

Метод опроса. Анкетирование.

I. Специфика опроса

<i>признак</i>	<i>Требование к признаку</i>
человек – источник первичной соц. информации, участник опроса (респондент)	учет состояния респондента (его здоровье, мотивация к опросу)
опрос - вид социально-психологического общения	качество работы анкетёра, интервьюера, соблюдение условий проведения опроса
формы опроса: устная (интервью) и письменная (анкета)	содержание, количество вопросов и ответов в зависимости от целей СИ
сроки проведения, выборочная совокупность, характер получаемой информации	максимально короткие сроки, получение разнообразной информации
охват разнообразных областей соц. практики	учет субъективности, искажения информации

Виды анкетирования

- Анкета – объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа.

Виды
анкетирования

групповое

индивидуальное

II. Виды вопросов

Классификация
вопросов

по
содержанию

факты
сознания

факты
поведения

личность
респондента

по функциям

основные/
неосновные

открытые/
закрытые

по форме

прямые/
косвенные

Вопросы по содержанию

виды	характеристики	примеры
Факты сознания	Выявление мнений, планов на будущее	Вы хотите учиться в ВУЗе?
Факты поведения	Выявление поступков, результатов деятельности людей	Что необходимо Вам для этого?
Личность респондента	Выявление социально-демографических характеристик («паспортичка»), уровня информированности респондентов	Укажите Ваш возраст. Знаете ли вы условия поступления в ВУЗ?

Вопросы по форме

виды	характеристики	примеры
закрытые: А) альтернативные; Б) неальтернативные	Ответы в полном наборе вариантов: А) выбор только одного варианта ответа; Б) выбор нескольких вариантов ответа Все ответы имеют линейную форму расположения. Коды ответов изменяются в строгом направлении изменения оценок.	А) Вы хотите учиться в ВУЗе? 1. да; 2. нет Б) В каких ВУЗах вы хотите учиться? 1. УрГУ; 2. УГТУ-УПИ; 3. УрГЭУ
открытые	Нет вариантов ответа. Число кодов зависит от возможных вариантов ответа (до 10).	Что необходимо для поступления в ВУЗ? _____ _____

Вопросы по форме

виды	характеристики	примеры
косвенный	Представление ситуации, которая не требует оценки личностных качеств или обстоятельств деятельности респондента	Просим Вас закончить фразу: «Когда я слышу, как упрекают директора, что его фирма плохо работает, я думаю, что...»
прямой	Требование от респондента высказать критическое отношения к себе, к другим людям, событиям	Что мешает Вам успешно руководить фирмой: Ваши личные качества или сопротивление коллектива?

Вопросы по функциям

виды	характеристики	примеры
основные	Сбор информации о содержании исследуемого явления.	Знаете ли вы о мероприятиях, запланированных на новый учебный год?
неосновные	Выявление адресата основного вопроса («вопросы-фильтры»), проверка искренности ответов («контрольные вопросы»)	Какие мероприятия, запланированные на новый учебный год, Вы считаете самыми важными?

"Эффект воронки"

- заключается в переходе от простых контактных вопросов к более сложным, от фактологических к высказыванию суждений. Каждый предыдущий вопрос должен усиливать интерес к следующему. В заключительной части анкеты или интервью вновь следуют простые, общие вопросы, что связано с наступающей истощаемостью внимания, с усилением усталости респондентов. В конце анкеты обычно находится социально-демографический блок – сведения о возрасте, поле, образовании и т.п.
- Различают "прямой" и "обратный" эффект воронки. Обычно используется термин "прямая воронка", когда дискуссия начинается с более широкой темы, а затем постепенно переходит к конкретным вопросам. "Обратная воронка" предполагает сначала конкретные высказывания с последующим постепенным расширением рамок обсуждения.

Требования к составлению вопросов

- Обеспечить респонденту возможность уклониться от ответа, выразить неопределенное мнение («затрудняюсь ответить», «бывает по-разному»).
- Не допускать в формулировках вопросов явных или неявных подсказок («Что Вам нравится в работе школы?»).
- Сбалансировать положительные и отрицательные суждения («Что Вам нравится и не нравится в работе школы?»), расположить их в виде двух параллельных столбцов.
- Учитывать возможности памяти респондента, его способность к анализу и обобщению собственных поступков, взглядов.
- Не использовать неясные формулировки и неизвестные термины.

III. Композиция и оформление анкет

Фазы опроса	Части анкеты
Адаптация (формирование общей положительной установки к опросу)	Вводная (непосредственное обращение к респонденту): краткая информация о целях, задачах , правила заполнения анкеты.
Достижение цели СИ (сбор необходимой информации)	Основная (вопросы, направленные на получение необходимой информации): для каждой задачи свой блок вопросов; первый вопрос - нейтральный; расположение сложных вопросов в центральной части анкеты; максимальная компактность, время выполнения –до 40 минут.
Завершение опроса (снятие напряжения)	Заключительная («паспортичка»): выяснение социально-демографических характеристик; высказывание мнения респондента по теме опроса; выражение благодарности за участие.

IV. Апробация анкет

- Алгоритм проверки правильности составления вопросов:
 1. Не забыты варианты ответов: «не знаю», «затрудняюсь ответить»
 2. Используются разные виды вопросов
 3. Есть вопросы-фильтры
 4. Нет несоответствия между смыслом формулировки вопроса и шкалой измерения
 5. Нет в формулировке вопроса непонятных, специфических терминов
 6. Не превышена компетентность респондента
 7. Не превышены возможности памяти респондента
 8. Не задето самолюбие респондента
 9. Вопросы не вызывают отрицательных эмоций

IV. Апробация анкет

- Алгоритм проверки композиции анкеты:
 1. Соблюден принцип правильного расположения вопросов
 2. Предшествующие вопросы прямо не влияют на последующие
 3. Смысловые блоки вопросов отделены друг от друга «переключателями внимания»
 4. Вопросы-фильтры снабжены указателями перехода к другому вопросу
 5. Нет скопления однотипных вопросов
 6. Нет нарушений графического оформления анкеты

■ Спасибо за внимание!