

ОПРОС – самый простой метод исследования



Максименко Татьяна Александровна,
методист
ГАУДО РК "Республиканский центр дополнительного
образования"

Важным этапом в организации исследовательской деятельности с учащимися является накопление материала для проверки обоснованности выдвинутой гипотезы. Для накопления нужных материалов используются весьма разнообразные методы. Мы открываем цикл статей по ознакомлению с методами исследования. Данная статья посвящена методу опроса - общенаучному, социологическому, самому простому методу.

Различают опросы:

- массовые;
- специализированные (опросы с компетентными, профессиональными людьми по предмету исследования).

Опрос может проводиться в форме:

- 1) интервьюирования;
- 2) анкетирования.

В качестве примера видов опроса рассмотрим логическую схему, основанную на типологии Горшкова и Шереги, с добавлением онлайн-опроса (рис. 1).

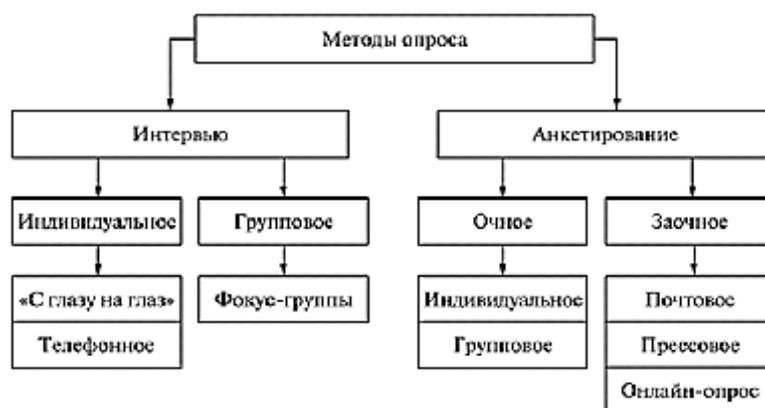


Рис. 1. Логическая схема видов опроса

Следует отметить, что почтовое анкетирование - это анкета, доставляемая по почте, прессовое анкетирование - это анкета, публикуемая в средствах массовой информации.

Ознакомимся с методом опроса по форме интервьюирования.

Интервьюирование (от англ. "встреча", "беседа") - метод получения информации в ходе устного непосредственного общения. Специфика интервью заключается в том, что оно представляет собой разговор, где присутствует определенная динамика, возможность обратной связи и уточнения непонятого. Этим интервьюирование отличается от анкетирования.

Интервьюирование

предполагает личное общение с опрашиваемым, при котором исследователь сам задает вопросы и фиксирует ответы.

По форме проведения интервьюирование может быть:

- индивидуальным
- прямым ("лицом к лицу", "с глазу на глаз");
- опосредованным (например, по телефону);
- групповым
- фокус-группы.

Суть фокус-группы заключается в том, что для обсуждения интересующего вопроса или вопросов (обычно более сложных) собирается некоторое количество людей, которые в свободном режиме высказывают свои мысли.

Человек, который ведет

фокус-группу, называется *модератором*, и его основная задача - не дать группе уйти в сторону от темы, а также перейти от обсуждения к спору.

Список конкретных вопросов, предлагаемых для обсуждения в фокус-группе - это *топик-гайд*.

Чтобы информация, полученная в ходе фокус-группы не пропала, нередко её записывают с помощью разных технических оснащений или протоколируют, фиксируют на бумаге.

Стандартная форма протокола выглядит так:

Протокол фокус-группы для исследования (описывают вопрос исследования)

Участники:

1. Иванов Илья - ...

2. Петров Николай - ...

3. ...

интервьюирования: вопросы задает исследователь (его можно назвать - корреспондент или интервьюер), отвечает - респондент (тот, кто отвечает на вопросы).

По форме общения интервью подразделяется на:

- **стандартизированное** (вопросы формулируются заранее и отход от них не допускается);

- **нестандартизированное** (обозначается только тема интервью);

- **фокусированное** (вопросы даются по поводу одного события, документа, явления и т.п.).

Требования к проведению интервью:

- не допускается подсказка;

- нельзя проявлять чрезмерную настойчивость в опросе;

помощью аудиотехники. Наиболее распространенным является стандартизированное интервью. Одним из важнейших преимуществ опросов является то, что они позволяют в достаточно сжатые сроки выяснять мнение людей посредством опроса представителей различных социальных групп и слоев, получать разнообразную информацию. При этом опросы охватывают широкий спектр вопросов, необходимых для обработки и интерпретации собранной информации, ее анализа, а также сопоставления результатов исследования.

В то же время, проводя опросы, необходимо помнить, что информация, полученная от респондентов, всегда является лишь субъективной оценкой, отражением объективной реальности.

Литература и интернет-ресурсы:

1. Калина Е.Г., Новикова Н.А. Понятия и методы исследовательской деятельности / Практика административной работы в школе. - 2013. - №7. - С. 47.

2. Савенков А.И. Методика исследовательского обучения младших школьников. - Самара: Издательство "Учебная литература", 2005. - 80 с.

3. Методика проведения фокус-групп [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.my-market.ru/market_136.html.

№ вопроса	Суть мнения	Участники, высказавшие/поддержавшие мнение
2		1,3 (отмечают номера участников по протоколу)
		2,3

Для участия в фокус-группе отбираются люди, разные по формальным показателям - девочки и мальчики, отличники и неуспевающие и т.п.

Всем им обязательно дается возможность высказать своё мнение и обосновать его.

Ведущий принцип

- нужно уметь задавать вопросы и выслушивать их;

- имеет значение и культура, и внешний вид корреспондента или интервьюера.

Таким образом, интервью - это беседа, предполагающая ответы респондента, записываемая либо самим интервьюером, либо с

