

## *Лекция 10*

### **Эмпирические методы социологического исследования**

10.1 Общая характеристика эмпирических методов, метод наблюдения

10.2 Анализ документов: характеристика и виды

10.3 Методы опроса

#### **10.1 Общая характеристика эмпирических методов, метод наблюдения**

Социология, а также социологии физической культуры и спорта для получения эмпирической социологической информации используют следующие методы:

- методы опроса (анкетирование и интервьюирование);
- наблюдение;
- анализ документов;
- социальный эксперимент;
- социальное тестирование;
- метод экспертных оценок;
- метод социометрии.

Наибольшее распространение в социологии физической культуры и спорта получили следующие методы сбора первичных эмпирических данных:

- наблюдение;
- анализ документов;
- методы опроса.

***Наблюдение** — это метод целенаправленного, планомерного, определенным образом фиксируемого восприятия исследуемого объекта.*

Наблюдение как метод сбора научной информации — всегда непосредственное переживание и фиксирование значимых социальных явлений.

Метод наблюдения эффективно используется при исследовании поведения индивидов (учащийся, спортсмен) и групп (класс, спортивный коллектив, спортивная команда) в трудовой, физкультурно-спортивной деятельности и общественной жизни, сфере досуга, при исследовании самых разнообразных форм общения между людьми. К наблюдению как методу сбора социологической информации обращаются, когда нужно получить предварительный материал для уточнения направлений планируемого исследования. Оно расширяет видение изучаемого явления, способствует выделению значимых ситуаций, объекта и предмета исследования. К наблюдению обращаются и для получения иллюстративных данных, которые делают более зримым и наглядным несколько суховатый анализ статистики.

Важнейшее достоинство метода наблюдения в том, что он открывает возможность непосредственного восприятия поведения людей в конкретных условиях и в реальном времени. Тщательно подготовленная процедура наблюдений обеспечивает фиксацию всех значимых элементов ситуации. Тем самым создаются предпосылки для ее объективного изучения.

Наблюдение позволяет широко, многомерно охватить события, описать взаимодействия всех его участников. Оно не зависит от желания наблюдаемого высказываться, комментировать ситуацию.

Недостатки метода можно свести к двум группам:

- объективные (не зависящие от наблюдателя);
- субъективные (связанные с личностью, профессиональными особенностями наблюдателя).

К объективным недостаткам метода относятся:

- ограниченность, частный характер каждой наблюдаемой ситуации;
- сложность и невозможность повторения наблюдений;
- высокая трудоемкость метода (большие временные затраты, участие большого количества исследователей высокой квалификации).

К субъективным недостаткам следует отнести следующие:

- различие в социальном положении наблюдателя и наблюдаемых, несхожесть их интересов, ценностных ориентации, стереотипов поведения и т. д.;

- установки наблюдателя и наблюдаемых сказываются на качестве информации, так как если наблюдаемые знают, что являются объектом наблюдения, то характер их действий может искусственно меняться из желания подстраиваться под то, что, по их мнению, хотелось бы видеть наблюдателю;

- настроение наблюдателя, его сосредоточенность, умение целостно воспринимать наблюдаемую ситуацию.

Проведение наблюдения планируется и осуществляется согласно ранее разработанной программе, где оговариваются объект, предмет, цели и задачи, конкретизируется вид (способ) наблюдения, подготавливается необходимая документация (бланк наблюдения), предусматривается процедура фиксации наблюдаемых действий, проводится сбор, обработка и анализ информации.

Есть примерный перечень значимых элементов, свойственных всем случаям применения метода наблюдения в социологии:

- наблюдаемые;
- обстановка;
- цель деятельности группы;
- социальное поведение;
- частота и продолжительность.

**Виды наблюдения.** Наблюдение в социологии можно классифицировать по:

- степени формализованности процедуры;
- положению наблюдателя;

- условиям организации;
- регулярности проведения.

По степени формализованности процедуры наблюдения подразделяются на:

- структурированные (контролируемые);
- неструктурированные (неконтролируемые).

Структурированные наблюдения проводятся по заранее разработанному плану, когда социолог располагает достаточной информацией об объекте исследования, заранее определяет значимые элементы изучаемой ситуации, составляет инструкции для фиксации результатов наблюдения, степень стандартизации высокая, для фиксации результатов используются специальные документы-бланки наблюдения. При структурированных наблюдениях достигается достаточно высокая степень совпадения данных, полученных различными наблюдателями.

Неструктурированные наблюдения являются слабо формализованными. При их проведении отсутствует детальный план действий наблюдателя, определены лишь самые общие черты ситуации, примерный состав наблюдаемой группы. Непосредственно в процессе наблюдения уточняются границы объекта наблюдения и его важнейшие элементы, конкретизируется программа исследования. Неструктурированные наблюдения встречаются преимущественно в разведывательных, поисковых социологических исследованиях. Основным недостатком таких наблюдений является невозможность сугубо объективной оценки событий и явлений со стороны социолога.

По положению наблюдателя наблюдения подразделяются на:

- включенные;
- невключенные.

Включенными (участвующими) называются такие виды наблюдений, при которых социолог принимает непосредственное участие в изучаемом социальном процессе, контактирует, действует совместно с наблюдаемыми. Характер включенности различен: в одних случаях исследователь полностью соблюдает инкогнито и наблюдаемые никак не выделяют его из других членов группы, коллектива, в других — наблюдатель принимает участие в деятельности группы, но при этом не скрывает своих исследовательских целей.

Невключенные виды наблюдений заключаются в наблюдении социолога за объектом исследования со стороны, не участвуя в деятельности группы, не вступая с ее членами в прямые контакты.

По месту проведения и условиям организации наблюдения делятся на:

- полевые;
- лабораторные.

Полевые наблюдения проводятся в естественной обстановке, в реальной жизненной ситуации. Это наиболее часто встречающиеся виды наблюдения.

Лабораторные наблюдения — это наблюдения, при которых объект изучения находится в искусственно созданных условиях. Такие виды наблюдений чаще всего используются в исследованиях экспериментального характера. При лабораторных наблюдениях социолог может успешно использовать различного рода технические средства для фиксации ситуаций и поведения наблюдаемых: кино- и фотоаппаратуру, видеоманометры и манометры.

По регулярности проведения наблюдения бывают:

- систематические;
- случайные.

Характерной чертой систематических наблюдений является регулярность фиксации действий, ситуаций, процессов в течение определенного временного периода непрерывно или в циклическом режиме. Систематические наблюдения позволяют социологу выявить закономерность развития наблюдаемых явлений и процессов.

При несистематических (случайных) наблюдениях ученому приходится иметь дело с не запланированным заранее явлением, неожиданной ситуацией. Особенно часто этот вид наблюдения встречается в разведывательных исследованиях.

Рассмотренная классификация видов наблюдений является достаточно условной и отражает лишь наиболее значимые особенности этого метода. Социологическая практика показывает, что чаще всего наблюдения в исследованиях являются не основными, а вспомогательными методами сбора первичной информации, что определяется сложностью их использования и трудностями применения, а также наличием большого числа указанных выше объективных и необъективных недостатков.

## **10.2 Анализ документов: характеристика и виды**

Анализ документов — один из широко применяемых и эффективных методов сбора первичной информации.

К документам в прикладной социологии, а в частности, социологии физической культуры и спорта, относятся в первую очередь различные печатные и рукописные материалы, созданные для хранения и передачи информации. При более широком подходе в состав документов включают также теле-, кино- и фотоматериалы, а также звуковые записи.

Все социологические исследования начинаются с анализа документов, которые в своем многообразии неодинаковы и неравноценны. В документах заключены огромные информационные возможности. Для успешного использования документов в качестве источников информации, их необходимо сгруппировать и классифицировать.

По способу фиксации информации документы подразделяются на:

- статистические;
- письменные (вербальные);

- иконографические;
- фонетические.

Статистические документы содержат данные и суждения в числовой форме, обычно систематизированные и сведенные в таблицы, графики, схемы и т.д. Справочные издания, учебно-педагогическая и художественная литература являются косвенными документами.

К иконографическим документам относятся кино-, видео- и фотодокументы, картины, гравюры, скульптуры и т. п. По ним можно получить информацию о некоторых характеристиках жизни прошлых времен, о личностях авторов и пр.

Фонетические документы служат хорошим источником информации при изучении материалов различного рода физкультурных и спортивных мероприятий.

По общей значимости документы подразделяются на:

- официальные;
- неофициальные.

Официальные документы преимущественно отражают общественные связи и выражают коллективные точки зрения. Они составляются и утверждаются государственными и общественными организациями, учреждениями и могут выступать в качестве юридического доказательства (постановления, директивные, плановые документы министерств и ведомств, приказы и распоряжения).

Неофициальные документы представляют данные, составленные по личному поводу и не имеющие «официального» подтверждения их правильности и действительности со стороны каких-либо организаций (дневники, мемуары, частная переписка между людьми, результаты профессионального и непрофессионального художественного творчества).

Выделяют также документы, созданные независимо от исследователя, и документы целевые, т.е. подготовленные точно в соответствии с программой и задачами социологического исследования.

Самостоятельные этапы анализа документов — отбор источников информации и комплектование выборочной совокупности подлежащих анализу материалов. Опорой в этом случае служит программа исследования.

**Виды анализа документов.** Во всем многообразии исследовательских приемов, используемых при изучении документов, выделяются два основных вида:

- качественный анализ (традиционный);
- формализованный (контент-анализ).

Качественный анализ зачастую служит предпосылкой последующего формализованного изучения документов. Как самостоятельный метод особое значение он приобретает при изучении уникальных источников: их число всегда невелико, и поэтому нет необходимости в количественной обработке информации. Суть традиционного подхода заключается в углубленном логическом исследовании содержания документов, в прослеживании

политической, гражданской позиции их авторов, в обнаружении возможных умолчаний при оценке своеобразия авторского языка и стиля изложения.

Стремление избежать субъективизма, потребность в социологическом изучении и обобщении большого объема информации, ориентация на использование современной вычислительной техники при обработке содержания текстов привели к становлению метода формализованного, качественно-количественного изучения документов (контент-анализа).

Процедура формализованного анализа документов начинается с выделения смысловых (качественных) единиц анализа и единиц счета. Главной смысловой единицей должна быть социальная идея, социально значимая тема, отображенная в операциональных понятиях. В тексте она выражается по-разному: словом, сочетанием слов, описанием. Цель исследования — отыскать индикаторы, указывающие на наличие в документе значимой для анализа темы и раскрывающие содержание текстовой информации.

Количественная операция формализованного анализа документов начинается с выделения единицы счета. За единицу счета часто принимают число квадратных сантиметров площади, занятой текстом по изучаемой теме, количество печатных знаков, количество абзацев значимого текста.

Наряду с выполнением функции самостоятельного исследования изучение документов широко применяется в ходе подготовительного этапа для сбора предварительной информации о характере объекта и предмета анализа, а также при сопоставлении результатов исследований, проведенных в разное время.

### 10.3 Методы опроса

Метод опроса в социологических исследованиях занимает особое положение и является наиболее авторитетным и популярным, так как имеет ряд весьма существенных преимуществ по сравнению с методами наблюдения и анализа документов.

В настоящее время можно с уверенностью констатировать, что он является наиболее распространенным и информативным, но не универсальным. Грамотное его использование требует от исследователя выяснения, насколько он соответствует тем задачам, которые предполагается решать. Другими словами, нагрузка на опрос по сбору первичной информации в каждом конкретном исследовании может быть различной.

*Опрос — это метод непосредственного или опосредованного сбора первичной вербальной информации путем социально-психологического взаимодействия между исследователем и опрашиваемым.*

Специфика метода состоит в том, что при его использовании источником социологической информации является человек (*респондент*) — *непосредственный участник исследуемых социальных процессов и явлений.*

Главными достоинствами метода опроса являются:

- широта охвата различных областей социальной практики;

- возможность получать информацию о любых проблемах в жизни современного общества;
- познавательные возможности метода практически безграничны;
- результативность метода очень высока;
- возможность опроса большого количества людей в максимально короткие сроки.

Различают две основные разновидности метода опроса:

- анкетирование, когда его проведение опосредовано применением анкеты;
- интервьюирование, когда оно носит характер непосредственного общения социолога с респондентом.

*Анкетирование — это метод получения первичной социологической информации путем письменных ответов респондентов на систему стандартизированных ответов анкеты.*

Анкетирование является наиболее распространенным в практике прикладной социологии видом опроса. Виды анкетирования многообразны и группируются попарно в соответствии с несколькими признаками.

В зависимости от количества опрашиваемых различают два вида анкетирования:

- сплошное;
- выборочное.

Сплошное анкетирование предусматривает опрос всей генеральной совокупности изучаемых лиц, а при выборочном анкетировании опрашивается лишь часть генеральной совокупности — выборка. Именно этот вид анкетирования является наиболее распространенным.

В зависимости от способа общения исследователя с респондентом различают:

- личное анкетирование;
- заочное анкетирование.

Личное анкетирование предусматривает непосредственный контакт исследователя с респондентом, когда анкета заполняется в его присутствии.

Преимущества:

- во-первых, гарантирует полный возврат анкет;
- во-вторых, позволяет контролировать правильность их заполнения.

Личный опрос может носить групповой и индивидуальный характер.

Заочное анкетирование характеризуется тем, что респондент отвечает на вопросы анкеты в отсутствие исследователя.

По способу вручения анкет респондентам различают:

- почтовое анкетирование;
- прессовое анкетирование;
- раздаточное анкетирование.

Почтовое анкетирование сводится к тому, что анкеты рассылаются респондентам и возвращаются исследователю по почте.

Преимущества:

- простота распространения анкет;
- возможность получения значительной выборки;
- возможность привлечь к опросу одновременно большое количество людей, проживающих в различных регионах и труднодоступных районах.

**Недостатки:**

- низкий процент возврата анкет;
- искажение намеченной выборки и отсутствие уверенности в том, что анкеты заполнялись самостоятельно.

Существует методика повышения процента возврата анкет, заключающаяся в психологически грамотном обращении к респондентам, вложении конверта с написанием обратного адреса, рассылкой напоминаний о необходимости возврата заполненной анкеты и др.

Прессовое анкетирование — это вид анкетирования, при котором анкеты публикуются в печати.

Данный вид анкетирования характеризуется также низким процентом возврата анкет и практически исключает возможности исследователя влиять на формирование выборочной совокупности.

Раздаточное анкетирование предусматривает личное вручение анкеты респонденту.

Преимущества — личный контакт исследователя с респондентом, который повышает заинтересованность последнего в исследовании, возможность консультации респондента о правилах заполнения анкеты, оценка соответствия респондента намеченной выборке.

Недостатки раздаточного анкетирования заключаются в сравнительно низком проценте возврата анкет (хотя и более высоком, чем при почтовом опросе), в отсутствии уверенности в том, что анкеты заполнялись респондентом самостоятельно.

*Структура анкеты.* Эффективность анкетирования во многом зависит от грамотного построения и содержания анкеты.

Анкета должна иметь три части: вводную, основную и демографическую («паспортичку»).

Вводная часть представляет собой обращение к респондентам с указанием названия учреждения, проводящего исследование, задач исследования, роли респондента в решении поставленных задач, заверения в полной анонимности ответов респондента, способа возврата заполненных анкет и правил заполнения анкеты.

Основная часть состоит из набора вопросов, ответы на которые используются для решения поставленных в исследовании задач. Разработка ее наиболее сложна и ответственна и начинается всегда с простых вопросов, предназначенных для того, чтобы заинтересовать респондентов и помочь им включиться в работу. Затем следуют вопросы, направленные на решение главных задач исследования и касающиеся, как правило, мотивов, мнений и оценок. В конце используются вопросы, которые детализируют ответы на



предыдущие, а также контрольные и наиболее интимные вопросы, требующие индивидуального мнения респондентов.

Демографическая часть анкеты состоит из вопросов, определяющих социальную характеристику респондента, пол, возраст, образование, род занятий, спортивную квалификацию и т.д. Назначение ее состоит в том, чтобы способствовать, во-первых, качественному анализу собранной информации и, во-вторых, определению репрезентативности полученного материала.

*Виды вопросов анкеты.* При конструировании анкеты применяются вопросы, различающиеся по форме и по функциям. Выделяют следующие виды вопросов, различающиеся по форме:

- открытые;
- закрытые;
- полузакрытые;
- шкальные.

**Открытые вопросы** — это вопросы, формулировка которых предполагает ответ респондента в свободной форме.

Например: «Назовите вид спорта, которым *Вы* хотели бы заниматься?»  
(напишите, пожалуйста) \_\_\_\_\_

При помощи открытых вопросов можно собрать очень богатую по содержанию информацию. В конце вопроса (в скобках) приводится напоминание респонденту о том, что ответ он должен дать в письменном виде.

Недостатки открытых вопросов:

- возможность ответов, не имеющих прямого отношения к теме;
- вероятность пространных ответов;
- сложность последующей обработки таких свободных ответов.

В связи с этим не рекомендуется в анкете использовать большое количество открытых вопросов.

**Закрытые вопросы** предполагают варианты ответов и предоставляют респондентам возможность выбора одного или нескольких возможных ответов.

Простейшим видом закрытого вопроса является «да—нет»-вопрос. Специфика его заключается в неуравновешанной формулировке, т.е. в формулировке, где присутствует только один из возможных вариантов, что способствует выбору его респондентом. Данный вид вопроса рекомендуется употреблять только в тех случаях, когда сомнения в однозначном выборе ответа отсутствуют. Например: «Были ли *Вы* в этом году на стадионе?», «Выписываете ли *Вы* спортивные газеты и журналы?».

Альтернативный вопрос отличается от «да—нет»-вопроса такой важной характеристикой, как уравновешенность формулировки. На такой вопрос можно выбрать лишь один вариант ответа.

Например: «Как часто *Вы* посещаете стадион?»

- очень часто (каждый день);

- часто (2—3 раза в неделю);
- не очень часто (3—4 раза в месяц);
- редко (1—2 раза в месяц);
- очень редко (еще реже);
- никогда.

Другой разновидностью закрытых вопросов является вопрос-меню, в котором респонденту предлагается право выбора нескольких ответов (количество выбранных ответов обязательно оговаривается).

Например: *«Что Вас привлекает в тренерской работе? (отметьте не более трех ответов):*

- общение с людьми;
- процесс передачи знаний;
- разнообразие деятельности;
- отсутствие регламентированного рабочего дня;
- эмоциональность, творчество;
- возможность подготовить высококвалифицированного спортсмена;
- возможность профессионального роста;
- хороший заработок;
- частые поездки на соревнования и сборы;
- длительный отпуск и т.д.»

Шкальный вопрос предполагает, что респондент должен отметить интенсивность какого-либо явления или мнения, и чаще всего требует выражения ответа в баллах или процентах. Например: *«Насколько важно для Вас, чтобы работа была разнообразной?»*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Формулировка закрытых вопросов требует особой тщательности и должна включать полный перечень возможных ответов. Поскольку есть вероятность того, что не все возможные варианты ответов будут учтены при составлении закрытого вопроса, рекомендуется чаще использовать полузакрытые вопросы, когда в перечне ответов есть позиции «другое» или «что еще».

Например: *«Есть ли у Вас спортивный инвентарь? (подчеркните)»*

- велосипед;
- гантели;
- обруч;
- эспандер;
- туристическое снаряжение;
- лыжи;
- коньки;
- ракетки (теннисные, бадминтонные);
- лодка;
- что еще?

Ответы на приведенные вопросы имеют линейную форму расположения. Наряду с ней в анкетах часто используется и табличная форма ответов на закрытые и полужакрытые вопросы.

Например: *«Как Вы считаете — может ли человек изменить себя с помощью занятий физической культурой и спортом?»*

Характеристика изменений	Варианты ответов
фигура	да, нет, не знаю
устойчивость к болезням	да, нет, не знаю
болевая чувствительность	да, нет, не знаю
чувство усталости	да, нет, не знаю
черты характера	да, нет, не знаю
темперамент	да, нет, не знаю
привычки, связанные с личной гигиеной	да, нет, не знаю
привычки, связанные с отдыхом	да, нет, не знаю
что еще?	да, нет, не знаю

Иногда вопросы анкеты требуют от респондента критического отношения к себе, окружающим людям, оценки негативных явлений действительности и т. п. Такие прямые вопросы часто остаются без ответа или содержат неточную информацию. В таких случаях рекомендуется использовать косвенные вопросы. Респонденту предлагается воображаемая ситуация, не требующая оценки его личных качеств или обстоятельств его деятельности.

Например: *«Некоторые спортсмены считают, что объем физической подготовки должен быть сведен до минимума. А как думаете Вы?»* или *«Согласны ли Вы с утверждением, что...?»*

Открытые и закрытые вопросы имеют свои положительные и отрицательные стороны. При выборе типа вопроса исследователи обычно руководствуются следующими категориями: экономичность, надежность и достоверность.

Основным критерием применения того или иного вопроса является достоверность. Респонденты охотно отвечают на открытые вопросы в том случае, когда имеют развитую систему представлений по теме вопроса и считают себя в ней компетентными. Если же предмет опроса им мало знаком или непривычен, сложен для анализа, то респонденты уклоняются от ответов либо дают неопределенный ответ, либо отвечают не по существу.

Кроме различий по форме, вопросы различаются также и по функциям. Выделяют:

- содержательные;
- контрольные;
- функционально-психологические;
- вопросы-фильтры.

*Содержательными* являются все основные вопросы анкеты, направленные на сбор информации о содержании исследуемого объекта. Среди них выделяют вопросы о фактах, вопросы о мнениях, установках, мотивах поведения и вопросы о знаниях.

К контрольным вопросам исследователь прибегает тогда, когда возникает необходимость в проверке искренности ответов респондентов. Их назначение — проверка достоверности данных. Они могут ставиться и перед, и после основных вопросов и заключаются, как правило, в употреблении одного и того же вопроса в различной формулировке или использовании косвенной формы вопроса. Например, сначала можно спросить респондента, насколько он доволен своей работой. Через несколько вопросов задается первый контрольный вопрос: *«Хотели бы Вы перейти на другую работу?»*, затем второй: *«Предположим, что по каким-то причинам Вы временно не работаете. Вернулись бы Вы на прежнее место работы?»* Сопоставление ответов на эти вопросы дает информацию об искренности опрашиваемого. В случае противоречия в ответах такие результаты бракуются либо подлежат дополнительному изучению с целью получения адекватной информации.

Функционально-психологические вопросы используются для снятия напряжения, для перехода от одной темы к другой, а также для снятия установок, возникающих у респондентов. Если после ряда вопросов, связанных со служебной деятельностью, респонденту без всякой видимой связи задаются вопросы об отношениях в семье, то это вызывает недоумение у отвечающего. Для избежания такой ситуации можно использовать следующий функционально-психологический вопрос: *«После работы Вы возвращаетесь домой. Дома Вас ждут жена и дети. Любите ли Вы находиться у себя дома?»* После такого вопроса интерес к семье со стороны исследователя вполне обоснован, вопросы не вызывают недовольствия и опрашиваемый охотно отвечает на них.

Прежде чем задать респонденту содержательный вопрос, целесообразно выяснить, относится ли он к той группе людей, для которых предназначен этот вопрос. Для этой цели в анкете используются вопросы-фильтры. Так, например, прежде чем выяснять у респондента, как он оценивает работу стадиона, нужно уточнить: ходит ли он на стадион, как часто и на какие мероприятия.

Время заполнения анкеты зависит от сложности вопросов и их количества. При возможности необходимо добиваться того, чтобы вопросы были сформулированы просто и понятно. Количество вопросов тоже должно быть в пределах разумного. Практика показывает, что время заполнения анкеты должно быть в пределах от 45 до 55 минут.

Необходимо также отметить, что внешний вид анкеты должен быть аккуратным.

Анкету нужно отпечатать на хорошей бумаге, четким, достаточно крупным шрифтом. Тексты вопросов и ответов должны иметь разный шрифт. При необходимости вопрос должен содержать пояснения при использовании

терминов или слов, имеющих двойной смысл, а также пояснения по технике заполнения.

При печати или наборе текста анкеты нельзя допускать разрыва вопроса (т. е. переносить его со страницы на страницу). Это затрудняет восприятие респондентом его целостности, что приводит к смещению ответов. Необходимо помнить, что смысловые и контрольные вопросы нельзя ставить в анкете рядом и они должны быть сформулированы так, чтобы респонденту не навязывалось мнение социолога. Формулировка вопросов не должна задевать самолюбия респондентов и вызывать у них отрицательные эмоции.

**Интервью.** Интервью является менее распространенным методом опроса, применение которого имеет свои достоинства и недостатки.

Главное различие между анкетированием и интервьюированием состоит в форме контакта исследователя и опрашиваемого. Если при анкетировании их общение опосредуется анкетой, то при интервьюировании контакт между исследователем и респондентом осуществляется при помощи интервьюера, который задает вопросы, предусмотренные исследователем, организует и направляет беседу с каждым отдельным человеком и фиксирует полученные ответы согласно инструкции.

Участие интервьюера позволяет максимально приспособить вопросы бланка-интервью к возможностям отвечающего, а в случае непонимания смысла вопроса или других затруднений тактично прийти ему на помощь, что существенно снижает количество неответивших и ошибок при заполнении вопросников.

Недостатки метода:

- большие временные затраты (по сравнению с анкетированием) на проведение интервьюирования;
- возможность субъективного влияния интервьюера на результаты опроса (эффект интервьюера).

В социологии различают три вида интервью:

- формализованное;
- фокусированное;
- свободное.

Формализованное (стандартизированное) интервью — самая распространенная разновидность интервьюирования. В этом случае общение интервьюера и респондента строго регламентировано детально разработанным вопросником и инструкцией, предназначенной для интервьюера. При использовании этого вида опроса интервьюер обязан точно придерживаться формулировок вопросов и их последовательности. Обычно в беседе преобладают закрытые вопросы, что позволяет свести к минимуму влияние интервьюера на результаты опроса. Способ фиксации ответов также стандартен и предусмотрен инструкцией.

Фокусированное интервью используется, как правило, при сборе мнений и оценок по поводу конкретной ситуации, явления, его последствий и причин. Респондент при этом уже заранее знакомится с предметом беседы (читает

книгу или статью, участвует в работе семинара по данной проблеме и пр.). Вопросы подготавливаются заранее, их перечень обязателен, но последовательность и формулировка могут корректироваться.

Свободное интервью отличается минимальной стандартизацией поведения интервьюера. Свободное интервью проводится без заранее подготовленного опросника или разработанного плана беседы. Направление беседы, ее структура, последовательность вопросов, их формулировка зависят только от интервьюера, его представлений о предмете обсуждения и профессиональной подготовки.

В последнее время в крупных городах с высоким уровнем телефонизации применяется телефонное интервью. Его основным достоинством является оперативность и низкая стоимость. Телефонное интервью обладает наивысшими возможностями в устранении эффекта «третьих лиц». Влияние интервьюера на ответы респондента в телефонном интервью ниже, чем при опосредованном общении. Оптимальная продолжительность телефонного интервью — 10—15 минут. Вопросы, по возможности, не должны быть длинными и содержать большое количество альтернатив в ответах. Следует также сказать и о интервью с использованием современных телекоммуникационных (интервью в режиме реального времени – телемост) и информационных систем (интервью с использованием компьютера и веб камер, проводимого в режиме реального времени – интернет-интервью).

### **Рекомендуемая литература**

1 Рабочая книга социолога [Текст] : учебное пособие / под ред. Г. В. Осипова. — М., 1982.

2 Харчева, В. Основы социологии [Текст] : учебник для средних специальных заведений / В. Харчева. — М., 1997.

3 Шикун, А. И. Социологический практикум [Текст] : учебное пособие / А. И. Шикун. — Мн. : Амалфея, 2000.

4 Ядов, В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы [Текст] : учебное пособие / В. А. Ядов. — Самара, 1995.

### **Литература**

1 Бутенко, И. А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом [Текст] : учебное пособие / И. А. Бутенко. — М., 1989.

2 Введение в теорию физической культуры [Текст] : учебное пособие / под ред. Л. П. Матвеева. — М., 1983.

3 Визитей, Н. Н. Образ жизни спорт и личность [Текст] : учебное пособие / Н. Н. Визитей. — Кишинев, 1980.

- 4 Визитей, Н. Н. Физическая культура личности [Текст] : учебное пособие / Н. Н. Визитей. – Кишинев, 1989.
- 5 Визитей, Н. Н. Сущность и социальные функции современного спорта [Текст] : учебное пособие / Н. Н. Визитей. – М., 1988.
- 6 Виноградов, П. А. Социология физической культуры [Текст] : учебное пособие / П. А. Виноградов, В. И. Жолдак, В. И. Чеботкевич; под общ. ред. П. А. Виноградова. — Пенза, 1995.
- 7 Выдрин, В. М. Теория физической культуры: (культурологический аспект) [Текст] : учебное пособие / В. М. Выдрин. – Л., 1988.
- 8 Государев, Н. А. Так становятся чемпионами [Текст] : учебное пособие / Н. А. Государев. – М., 1989.
- 9 Гречихин, В. Г. Лекции по методике и технике социологических исследований [Текст] : курс лекций / В. Г. Гречихин. – М., 1988.
- 10 Гуськов, И. С. Телевидение и спорт [Текст] : учебное пособие / И.С. Гуськов, С. С. Гуськов; под общ. ред. И. С. Гуськова. – М., 2000.
- 11 Еншин, М. М. Социология физической культуры и спорта [Текст] : учебное пособие / М. М. Еншин. – Мн., 1995.
- 12 Жолдак, В. И. Социология физической культуры и спорта [Текст] : учебное пособие / В. И. Жолдак, Н. В. Коротаева; под общ. ред. В. И. Жолдак. — Малаховка, 1994.
- 13 Лубышева, Л. И. Введение в социологию физической культуры и спорта [Текст] : курс лекций / Л. И. Лубышева. – М., 1998.
- 14 Лубышева, Л. И. Десять лекций по социологии физической культуры и спорта [Текст] : курс лекций / Л. И. Лубышева. – М., 2000.
- 15 Лубышева, Л. И. Концепция физкультурного образования: методология развития и технология реализации [Текст] / Л. И. Лубышева // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 1996. – № 1.
- 16 Лубышева, Л. И. Концепция формирования физической культуры человека [Текст] : учебное пособие / Л. И. Лубышева. – М., 1992.
- 17 Лубышева, Л. И. Социология физической культуры и спорта [Текст]: учебное пособие / Л. И. Лубышева. – М., 2001.
- 18 Матвеев, Л. П. Теория и методика физической культуры [Текст] : учебник для институтов физической культуры / Л. П. Матвеев. – М., 1991.
- 19 Морозов, В. И. Социология физической культуры и спорта [Текст] : методические рекомендации / В. И. Морозов. – Мн., 1989.
- 20 Основы социологии [Текст] : курс лекций / отв. ред. А. Г. Эфендиев. – М., 1993.
- 21 Пономарев, Н. А. Основы социологии физической культуры [Текст] : учебное пособие / Н. А. Пономарев. – Л., 1976.
- 22 Пономарев, Н. А. Социология [Текст] : учебное пособие / Н. А. Пономарев. – СПб., 1996.
- 23 Пономарев, Н. А. Социология физической культуры [Текст] : учебное пособие / Н. А. Пономарев. – СПб., 1998.

24 Пономарев, Н. И. Возникновение и первоначальное развитие физического воспитания [Текст] : учебное пособие / Н. И. Пономарев. – М., 1970.

25 Пономарев, Н. И. Социальные функции физической культуры и спорта [Текст] : учебное пособие / Н. И. Пономарев. – Л., 1974.

26 Стамбулова, Н. Б. Психология спортивной карьеры [Текст] : учебное пособие / Н. Б. Стамбулова. – СПб., 1999.

27 Столяров, В. И. Социология физической культуры и спорта: (основные проблемы, новые подходы и концепции) [Текст] : учебное пособие / В. И. Столяров. – М., 1999.

28 Столяров, В. И. Ценности спорта и пути его гуманизации [Текст] : учебное пособие / В. И. Столяров. – М., 1995.

29 Столяров, В. И. Концепция физической культуры и физкультурного воспитания (инновационный подход) [Текст] / В. И. Столяров, И. М. Быховская, Л. И. Лубышева // Теория и практика физической культуры. – 1998. – № 5.

30 Харчева, В. Основы социологии [Текст] : учебник / В. Харчева. – М., 1997.

31 Шикун, А. И. Социологический практикум [Текст] : учебное пособие / А. И. Шикун. – Мн. : Амалфея, 2000.

32 Ядов, В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы [Текст] : учебное пособие / В. А. Ядов. – Самара, 1995.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СТОЛЯРОВА