Содержание

Введение

1. Требования к методам исследования в социальной психологии

. Характеристика метода опроса и его применения в социально-психологическом исследовании

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Социально-психологическое исследование - это система логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверную информацию о тех социально-психологических явлениях или процессах, которые изучаются, о тенденциях или противоречиях их функционирования и развития, чтобы эти данные могли быть использованы в практике социально-психологического управления различными отраслями общественной жизни.

Иными словами, социально-психологическое исследование является многогранным научным процессом выработки новых знаний, который объединяет теоретико-методологический и эмпирический уровни социально-психологического познания, соответственно обеспечивает его целостность и дает конкретное представление о любой стороне социально-психологической реальности, о различных видах общественной деятельности людей.

Важно также отметить, что любое социально-психологическое исследование (а это касается и исследований в различных областях социальной психологии) включает в себя четыре взаимосвязанных этапа:

подготовка исследования,

сбор первичной социально-психологической информации (полученные в разной форме данные, требующие дальнейшей обработки и анализа),

подготовка собранной информации к обработке и непосредственная ее обработка,

анализ полученной информации, подведение итогов исследования и разработка соответствующих выводов и рекомендаций.

В структуре проблем социальной психологии проблемы исследования группы, принципов ее формирования и ее особенностей, бесспорно занимают особенное место, это не только самая старая, но без преувеличения можно сказать, наиболее интенсивно развивающаяся область социальной психологии. Стремительный рост изучения группы и группового поведения объясняется следующими причинами:

Логика развития социально - психологической науки подвела научных работников к необходимости признания того бесспорного факта, что невозможно адекватно изучать личность, объяснять своеобразие ее сложных жизненных проявлений вне того социального и психологического окружения, в котором она живет и развивается. А таким окружением, или средой является именно социальная группа.

. Выявление закономерностей функционирования малых и больших групп способствует лучшему пониманию процессов, которые гораздо менее доступны непосредственному эмпирическому изучению. Ведь социальные группы - это не просто микросистемы. В значительной степени они являются сутью микросхемы больших организаций.

. Исследование социальных групп ориентировано на разнообразные сферы социальной практики и проблемы эффективности организации и управления людьми.

. Изучение социальных групп позволяет раскрыть механизмы социальной регуляции поведения человека и на этой основе разработать адекватные целям и задачам общественного развития социальные технологии управления.

Цель данной работы - раскрыть особенности использования метода опроса в социально-психологических исследованиях.

Задачи исследования:

. Рассмотреть требования к методам исследования в социальной психологии.

. Провести характеристику метода опроса и его применения в социально-психологическом исследовании.

1. Требования к методам исследования в социальной психологии

Как и любая наука, социальная психология, кроме собственно знаний как таковых, владеет средствами на их получение. К этой категории в социальной психологии относятся как отдельные методы получения социально-психологической информации, так и систему социально-психологического исследования со всеми процедурами и этапами его проведения.

В структуре социально-психологического знания третий так называемый "практический" уровень составляет практикум социальной психологии, уровень прикладных социально-психологических исследований. С одной стороны, это и средство в структуре социально-психологического знания получения конкретных данных (знаний) о социальных реалиях, с другой - это и средство реализации критерия четкости научных знаний о реальной социально-психологической действительности. Это еще раз подчеркивает то, что социальная психология не является мировоззренческой теоретической наукой, а опирается на практически-эмпирическую базу. Благодаря этому уровню знания социальная психология обогащает (пополняет) собственную теоретическую и методологическую базу на общем и специальном уровнях.

В этом плане социальная психология обладает целой системой собственных средств для конкретного изучения социально-психологической действительности, к которым относят:

методы (способы получения и систематизации научных знаний, включающих принципы, нормы и правила организации познавательной деятельности, совокупность приемов и способов действий);

приемы и способы, которые выстраиваются в определенную последовательность действий - процедуру;

методика (собственно реализация метода: привязка одного или комбинация нескольких методов и процедур в исследование, выбор и разработка методического инструментария, стратегии);

техника и инструментарий (реализация метода на основе простых операций, приемов, последовательных действий.

Надежность и ценность информации, полученной в результате социально-психологического исследования, заключается, в первую очередь, в полном усвоении всех методических и практических приемов анализа различных социально-психологических явлений.

Системный подход - это способ теоретического и практического исследования в социальной психологии, который предусматривает, что каждый ее процесс, явление или состояние группы людей - предмет изучения - рассматривается как система.

При этом условия рассмотрения каждого предмета исследования отвечают требованиям диалектики и конкретизируются положением о взаимоотношениях и взаимозависимости всех социально-психологических явлений. Все социально-психологические явления соотносятся между собой.

Но учесть и осмыслить все отношения в целостной системе группы и ее связи с окружающей средой практически невозможно. Поэтому системный подход предусматривает ограничение при исследовании социально-психологических явлений некоторыми из всех возможных отношений, которые имеют существенное значение для достижения цели исследования.

Таким образом, системный подход дает возможность отыскивать неизвестные элементы в системе, раскрывать новые свойства целостных систем, которыми являются социально-психологические явления.

Социальная психология выдвигает к методам исследования такие требования: социальный психология опрос исследование

социально-психологические явления надо изучать в их развитии, взаимосвязи и взаимозависимости;

избранный метод социально-психологического исследования должен отвечать предмету исследования, раскрывать существенные, а не случайные, не второстепенные особенности предмета исследования.

Главным принципом социально-психологического исследования является его объективность.

Социально-психологическое исследование выдвигает требования и к личным качествам исследователя. Он должен:

быть объективным при фиксации, устном описании и классификации фактов исследования;

владеть собой, чтобы его собственные чувствование и личные характерологические качества не влияли на его работу, не отражались на эксперименте и не искажали выводов;

не быть тенденциозным, предвзятым в организации исследования и ожидании его последствий, чтобы не прийти к безосновательным выводам;

не поддаваться первым впечатлением от исследуемого объекта;

не быть снисходительным относительно исследуемого объекта;

не приписывать исследуемому объекту своих собственных качеств и не объяснять его поведение с собственных позиций.

Объективности нужно придерживаться в течение всего процесса исследования. Объективность должна быть определяющим фактором достоверных выводов.

Например, наблюдение требует четкости и точности регистрирования его показателей. Этого можно достичь, применяя бланки (рис. 1).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата наблюдения | Условия, при которых проводилось наблюдение | Что наблюдалось | Что выявлено в процессе наблюдения | Объяснение данных наблюдения |

Рис. 1. Бланк для фиксации результатов наблюдения

Наиболее эффективным и плодотворным с научной точки зрения является экспериментальное исследование, особенность которого заключается в том, что явление (предмет исследования) изучается при разных условиях и обстоятельствах. Применение этого метода исследования способствует глубокому и очень точному изучению определенной социально-психологической закономерности.

. Характеристика метода опроса и его применения в социально-психологическом исследовании

Конкретные методы (метод исследования - способ, путь получения необходимой информации о социально-психологической реальности) в социальной психологии направлены на изучение социально-психологических проявлений личности в межличностных отношениях, групповых процессах и др. Совокупность научных методов сбора, обработки и анализа социально-психологических фактов позволяет реализовать цели и задачи социально-психологического исследования.

Основными источниками информации о социально-психологическом явлении являются параметры реальных поступков и поведения личности и группы, особенности индивидуального и группового сознания, характеристики продуктов материальной и духовной деятельности участников коммуникативного процесса, ситуации социального взаимодействия и др.

Полученная в процессе исследования социально-психологическая информация должна быть качественной, т.е. соответствовать требованиям надежности (стабильности результатов при повторных экспериментах разных исследователей), обоснованности (пригодность метода исследовать именно те качества объекта, которые изучаются), точности (чувствительность использованных методик к измерению исследуемых качеств).

К главным методам социально-психологического исследования относятся: метод наблюдения, метод опроса, метод тестирования, метод групповой оценки личности, метод эксперимента, метод изучения документов, метод социометрии.

Метод опроса является чрезвычайно распространенным в социально-психологических исследованиях и используется для выяснения, понимания изучаемых конкретных задач, жизненных ситуаций, а также с целью получения информации об интересах, взглядах, чувствах, мотивах деятельности и поведения личности.

Опрос основан на непосредственном (беседа, интервью) или опосредованном (анкетирование) социально-психологическом взаимодействии исследователя и опрашиваемого (респондента).

Беседа позволяет получить информацию на основе вербальной (словесной) коммуникации. При анкетном методе, в отличие от метода беседы, не обязателен личный контакт. Используется опросный лист, который является совокупностью упорядоченных по содержанию и форме вопросов.

Метод анкетирования позволяет собрать много материала, изучить большое количество человек. Недостаток его - в зависимости информации от наличия или отсутствия установки в опрошенных на искренность в ответах, способности респондента объективно оценивать поступки людей, ситуации, свои качества и качества других.

Проводят беседу по загодя подготовленной схеме, предварительно определив вопрос. В зависимости от характера исследования беседа может быть более стандартизирована, когда предварительно фиксируют вопросы, которые подлежат освещению, или менее стандартизированная (свободная, поисковая), когда она является первым этапом исследования, обеспечивает уточнение его плана и технологии. Недостаток беседы - необходимость личности, которую исследуют, отвечать на неудобные для нее вопросы, что иногда вынуждает ее давать неточный, необъективный ответ.

При подготовке к беседе очень большое значение имеет предварительная работа.

. Ведущий беседу должен тщательно продумать все аспекты той проблемы, о которой он собирается говорить, подобрать те факты, которые, возможно, будут ему нужны. Четкая постановка цели беседы помогает формулировать четкие вопросы и избегать случайных.

. Он должен определить, в какой последовательности будет поднимать темы или задавать вопросы.

. Важно правильно выбрать место и время разговора. Необходимо, чтобы по близости не было людей, присутствие которых могло бы смутить, или, того хуже, повлиять на искренность собеседника.

При проведении беседы, особенно свободной, следует придерживаться следующих рекомендаций:

. Начинать общение следует с тематики, приятной собеседнику, чтобы он охотно начал говорить.

. Вопросы, которые могут оказаться неприятными для собеседника или вызвать ощущение проверки, не должны быть сосредоточены в одном месте, они должны равномерно распределяться по всей беседе.

. Вопрос должен вызывать обсуждение, развертывание мысли.

. Вопросы должны учитывать возрастные и индивидуальные особенности собеседника.

. Искренний интерес и уважение мнения собеседника, доброжелательное отношение в разговоре, желание убедить, а не принудить к соглашению, внимание, сочувствие и участие не менее важны, чем умение убедительно и аргументировано говорить. Скромное и корректное поведение вызывает доверие.

. Тот, кто проводит беседу, должен быть внимательным и гибким в беседе, предпочитать косвенные вопросы прямым, которые порой неприятны собеседнику. Нежелание отвечать на вопрос должно встречаться с уважением, даже если из-за этого упускается важная для исследования информация. Если вопрос очень важен, то его в ходе беседы можно задать ещё раз в иной формулировке.

. С точки зрения результативности беседы лучше задать несколько мелких вопросов, чем один крупный.

. В беседе следует широко использовать косвенные вопросы. Именно с их помощью исследователь может получить интересующую его информацию о скрытых сторонах жизни человека, о неосознаваемых мотивах поведения, идеалах.

. Ни в коем случае нельзя выражаться серо, банально или некорректно, стараясь таким образом приблизиться к уровню своего собеседника - это шокирует.

. Для большей достоверности результатов беседы наиболее важные вопросы должны в различных формах повторяться и тем самым контролировать предыдущие ответы, дополнять, снимать неопределённость.

. Не следует злоупотреблять терпением и временем собеседника. Беседа не должна длиться более 30-40 минут.

Процедура интервью выстраивается по принципу "вопрос-ответ"; как правило, вопросы загодя четко программируют. Этот вид опроса дает возможность изучать одновременно большое количество индивидов, собрать массив данных, которые касаются самых разнообразных вопросов, интересов и предпочтений и тому подобное.

В случае применения группового интервью несколько человек обсуждают поставленные интервьюером вопросы. Такое интервью обычно используется как способ сбора информации о мнениях, настроениях, установках группы в целом и может служить источником гипотез.

Выделяют два основных вида интервью, используемых в социально-психологических исследованиях. В стандартизированном интервью формулировки вопросов и их последовательность определены заранее, они одинаковы для всех опрашиваемых. Методика нестандартизированного интервью, наоборот, характеризуется гибкостью и варьируется в широких пределах. Здесь интервьюер руководствуется лишь общим планом интервью и в соответствии с конкретной ситуацией формулирует вопросы. Каждому из этих видов интервью присущи свои преимущества и недостатки. Так, использование стандартизированного интервью сводит до минимума ошибки при формулировании вопросов, и в итоге полученные данные более сравнимы друг с другом. Однако несколько "формальный" характер опроса затрудняет контакт между интервьюером и опрашиваемым. Нестандартизированное интервью, позволяя задавать дополнительные вопросы, обусловленные данной ситуацией, по форме приближается к обычной беседе и вызывает более естественные ответы. Основной недостаток такого интервью состоит в трудностях сопоставления полученных данных вследствие вариаций в формулировках вопросов.

Среди распространенных методов осуществления опроса в социально-психологическом исследовании важное место занимает метод анкетного опроса. Необычайная популярность этого метода объясняется разнообразием и качеством социально-психологической информации, которую можно получить с его помощью. Данный метод основывается на высказываниях отдельных лиц и проводится с целью выявления тончайших нюансов в мыслях респондентов.

Анкета, как правило, начинается с преамбулы - обращения к респонденту. В нем указывается, кто проводит исследование, описывается цель исследования, характер использования результатов, подчеркивается анонимный характер, способ заполнения анкеты, а также выражается благодарность (она возможна и в конце анкеты) за участие в анкетировании. Далее следует основная часть анкеты, которая содержит блоки вопросов к опрашиваемым, и третья часть - паспортичка, в которой представлены сведения об опрашиваемых (пол, возраст, образование, место проживания, социальное положение и т. д.).

По предметному содержанию вопросы анкеты разделяют на:

вопросы о фактах, с помощью которых получают информацию о социальных явлениях, о состоянии дел в коллективе, о поведении и действия самого респондента, его возрасте, поле, образовании, социальном положении и т. д.;

вопросы о знании, цель которых - выяснить, что знает и может сообщить респондент.

вопросы о мнении респондента, они имеют целью зафиксировать факты, пожелания, ожидания, планы на будущее и могут касаться любых проблем и личности самого респондента;

вопросы о мотивах, призванные вызвать субъективное представление человека о мотивах своей деятельности.

По своей логической природе вопросы классифицируются следующим образом:

основные вопросы, ответы на которые являются основой построения выводов об изучаемых явлениях;

вопросы-фильтры ставятся для того, чтобы отсеять некомпетентных лиц при опросе по проблемам исследования или же для того, чтобы выделить часть респондентов из всего массива по языковому признаку;

контрольные вопросы служат для проверки устойчивости, правдивости и непротиворечивости ответов, определения их подлинности и искренности;

вопросы, наводят на мысль, помогают респонденту в правильном осмыслении основного вопроса, найти точный ответ.

По своей социально-психологической функцией, которая определяет отношение респондента к самому факту анкетирования и к тем вопросам, на которые ему придется отвечать, последние делятся на:

контактные вопросы, служат установлению контакта с респондентом, их цель - создать интерес к исследованию, вдохновить принять в нем участие;

буферные вопросы, как правило, начинаются с общей формулы: "Как Вы думаете?";

прямые вопросы, направленные на выявление отношения респондента по проблеме, которая изучается, ее оценку с его собственной позиции;

косвенные вопросы, которые позволяют респонденту скрыть свою собственную позицию и усилить критический акцент своих высказываний.

По характеру ответов на поставленные вопросы последние делятся на следующие виды:

открытые вопросы, предполагающие свободную форму ответа: "Скажите, пожалуйста, что могло бы способствовать повышению Вашего интереса к политике?";

вопросы закрытого типа: "Чем Вы занимаетесь в свободное время? Просим ответить на те из ниже перечисленных вариантов, которые совпадают с Вашим мнением: а) посещаю родных и знакомых; б) встречаюсь с друзьями; в) слушаю радио и т. д.";

вопросы полузакрытого типа основаны на добавлении в список ответов фразы: "Укажите другие виды занятий";

вопросы-меню предлагают респонденту выбрать любое сочетание вариантов предложенных ответов;

шкальные вопросы - ответы на этот вопросы даются в виде шкалы, в которой необходимо отметить тот или иной показатель;

дихотомические вопросы: "Верите ли Вы в гороскопы и астрологические прогнозы?". Ответ: "Да-Нет".

После того, как исследователь определился с содержанием вопросов, особое внимание нужно предоставить упорядочению анкеты. Верстка анкеты предполагает не только компановку вопросов и их последовательность, а также и художественно-техническое оформление анкеты. Все разделы анкеты можно выделить отличным от основного шрифтом. Хорошо использовать разный шрифт печати вопросов и ответов, при возможности использовать цветную печать.

Когда анкета составлена, необходимо осуществить пробный (пилотажный) опрос, в ходе которого проверяется содержание анкеты, формулировки и последовательность вопросов и вариантов ответов и т. д. Пробный опрос охватывает небольшое количество лиц (20-30 человек), отобранных по основным характеристикам, которые определяются темой, целью и задачами исследования.

По способу распространения анкет опросы подразделяются на:

раздаточные, когда анкетер лично вручает анкету и ждет, пока она заполняется, и тут же получает ее - очный раздаточный опрос, либо получает заполненную анкету через несколько дней - заочный раздаточный опрос;

почтовые - анкета по предварительной договоренности высыпается и получается почте;

прессовые - анкету предлагают заполнить читателю газеты или журнала и отправить в редакцию;

телетайпные (по этому способу распространения и сбор анкеты осуществляется через электронную связь).

По типу исследовательских задач опросы бывают:

стандартизированное - нацелено на получение статистической информации;

фокусированного - собираются данные в условиях конкретной ситуации;

глубинное - направлено на получение поисковой информации.

По уровню компетентности респондентов различают:

массовый опрос (мнение неспециалистов по той или иной теме);

массовый опрос в сотрудничестве с исследователем (предполагает информационную помощь респонденту со стороны анкетера в осмыслении ситуации, которая анализируется);

симптоматическое опрос (достаточное знание у респондента общей информации без глубокого осмысления целей и задач исследования);

экспертный опрос (опрос специалистов по изучаемой теме).

Анкетирование обеспечивает значительные возможности для получения широкой информации за короткое время. В процессе анкетирования недопустимо изменять формулировку вопросов, поскольку это делает невозможным их анализ.

Ценность материала, который получают при анкетировании, находится в прямой связи со степенью естественности условий, в которых происходит опрос. Для успешной работы необходим интерес и отсутствие предубежденности к исследованию, доверие к исследователю.

При составлении анкеты возникают особые проблемы. По содержанию анкета должна охватывать только определенную область. Каждый вопрос обязательно сопровождается дополнительным вопросом, который касается мотивов высказывания. Дополнительные вопросы лучше всего формулировать словами: "почему именно так"? Это необходимо для того, чтобы при обработке данных можно было отвечать только "да" или нет", подчеркнуть или вычеркнуть то или другое место в анкете. Такие данные не поддаются никакой обработке, кроме количественной (такие вопросы называются закрытыми).

При анкетировании следует учитывать, что человеческая мысль, выраженная в форме вопроса, всегда имеет то или иное влияние на опрашиваемого, потому нужно максимально отмежевать его от внушения. Чрезвычайно важной в методическом отношении является проблема формулировки вопроса.

Можно выделить несколько форм вопросов. Большее влияние имеют вопрос-предположение ("Какие телевизионные передачи ты любишь смотреть"?), ожидательные вопросы ("Не любишь ли ты смотреть телевизионные передачи"?), не совсем разделительные вопросы ("Любишь ты смотреть телевизор или кино"?). Меньшую меру внушения имеют полностью разделительные вопросы ("Любишь ты смотреть телевизор или нет"?). Наиболее благоприятной формой вопроса являются определяющие вопросы ("Чем ты любишь заниматься в свободное время"?).

Перед массовым анкетированием необходимо произвести пробные опыты с анкетами-проектами. После этого анкеты поддаются окончательной редакции.

Заключение

Социально-психологическое исследование - это процесс, в котором в единстве представлены теоретико-методологические и эмпирические уровни познания, т.е. речь идет о диалектический процесс, в котором сочетаются дедуктивный и индуктивный методы познания, что обеспечивает целостность познания и представлений о социально-психологических явлениях. Социально-психологическое исследование требует гибкого сочетания научно-теоретической, методической и организационно-управленческой деятельности, а это, как известно, требует четкого разделения труда между его участниками.

Опросы относятся к числу наиболее распространенных методов сбора первичной информации в социально-психологических исследованиях. Цель опроса состоит в получении информации об объективных и (или) субъективных (мнения, настроения) фактах со слов опрашиваемых (респондентов). С помощью опроса можно получить полную картину функционирования общественного мнения по проблемам социальной практики, запросам, потребностям, интересам и ориентациям, мотивам поведения различных групп населения. Использование метода опроса позволяет получать информацию о настоящем, об оценке событий, происходивших много лет назад, а также о планах на будущее.

Важным средством в сборе социальной информации служит анкета.

Анкета - это опросный лист для получения определенной информации, который представляет собой, как правило, систему вопросов, нацеленных на выявление характеристик предмета социологического анализа. Обычно вопросы, приведенные в анкетах, классифицируют по содержанию (например, вопрос о личности респондента), форме (открытые и закрытые, прямые и побочные) и функции (главные и не главные).

Список использованной литературы

1. Белинская Е.П. Социальная психология личности / Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. - М.: Аспект пресс, 2005. - 301 с.

2. Быстрянцев С.Б. Методология и теория в социологическом исследовании.- СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. - 359 с.

. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. - 6-е изд., перераб. и доп. - СПб.: Питер, 2008. - 752 с.

. Социальная психология / Под ред. А. М. Столяренко. - М.: Педагогика, 2011. - 453 с.

5. Пайне Е., Маслач К. Практикум по социальной психологии. СПб: издательства "Питер", 2009. - 528 с.