# РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

#### Ф-л в г. Минске

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

«РАЗНОВИДНОСТЬ МЕТОДА ОПРОСА»

###### Минск, 2007

# ВВЕДЕНИЕ

Свои задачи психология решает с помощью определенных методов. Метод – это путь познания истины. Различают всеобщий метод (методологию), общие (присущие ряду наук) и частные (специфические для данной науки) методы, а также приемы и средства исследования.

Методы основополагаются на теории и методологии. Каждая конкретная наука, пользуясь общими методами, уточняет, конкретизирует и трансформирует их применительно к условиям и задачам своих исследований.

Основными методами сбора информации являются наблюдение (изучение внешних проявлений чувств, действий, поступков и поведения людей и коллективов в различных условиях их жизни и деятельности) и эксперимент (активное вмешательство исследователя в изучаемый процесс) [1, 20 с.].

Наблюдение и эксперимент дополняются другими методами: индивидуальный (беседы) и массовый – опросы (анкеты, тесты, интервью), обобщение независимых характеристик и т.д. [1, 23 с.].

В данной работе мы рассмотрим метод опроса.

# МЕТОД ОПРОСА

**Метод опроса** — психологический вербально-коммуникативный метод, заключающийся в осуществлении взаимодействия между психологом и субъектом посредством получения от субъекта ответов на задаваемые вопросы. Иными словами, опрос представляет собой общение психолога и респондента, в котором главным инструментом выступает заранее сформулированный вопрос.

## Сущность метода опроса

Опрос можно рассматривать как один из самых распространённых методов получения информации о субъектах — респондентах опроса. Опрос заключается в задавании людям специальных вопросов, ответы на которые позволяют исследователю получить необходимые сведения в зависимости от задач исследования. К особенностям опроса можно причислить его массовость, что вызвано спецификой задач, которые им решаются. Массовость обуславливается тем, что психологу, как правило, требуется получение сведений о группе индивидов, а не изучение отдельного представителя.

Опросы разделяют на стандартизированные и нестандартизированные. Стандартизированные опросы можно рассматривать как строгие опросы, дающие прежде всего общее представление об исследуемой проблеме. Нестандартизированные опросы менее строгие в сравнении со стандартизированными, в них отсутствуют жёсткие рамки. Они позволяют варьировать поведение исследователя в зависимости от реакции респондентов на вопросы.

При создании опросов сначала формулируют программные вопросы, соответствующие задаче решения, но которые доступны для понимания лишь специалистам. Затем эти вопросы переводятся в анкетные, которые сформулированы на доступном неспециалисту языке.

## 

## Виды опросов

* Анкетирование
* Личностные тесты
* Интервью.

## Вопросы

### Правила составления вопросов

* Каждый вопрос должен быть логичным и отдельным.
* Нежелательно употребление специальных, специфичных терминов.
* Вопросы должны быть краткими.
* Вопросы должны быть конкретными.
* Вопросы не должны содержать подсказку.
* Формулировка вопроса должна предотвратить получение шаблонных ответов.
* Язык вопросов не должен вызывать отвращение (к примеру, быть слишком экспрессивным).
* Недопустимы вопросы суггестивного (внушающего) характера.

### Виды вопросов в соответствии с решаемыми задачами

* Закрытые — открытые
  + Закрытые (структурированные) вопросы предполагают выбор ответа из списка. Закрытые вопросы могут быть дихотомическими («да/нет») или же с множественным выбором, то есть предоставлять более двух вариантов ответа. Ответы на закрытые вопросы легко поддаются обработке; недостатком же можно считать высокую вероятность необдуманности ответов, случайных их выбор, автоматизм у респондента.
  + Открытые (неструктурированные) вопросы не содержат никаких заготовленных ответов, а респондент отвечает в свободной форме. Данные, полученные из ответов на такие вопросы, обрабатывать труднее, чем в случае с закрытыми вопросами.
* Субъективные — проективные
  + Субъективные вопросы спрашивают респондента об его отношении к чему-либо или о его поведении в определённой ситуации.
  + Проективные вопросы спрашивают о третьем лице, не указывая на респондента [2, 32 с.].

# Достоинства опросов состоят в том, что они дают исследователю информацию, которую невозможно получить иным образом. Опрос может выступать как средство сбора первичной информации и служить для уточнения и контроля данных других методов.

# Недостатки данного метода кроются в субъективности полученных данных, которые во многом основаны на самонаблюдении опрашиваемых.

# МЕТОД АНКЕТИРОВАНИЯ

**Метод анкетирования** — психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета. Анкетирование — опрос при помощи анкеты.

## Сущность метода анкетирования

Анкетирование в психологии используется с целью получения психологической информации, а социологические и демографические данные играют лишь вспомогательную роль. Контакт психолога с респондентом сведён здесь к минимуму. Анкетирование позволяет наиболее жёстко следовать намеченному плану исследования, так как процедура «вопрос-ответ» строго регламентирована.

При помощи метода анкетирования можно с наименьшими затратами получить высокий уровень массовости исследования. Особенностью этого метода можно назвать его анонимность (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы). Анкетирование проводится в основном в случаях, когда необходимо выяснить мнения людей по каким-то вопросам и охватить большое число людей за короткий срок.

Пионером использования анкеты в психологическом исследовании считают Ф. Гальтона, который в своём исследовании влияния наследственности и среды на уровень интеллектуальных достижений при помощи анкеты опросил сотню крупнейших британских учёных [1, 44 с.].

## Виды анкетирования

### По числу респондентов

* Индивидуальное анкетирование (один респондент)
* Групповое анкетирование (несколько респондентов)
* Массовое анкетирование (от сотни до тысяч респондентов)

### По полноте охвата

* Сплошное (опрос всех представителей выборки)
* Выборочное (опрос части выборки)

### По типу контактов с респондентом

* Очное (в присутствии исследователя-анкетёра)
* Заочное (анкетёр отсутствует)
  + Рассылка анкет по почте
  + Публикация анкет в прессе
  + Публикация анкет в интернете
  + Вручение и сбор анкет по месту жительства, работы и т. д. [1, 42 с.]

## Онлайн анкетирование

С ростом популярности Интернета всё более востребованным способом сбора данных становится онлайн анкетирование. Дизайн онлайн опросников часто влияет на результат опроса. К таким факторам дизайна относят качество руководства опросников, доступные форматы представления данных (вопросов), способы управления, проработанность и этические составляющие опросника.

Ряд сайтов даёт бесплатную возможность создать онлайн опросник и собрать данные:

* BuddyQuiz. Ограничение: до 10 вопросов, выбор из 4 ответов на каждом шаге.
* SurveyMonkey.com. Пользователи ограничены сбором информации о 100 респондентах [2, 46 с.].

# 

# ЛИЧНОСТНЫЕ ТЕСТЫ

Тесты личности предназначены для выявления и оценки особенностей ментальных способностей или интеллекта; они разделяются на тесты действия (целевые личностные тесты) и ситуационные тесты, предназначенные для оценки принятия решения испытуемым в экспериментальной (специфической) ситуации.

К тестам действия (целевым личностным тестам) можно отнести:

1. Тест структуры интеллекта (Р.Амтхауэр, 1953), модификация — Методика исследования особенностей мышления (МИОМ).

2. Прогрессивные матрицы Равена (Дж.К.Равен, 1936) - оценка особенностей и уровня интеллекта.

3. Корректурная проба - оценка концентрации и устойчивости внимания (Б.Бурдон, 1895).

4. Тест памяти Мейли - оценка зрительной, слуховой памяти.

5. Шкала оценки Озерецкого - оценка двигательных умений и отдельных компонентов моторики (Н.И.Озерецкий, 1923).

6. Тест «Спираль» - оценка двигательных функций.

7. Тест «Линеограммы» - оценка переключения внимания, пластичности мыслительных функций.

8. Тест «Комбинаторные способности».

9. Тест «Установление закономерностей» - оценка внимания, памяти, логического мышления.

10. Тест «Красно-черные таблицы» - оценка переключения внимания.

11. Тест «Перепутанные линии» - оценка устойчивости внимания.

12. Корректурная проба: «Информационный поиск» - оценка кратковременной памяти, внимания.

13. Тест «Умозаключения» - оценка логического мышления.

14. Тест «Компасы» - оценка пространственного воображения.

и др.

К ситуационным тестам, исследующим принятие решения испытуемым в экспериментальной ситуации, можно отнести:

1. Методику «Дилемма выбора» (Н.Коган, М.Уоллэлч), представляющую собой оценку стратегии поведения испытуемого и прогноз его стиля принятия решения посредством выбора и описания им 12 житейских ситуаций.

2. Метод последовательной динамической оценки — МПДО (Б.Я.Шведин, 1989).

3. Автоматизированную диагностическую ситуационную игру «ТЕСТ», «РИТМ», состоящую из семи субтестов, оценивающих состояние, интеллект и результативность специфической игры (И.Н. Носс, Е.В.Суслов, 1990)

[3, 85 с.].

# МЕТОД ИНТЕРВЬЮ

**Метод интервью** — психологический вербально-коммуникативный метод, заключающийся в проведении разговора между психологом и субъектом по заранее разработанному плану.

## Сущность метода интервью

Метод интервью отличается строгой организованностью и неравноценностью функций собеседников: психолог-интервьюер задаёт вопросы субъекту-респонденту, при этом он не ведёт с ним активного диалога, не высказывает своего мнения и открыто не обнаруживает своей личной оценки ответов испытуемого или задаваемых вопросов.

В задачи психолога входит сведение своего влияния на содержание ответов респондента к минимуму и обеспечение благоприятной атмосферы общения. Цель интервью с точки зрения психолога — получить от респондента ответы на вопросы, сформулированные в соответствии с задачами всего исследования.

## Виды интервью

### По степени формализации

* Стандартизированное, или формализованное, интервью. В таком интервью заранее определены формулировки вопросов и последовательность, в которой они задаются.
* Нестандартизированное, или свободное, интервью. При таком интервью психолог следует лишь общему плану, сформулированному соответственно задачам исследования, задавая вопросы по ситуации. Благодаря своей гибкости располагает к более хорошему в сравнении со стандартизированным интервью контакту между психологом и респондентом.
* Полустандартизированное, или фокусированное, интервью. При проведении данного вида интервью психолог руководствуется перечнем как строго необходимых, так и возможных вопросов.

### По стадии исследования

* Предварительное интервью. Используется на стадии пилотажного исследования.
* Основное интервью. Используется на стадии сбора основных сведений.
* Контрольное интервью. Используется для проверки спорных результатов и для пополнения банка данных.

### По количеству участников

* Индивидуальное интервью — интервью, в котором участвует только корреспондент (психолог) и респондент (испытуемый).
* Групповое интервью — интервью, в котором участвует более двух человек.
* Массовое интервью — интервью, в котором участвуют от сотни до тысяч респондентов. В основном используется в социологии [2, 45 с.].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Методы опроса - устный опрос: интервью, беседа, экспертная оценка.

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 определенной группе людей.

Опросы могут быть:

* Письменные (анкета, сочинение) и устные (интервью, беседа, экспертная оценка).
* Очные и заочные (почтовые, прессовые и т.д.).
* Экспертные и массовые.
* Выборочные и сплошные.
* Первичные и повторные.

Опрос наиболее удобный способ получения информации. Он легко поддаётся обработке, интерпретации, хранению. В проведении опроса участвуют два участника:

Корреспондент - исследователь.

Респондент- опрашиваемый.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Никандров В.В. Вербально-коммуникативные методы в психологии. СПб.: Речь, 2002.

2. Дружинин В.Н. Экспериментальная психология. — 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2002.

3. Носс И.Н. Руководство по психодиагностике/И.Н. Носс. – М.: Издательство Института психологии, 2005.