

ОПРОС АНКЕТНЫЙ - метод сбора социологической информации, характеризующийся письменной формой ответов респондентов на поставленные и жестко фиксированные в опросном листе вопросы при непосредственном, прямом [в присутствии анкетера (см.) индивидуально-личном или групповом опросе] или опосредованном, заочном (через прессу, почту) способе взаимодействия социолога и респондента. Компонентами любого О.А. являются: 1) социолог (анкетер); 2) сама анкета - см.; 3) респондент.

Особенностью О.А. является то, что респондент самостоятельно работает с анкетой: понимает вопрос, обдумывает и самостоятельно регистрирует ответ. Преимуществом О.А. является то, что респондент свободен в выборе варианта ответа на вопрос, в выражении своего мнения, в выборе варианта ответа на вопрос. Влияние же исследователя на ход и результат О.А. сведено к минимуму. К тому же сама процедура О.А. обеспечивает полную анонимность, конфиденциальность информации и полное отсутствие коммуникативного, психологического барьера между анкетером и респондентом. Главным недостатком О.А. является невозможность уточнить, конкретизировать ответ респондента, пояснить содержание вопроса. Поэтому метод О.А. не является гибким. Кроме того, в О.А. есть интенция на преобладание все-таки количественных методов, что зачастую ограничивает информацию о качественных характеристиках изучаемого процесса или явления. Свое влияние оказывают необходимость ограничения количества задаваемых вопросов, пропуски в ответах, а при использовании некоторых видов О.А. (почтовый, прессовый) - низкий возврат анкет.

Разнообразие используемых в социологических исследованиях О.А. позволяет классифицировать их по различным основаниям:

По способу распространения анкет - 1) почтовый (анкета для заполнения рассылается респонденту почтой); 2) прессовый (анкета для заполнения передается респонденту через печать - газеты, журналы); 3) телетайпный (распространение и сбор инструментария и документов социологического исследования осуществляется с использованием телеграфно-телетайпной связи и E-mail, в случаях, когда объекты социологического исследования находятся на достаточно большом расстоянии друг от друга и от головного исследовательского центра); 4) раздаточный (О.А., при котором социолог лично сам вручает и получает анкету от респондента); 5) интернет-опрос (когда анкета для заполнения предлагается через интернет-сайт).

По месту проведения - 1) по месту жительства респондента; 2) по месту работы респондента (в ситуациях, когда исследуются проблемы производственной жизни). По составу аудитории - 1) индивидуальный О.А. (основанный на индивидуально-личном анкетировании конкретного респондента анкетером); 2) групповой О.А. (где одновременно анketируют целую группу респондентов).

По степени охвата генеральной совокупности - 1) сплошной (опросом охвачена вся генеральная совокупность); 2) выборочный (опрашивается только часть генеральной совокупности в соответствии с выборкой).

ОПРОС АНКЕТНЫЙ

Автор: словарь
01.02.2009 13:18 -

По масштабу исследуемых проблем - 1) широкий О.А. (касающийся многих проблем); 2) "молния" (О.А., касающийся лишь одной проблемы с небольшим количеством вопросов).

Инструментарием при проведении О.А. является анкета - совокупность структурированных определенным образом вопросов, логически связанных между собой, а также с задачами и целями исследования, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета анализа (см. Анкета). Познавательные возможности метода реализуются в вопрос-ответном общении социолога и респондента. Поэтому главным познавательным инструментом опроса выступает вопрос, т.к. именно при помощи вопросов социологи получают в виде ответов респондентов совокупность единиц эмпирической информации, которая позволяет установить социальные факты, служит основой для построения индексов и показателей. Поэтому самый сложный этап составления анкеты - формулировка вопросов, которому предшествует процедура эмпирического определения основных понятий исследования и отбора соответствующих эмпирических индикаторов, каждому из которых соответствует один или несколько вопросов анкеты.

Вопросы, используемые социологом при О.А., весьма разнообразны и могут классифицироваться по различным основаниям:

По форме - 1) открытые вопросы предоставляют право респонденту свободно формулировать варианты ответов и применяются в том случае, если познавательная задача заключается в получении данных о структуре представлений опрашиваемых по изучаемой проблеме, круге ассоциаций в связи с предметом опроса, вербальных навыках, связанных со способностью формулировать свое мнение и аргументировать его. Статистическая обработка таких вопросов весьма трудоемка (необходима предварительная кодировка вариантов ответов); 2) закрытые вопросы, т.е. ситуация, когда респондентам уже задан список вариантов ответов на вопрос, среди которых осуществляется выбор в соответствии с мнением респондента по поводу изучаемого явления. В данном случае исследователь имеет возможность более строго интерпретировать ответ, сокращается время на обработку таких вопросов и заполнение анкеты респондентами. 3) полужакрытые вопросы - дают возможность респонденту не только выбрать варианты ответа, но и сформулировать и зафиксировать свой, дополнительный вариант ответа на вопрос. Для этого вместе с перечнем вариантов ответов к вопросу оставляют еще свободные строки, в которых респондент может вписывать свой ответ.

По функциям - 1) основные вопросы - формулируются для получения необходимой информации по проблеме исследования; 2) контрольные вопросы - служат для проверки искренности, правдивости ответов на основные вопросы, уточнения полученных сведений, а контроль осуществляется путем изменения формулировки основного вопроса при сохранении его внутреннего содержания; 3) вопросы-фильтры, которые ставятся в дополнение к основным вопросам и используются для селекции респондентов по определенному признаку или отсева некомпетентных.

По смыслу формулировки - 1) прямые (лобовые) вопросы - не содержат скрытого

смысла, направлены на выражение отношения респондента по поводу поставленной проблемы с собственных позиций; 2) личные вопросы - адресованы непосредственно самому респонденту; 3) косвенные (безличные) вопросы - при ответе на них респондент высказывается по существу проблемы, опираясь на свой опыт, но с позиций группы, коллектива, в безличной форме, что снижает остроту критических оценок, характерных для высказываний от первого лица. Необходимость использования косвенных вопросов обусловлена невозможностью в ряде случаев использовать прямые вопросы, например, при исследовании проблем, касающихся частных, интимных дел человека, где прямой вопрос некорректен и часто остается без ответа; 4) трюковые вопросы (вопросы-ловушки) - служат для определения искренности ответов. В связи с этим, спрашивается о несуществующем; 5) прожективные вопросы - направлены на изучение реального поведения через призму отношения к искусственной, вымышленной или виртуально возможной ситуации.

По содержанию получаемой информации - 1) вопросы о фактах, т.е. о действиях в прошлом и настоящем. Эти вопросы могут касаться как мнения респондента относительно происходящих событий (т.е. вопросы о фактах сознания), так и нести информацию о его действиях и поведении - поступках, результатах деятельности (т.е. вопросы о фактах поведения); 2) вопросы о знаниях, т.е. о том, что знает и что может изложить респондент.

Цель этих вопросов - выявить уровень информированности респондента и его знаний в определенной области. Поэтому часто эти вопросы экзаменационного характера, могут содержать задания, экспериментальные или игровые ситуации, решение которых требует от опрашиваемого использования определенных навыков, знания определенных фактов, событий, имен; 3) вопросы о статусе респондента или демографические вопросы, которые позволяют получить сведения об образовании, возрасте, месте жительства респондента и др.

Для повышения достоверности ответов для респондентов на вопросы предусмотрена возможность выразить неопределенное мнение или уклониться от ответа. В практике социологических опросов сложился целый ряд возможных вариантов отказа или уклонения от ответа ("не знаю", "затрудняюсь ответить", "не думал об этом" и др.). Исходя из контекста задаваемого вопроса, доля не ответивших может включаться в содержательную интерпретацию полученной информации.

Каждый вид вопроса имеет свою специфику. Изучение этой специфики должно строиться в рамках единой схемы, определяющей общую стратегию методических исследований, связанных с проблемой надежности вопроса. Речь идет о необходимости обеспечения адекватности между основными этапами исследовательского процесса (задача исследования - формулировка вопроса - использование вопроса - составление ответа и его регистрация - обработка ответа - граница интерпретации), с одной стороны, и обеспечение адекватности конструкции вопроса логическим, психологическим, социолингвистическим критериям - с другой.

ОПРОС АНКЕТНЫЙ

Автор: словарь
01.02.2009 13:18 -

Компановка вопросов анкеты в итоговую структуру называется версткой анкеты (см. Анкета). Прежде, чем проводить О.А. на заданной выборке, проводится пилотаж анкеты на микровыборке с целью корректировки инструментария.

Проведение анкетирования обеспечивается анкетерами (см. Анкетер). Есть общие методические требования к организации и проведению О.А. (см. Опрос, Анкетер, Анкетирование), которые уточняются и доводятся до сведения анкетеров на инструктаже.

Е.Е. Кучко