНАЯ (ФАКТИЧЕСКАЯ) ИНФОРМАЦИЯ, СВЕДЕНИЯ О МНЕНИЯХ, ОЦЕНКАХ, ПРЕДПОЧТЕНИЯХ ОПРАШИВАЕМЫХ.

Это **НЕПОСРЕДСТВЕННОЕ** (в случае устной формы) или **ОПОСРЕДОВАННОЕ** (письменный опрос, с применением электронных средств коммуникации) **ПОЛУЧЕНИЕ** ИНТЕРЕСУЮЩЕЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЯ **ИНФОРМАЦИИ** ОТ ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА ИЛИ ГРУППЫ ЛЮДЕЙ.



ОПРОС И БЕСЕДА

- **Беседа** – основной способ взаимодействия людей друг с другом как в обыденной жизни, так и в профессиональном взаимодействии.

- **Виды профессиональных бесед:**

- исповедь,
- терапевтический диалог,
- переговоры,
- журналистское интервью,
- допрос,
- устный экзамен и др.

Основная цель опроса в психологической беседе – узнать и описать жизненный мир респондента, что, конечно, подразумевает интерпретацию смысла описываемых феноменов.

ОПРОСЫ МОГУТ БЫТЬ:

письменные (анкета, в форме сочинения на тему и т.п.) и *устные* (интервью, беседа, экспертная оценка, групповая дискуссия);
очные и заочные (почтовые, телефонные, Интернет и др.);
экспертные и фронтальные (массовые);
выборочные и сплошные;
первичные и повторные.



ОПРОС КАК МЕТОД СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Причины популярности метода опроса:

- наиболее прямой способ получения информации от субъекта;
- доступен и прост в применении;
- легко поддается обработке, интерпретации, хранению.



В ПРОВЕДЕНИИ ОПРОСА СУЩЕСТВУЮТ ДВА ДЕЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТА

- ▣ *корреспондент (интервьюер)* – исследователь, проводящий опрос;
- ▣ *респондент* – опрашиваемый человек, отвечающий на вопросы корреспондента.



ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ОПРОСА:

- выясняются субъективные мнения респондентов, предъявляемые корреспонденту, то есть могущие не являться реальным.
- индивидуальные особенности корреспондента,
- корректность составления вопросов и специфика их предъявления,
- ситуация проведения опроса,
- искренность респондента и доверие его корреспонденту,
- стереотипные ответы и стандартные высказывания,
- эффект ожидаемых мнений и стремление соответствовать социальным нормам,
- эпотажность и демонстративность поведения респондента.



- Для снижения субъективности часто дополнительно используют другие методы исследования.
- Опросы также могут взаимопроверяться, дополняться контент-анализом, наблюдениями и изучением результатов деятельности.
- В классических психологических экспериментах опрос используется лишь как вспомогательный метод.



БАЗОВЫЕ ПРАВИЛА ПРИ ПОСТРОЕНИИ ВОПРОСОВ

- ясность (понятность для респондента; нельзя включать сложной, непонятной для респондентов терминологии, понятий, которые могут затруднить восприятие респондентами);
- конкретность (не допускать двоякого толкования понятий или вопроса в целом);
- проблемность (прямая или косвенная направленность вопроса на интересующую корреспондента проблему, но формулировка не должна наводить на ответ);
- последовательность (значимо выстроить порядок вопросов так, чтобы они не шокировали респондента, а позволяли постепенно конкретизировать и подробно раскрывать ответы).

ИНТЕРВЬЮ – ОЧНЫЙ ВИД ОПРОСА

- разговор, где присутствует определенная **динамика** и существует возможность **обратной связи** и уточнения непонятого (в отличие от анкеты).
- Ведущий принцип – **вопросы исходят практически только от корреспондента**, а ответы от респондента.
- Интервью требует специальной предварительной подготовки. Важна не только правильность формулировки вопроса, но и **интонирование, последовательность вопросов, внешний вид корреспондента** и многое другое.
- При интервью или беседе в отличие от анкеты можно **наблюдать за реакциями на вопросы** и невербальными компонентами общения, дающими зачастую очень много информации.



ВИДЫ ИНТЕРВЬЮ

- ▣ **стандартизированное** (формализованное) – предполагаемые вопросы беседы формулируются заранее и отход от них не допускается;
- ▣ **нестандартизированное** (неформализованное, свободное) – обозначается только тема и ключевые вопросы интервью, вопросы формулируются и уточняются по ходу интервью;
- ▣ **фокусированное** (направленное) – по поводу одного события, документа, явления и т.п.;
- ▣ **ненаправленное** – неформализованное интервью на общие темы или по поводу разнохарактерных вопросов;



ТРЕБОВАНИЯ К ИНТЕРВЬЮ

- не допускается подсказка (это влечет к увеличению субъективизма);
- нельзя проявлять чрезмерную настойчивость в опросе;
- важно учитывать культурный уровень интервьюера;
- важна организация единого социально-психологического пространства между корреспондентом и респондентом;
- а главное – корреспондент больше молчит, а респондент больше говорит, но не наоборот; важно не только уметь задать вопрос, но и уметь выслушать на него ответ.



ВНИМАНИЕ!
РАЗДЕЛИТЕСЬ НА 2
ГРУППЫ



**1. ПРЕДСТАВЬТЕ, ЧТО ВАМ НУЖНО ВЗЯТЬ
ИНТЕРВЬЮ У СТУДЕНТА ФАКУЛЬТЕТА ПЕДАГОГИКИ И
ПСИХОЛОГИИ МПГУ**

**2. СОСТАВЬТЕ 5 ВОПРОСОВ НА ТЕМУ «МПГУ –
МОЙ ВЫБОР!», ВЫБЕРИТЕ ИНТЕРВЬЮЕРА В ОДНОЙ
КОМАНДЕ И РЕСПОНДЕНТА ИЗ ДРУГОЙ КОМАНДЫ**

3. ПРОВЕДИТЕ ИНТЕРВЬЮ

**4. ПРОВЕДИТЕ ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ
ИНТЕРВЬЮ**



БЕСЕДА

- две участвующие стороны находятся примерно в равном положении, как задающий вопросы, так и отвечающие на них.
- диалоговый метод исследования.
- Важно умение вести диалог, то есть не только интересоваться собеседником и корректно ставить ему вопросы, но и уметь слышать вопросы другого и содержательно на них отвечать.



НАРРАТИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ

- направляемый исследователем свободный рассказ респондента о своей жизни или каких-то ситуациях.
- *биографическое интервью* (повествование мемуарного характера, о жизненном пути)
- *интервью о событиях и фактах жизни* (рассказ о конкретных жизненно значимых происшествиях, переживаниях, встречах с людьми).
- Основной акцент в вопросах делается на индивидуальных событиях жизни респондента, его переживаниях и оценках.



***КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, КАКОВЫ
ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
ПРИМЕНЕНИЯ УСТНОГО
ОПРОСА?***



ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ЛИЧНОСТЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТА

В.А. Ядов - особенности влияния интервьюера в процессе работы с респондентом (Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 1999. – С. 281–282.)

эффект стереотипного восприятия интервьюером респондента;

особенности согласования темпа и характера речи интервьюера и респондента;

влияние внешнего облика, манеры поведения интервьюера на восприятие и отношение к себе со стороны респондента.

личностные, возрастные и половые особенности корреспондента, которые влияют на процесс установление контакта и ведение работы с респондентом);

особенности восприятия корреспондентом собеседника в контексте исследуемой социокультурной действительности, под влиянием социальных стереотипов и собственного опыта;

ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ЛИЧНОСТЬЮ РЕСПОНДЕНТА

- особенности обыденного сознания людей изучаемого социального круга, а также о своеобразии самосознания респондента.
- множество тем не будут обсуждаться в присутствии других представителей значимого для респондента социального круга. В иных же случаях наоборот, только присутствие сотоварищей может спровоцировать взаимное раскрытие респондентов перед интервьюером.
- робкий респондент;
- респондент спорщик;
- респондент шутник;
- самоуверенный респондент.



ПРОБЛЕМА КОММУНИКАЦИИ И ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

- «культурные барьеры» – препятствия, который необходимо учитывать каждой из сторон общения.
- защитные границы, огораживающие от других.
Универсальный принцип установления таких границ и барьеров – механизм «свой-чужой».
- ситуации некорректного употребления понятия, заданного вопроса, или проделанного действия со стороны корреспондента (причем исследователь заранее не всегда может знать о возможном эффекте), на которые респондент реагирует либо уклонением от ответа, либо вообще прекращением беседы.
- *Особенности ситуации, закрытые для вопросов темы.*



**КРИТЕРИИ КВАЛИФИКАЦИИ ИНТЕРВЬЮЕРА
(по С. КВАЛЕ):**

- ❑ 1. **Знания.** Обладает широкими познаниями по теме интервью, может поддерживать разговор на должном уровне.
- ❑ 2. **Структурирование.** Обозначает цель интервью, резюмирует интервью, а также интересуется, нет ли у интервьюируемого каких-либо вопросов, касающихся ситуации.
- ❑ 3. **Ясность.** Задает ясные, простые и короткие вопросы; говорит отчетливо и понятно; не использует научные выражения или профессиональный жаргон.
- ❑ 4. **Мягкость.** Позволяет собеседнику закончить то, что он говорит, дает ему возможность думать и говорить в своем собственном ритме. Добродушен, спокойно переносит паузы, обозначает допустимость обсуждения нетривиальных и провокационных мнений, а также возможность проявлять эмоции.



5. Чуткость. Активно прислушивается к содержанию сказанного, старается добиться более подробного описания оттенков смысла. Обладает развитой эмпатией, слышит не только то, что сказано, но и то, как сказано, а также отмечает то, о чем собеседник умолчал.

6. Открытость. Интервьюер чувствует, какие аспекты интервью важны для собеседника.

7. Ведение, управление. Интервьюер контролирует ход беседы и не боится пресекать отклонение от темы.

8. Критичность. Не принимает на веру все, что ему говорят, стремится проверить надежность сообщаемой информации.

9. Хорошая память. Интервьюер помнит все, о чем говорил собеседник на протяжении всего интервью, может воспроизвести более раннее высказывание и попросить развернуть его.



ПРОДОЛЖАЕМ РАБОТАТЬ С ВОПРОСАМИ НА ТЕМУ «МПУ – МОЙ ВЫБОР»

- **Задание!** Разделитесь на пары.
- Во время обеденного перерыва проведите опрос студентов по указанной теме.
- Количество респондентов:
от 3 человек и выше.

