**Кубик Елизавета Валентиновна ФИТ 2-5**

**Практическая работа № 3**

**Прикладная социология**

Цели:

1. Определить основные методы сбора первичной социальной информации
2. Изучить правила построения социологических анкет
3. Построить анкету социологического опроса по заданным параметрам

**Теоретическая часть**

1. **Составить схему «Виды социальных исследований»**

**КЛАССИФИКАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Виды социологических исследований | | |  |
| в зависимости от глубины анализа | **в зависимости от  общих целей** | **в зависимости от  частоты** | **В зависимости от условий** |
| * разведывательное | * фундаментальные | * точечные | * лабораторные |
| * описательное | * прикладные | * повторные   + - панельные     - лонгитюдные | * полевые |
| * аналитическое |  |  |  |

**В зависимости от глубины анализа:**

РАЗВЕДЫВАТЕЛЬНОЕ —наименее сложное, с ограниченным числом задач. Основывается на простой программе и инструментарии в виде бланков, анкет. Чаще всего применяется в качестве предварительного этапа более масштабного исследования.

ОПИСАТЕЛЬНОЕ – предполагает получение эмпирических данных. С его помощью формируется целостное представление об изучаемом явлении. Требует подробной программы и апробированного методически инструментария;  
АНАЛИТИЧЕСКОЕ – целью этого явления является не только описание явления и сбор данных, но и выявление глубинных причин, на которых основывается характер и другие черты, свойственные ему.

**В зависимости от общих целей:**

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ также называются академическими, проводятся с научной целью для улучшения понимания социальных процессов.

В отличие от них, ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ нацелены на получение достоверных данных, нацеленных на дальнейшее их применение в практике управления и социальной работы.

**В зависимости от частоты:**

Виды исследования по их цикличности разделяются на точечные и повторные. ТОЧЕЧНОЕ исследование, или разовое, позволяет собрать информацию об объекте в конкретный момент его изучения. Проведенные последовательно, через определенные временные промежутки, несколько исследований называются ПОВТОРНЫМИ.  
**В зависимости от условий:**

Социологические исследования разделяются также и по условиям проведения, на лабораторные и полевые. В отличие от ЛАБОРАТОРНЫХ, проходящих в специально созданных условиях (к примеру, фокус-группы), ПОЛЕВЫЕ исследования выполняются в привычной для исследуемого объекта обстановке.

**2. Составить схему «Методы сбора первичной социологической информации»**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Методы социологических исследований | | | | |
| Опрос | Наблюдение | Эксперимент | Контент-анализ | Выборка |
| * Анкетирование   + Индивидуальное   + Групповое   + Очное   + Заочное * Интервью:   + Индивидуальное   + Групповое   + Однократное   + Многократное   + Телефонное   + Личное * Социометрический опрос * Телефонный опрос * Метод фокус-группа * Метод экспертных оценок | * Реальный * Мысленный * Полевое * Лабораторное |  | * Официальный * Личный * Частный | * Вероятностная * Кластерная * Районированная * Квотная * Стихийная * Типовая |

**3. Заполнить таблицу**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **МЕТОДЫ СБОРА ПЕРВИЧНОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНОРМАЦИИ** | |
| **АНКЕТИРОВАНИЕ** | **ИНТЕРВЬЮ** |
| **ДОСТОИНСТВА** | 1 оперативность  2 массовые обследования  3 отсутствие влияния личности (опрашивающего на респондента) | 1 контроль за соблюдением порядка вопросов и возможность корректировки, объяснения непонятного вопроса  2 высокая достоверность получаемой информации  3 относительно высокая точность обследования |
| **НЕДОСТАТКИ** | 1 отсутствие личного контакта  2 недостаточная достоверность  3 вероятность невозврата анкет | 1 требует много времени и сил  2 сильное влияние личности интервьюера на ход интервью  3 ограниченность охвата территории |

**4. Определить понятия: «правило воронки».**

**"Эффект воронки"** заключается в переходе от простых контактных вопросов к более сложным, от фактологических к высказыванию суждений. Каждый предыдущий вопрос должен усиливать интерес к следующему. В заключительной части анкеты или интервью вновь следуют простые, общие вопросы, что связано с наступающей истощаемостью внимания, с усилением усталости респондентов. В конце анкеты обычно находится социально-демографический блок – сведения о возрасте, поле, образовании и т.п.

Различают "прямой" и "обратный" эффект воронки. Обычно используется т.н. "**прямая воронка**", когда дискуссия начинается с более широкой темы, а затем постепенно переходит к конкретным вопросам. "**Обратная воронка**" предполагает сначала конкретные высказывания с последующим постепенным расширением рамок обсуждения.

**Практическая часть:**

Составить анкету социологического опроса по заданной теме и следующим параметрам

Количество вопросов = 12

Открытых вопросов – не больше 1

Косвенных вопросов – не меньше 4

Табличный вопрос – не менее 2

Вопрос – фильтр – 1

Вопрос – меню – 3

Шкальные вопросы - не меньше 3

Вопросы должны быть расставлены по правилу воронки.

**Тема опроса:** в чем заключается счастье с точки зрения сельских жителей моложе 20 лет.