ОПРОС

Автор: словарь
01.02.2009 12:17 -

ОПРОС - метод непосредственного (интервью - см.) или опосредованного (анкета - см.) сбора первичной вербальной информации путем регистрации ответов респондентов на вопросы, заданные социологом в соответствии с целями и задачами исследования.

В настоящее время метод О. является наиболее распространенным способом получения первичной социологической информации. В силу этого О. порой отождествляется со всеми социологическими исследованиями в целом, а иногда и с самой социологией как наукой (то есть происходит отождествление науки с одним из ее методов). Метод О. является весьма эффективным способом получения универсальной информации объективного (о фактах и продуктах жизнедеятельности людей) и субъективного характера (о мотивах деятельности, мнениях, оценках, ценностных ориентациях). Главное достоинство данного метода - массовость, репрезентативность и возможность использования при проведении оперативных социологических исследований. Разумеется, данный метод не является универсальным: его роль и значение тем больше, чем слабее обеспеченность изучаемого явления статистической и документальной информацией и чем они меньше доступны непосредственному наблюдению. Степень значимости метода О. связана с изучением сферы общественного сознания. Именно поэтому следует постоянно иметь в виду, что социолог постоянно получает информацию о социальных явлениях только в том виде, в каком она отражается в сознании людей и вербализуется респондентом в ситуации О.

На качество полученной методом О. информации влияют факторы, связанные, с одной стороны, с личностью самого респондента (уровень образования, культуры, свойства памяти, защитные механизмы психики, отношение к исследуемой проблеме и к человеку или организации, проводящей О.), а с другой - факторы, связанные с деятельностью самого исследователя (начиная с профессионализма в составлении опросного листа и заканчивая мастерством работы анкетера или интервьюера с респондентом по получению искомой информации). На результаты О. негативно влияет присутствие при О. посторонних лиц, неудачно выбранное время и место О., несоблюдение принципов анонимности, плохая организация самой процедуры О.

Для нейтрализации факторов негативно влияющих на результаты О., следует строго исполнять нормативные требования по использованию метода О., что предполагает: 1) четкую фиксацию исследовательских задач (содержание которых определяется программой социологического исследования) с обеспечением адекватности им вопросника; 2) доступность предлагаемых формулировок вопросов респондентам, обеспечение их понимания опрашиваемым; 3) обеспечение принципов социально-психологического общения социологов (анкетеров, интервьюеров) с респондентами, что предполагает использование технических и организационных приемов, направленных на создание оптимальных условий, в которых происходит О. Речь идет и о технике О. (т.е. о наборе приемов, имеющих целью стимулировать достоверность ответов респондентов), и о знании особенностей среды респондентов, и об освоении психологических знаний о механизмах межличностного общения в тех случаях, когда речь идет о методике интервью, а также о механизмах восприятия текста

при заполнении анкеты; 4) точность фиксации ответов респондентов; 5) стандартизация условий проведения О.; 6) побуждение интересов респондентов и интервьеров (анкетеров) к результатам О.

Виды О. можно выделять по различным основаниям:

По способу получения информации и ее интерпретации - 1) анкетный О. (когда опросный лист напечатан и непосредственно социологом или опосредованно - через почту, прессу - вручается респонденту для заполнения); 2) социологическое интервью (как наиболее гибкую форму работы с респондентом, основанной на непосредственной беседе (очной) или заочной (телефонное интервью) социолога и респондента по заданной проблеме; 3) экспертный О. (когда в качестве респондентов выступают эксперты).

По степени охвата генеральной совокупности - 1) сплошные О. (ситуация, когда опросом охвачена вся генеральная совокупность); 2) выборочные О. (ситуация, когда О. охвачена часть генеральной совокупности по принципам и правилам выборки).

По процедуре проведения О. - 1) индивидуальные О. (проходят в индивидуально-личной форме при непосредственном или опосредованном, но всегда конфиденциальном, один на один способе общения социолога и респондента); 2) групповые О. (когда социолог работает не с одним, а сразу с несколькими респондентами, порой с целой группой.

По форме проведения О. - 1) устные О. (разные виды интервью); 2) письменные О. (анкетный О.).

По способу коммуникации социолога и респондента - 1) контактные О. (интервью и некоторые виды анкетных О., основанные на непосредственно личном контакте социолога и респондента в процессе проведения О.); 2) бесконтактные О. (почтовые или прессовые О., основанные на непосредственно личном контакте социолога и респондента в процессе проведения О.).

По частоте проведения - 1) разовые О. населения по определенным проблемам; 2) повторные (мониторинг, лонгитюд).

Е.Е. Кучко