

ПРОБЛЕМЫ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА

В статье была изложена основа социологического опроса, проблемы при проведении опроса и проведения социологического опроса в социальных сетях в интернет – среде.

Ключевые слова: Опрос, интервью, анкетировании, online, проблемы, интернет – среда.

Alimzhan кызы N. – a master OSHTU,
ZH.K. Matisakov – c.t.s, assistant professor, OSHTU

PROBLEMS WHEN UNDERTAKING THE SOCIOLOGICAL QUESTIONING

The base of the sociological questioning was stated in article, problems when undertaking the questioning and undertaking the sociological questioning in social set in internet – an ambience.

Key words: Poll, interview, questionnaire, online, problems, Internet environment

Введение. Социологический опрос— методсоциологического исследования, заключающийся в сборе и получении первичных эмпирических сведений об определённых мнениях, знаниях и социальных фактах, составляющих предмет исследования, путём устного или письменного взаимодействия исследователя (интервьюера) и заданной совокупности опрашиваемых (интервьюируемые, респонденты). [1]

Опрос как вид исследования разбивается на три большие разновидности — анкетирование, интервью и online опрос. Анкетирование — вопросно-ответная форма организации текста. Интервью — проводимая по заранее разработанному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом, в ходе которой интервьюер фиксирует его ответы. Online опрос- развивается практика проведения актуальных социологических и маркетинговых опросов в Интернет – среде.[2]

При проведении социологического опроса возникает проблема, на которую часто сталкивается интервьюируемые и респонденты. Если их перечислять:отнимающее много времени, отсутствие нужных элементов к опросу, не комфортная обстановка, негативное мнение окружающих, мало результатов и затраты.Однако по современной технологии это решаемый вопрос .[3]

Актуальность темы. В наши дни актуальность социологического опроса очень велика, без него невозможно будет узнать мнение людей о том или ином событии, разбираются ли они в тех или иных вопросах, а опросив, сделать выводы об отношении человека к тем или иным вещам, что человек элементарно, предпочитает, что его интересует, да и есть возможность сделать выводы, к чему опрашиваемый склонен, каких событий можно ожидать в обществе. Именно поэтому и необходимо проводить социологические опросы. Они актуальны касательно очень многих вопросов и событий.[4]

В современном мире Интернет стал уже популярной частью повседневной жизни. Большая часть продвинутых и активных людей пользуется им постоянно для работы, учебы, поиска информации, общения или же просто времяпровождения и развлечения. И как показывает практика, современный человек в интернете более социально активен, поскольку Интернет позволяет выполнять многие действия быстро, анонимно и в комфортной обстановке. В связи с этим активными темпами развивается практика проведения актуальных социологических и маркетинговых опросов в Интернет -среде. К концу XX века Интернет и электронная почта все в

большой степени стали использоваться социологами для проведения массовых опросов. Интернет дает социологам возможность проведения глобальных исследований по актуальным проблемам. Собирается информация из разных стран, разных континентов, по всему миру. Мировая практика проведения таких опросов существует около десяти лет. Интернет-технологии помогают ускорить сбор первичной социологической информации для исследования стремительных социальных процессов. Становятся возможными персональные интервью, экспертные опросы, проведение виртуальных фокус-групп, через Интернет. Каждому, кто работал в Интернете, встречались сайты (особенно часто это может встречаться на форумах и интернет порталах), на которых любой желающий может заполнить анкету и затем посмотреть, как распределились голоса всех ответивших на те же вопросы. Можно смело сказать, что в подавляющем большинстве случаев такое анкетирование не имеет практически никакого отношения к исследовательскому методу Интернет-опросов.[5]

Многие, поверхностно разбираясь в этой теме, считают, что результаты социологических опросов ни к чему не приводят. Однако это не так. На самом деле опросы дают возможность лучше разобраться с теми или иными проблемами, понять окружающий мир и познать истину в той или иной ситуации. К слову, так считают многие. И это было выяснено при помощи всё тех же опросов. В конце концов, если необходимо решить какую-то глобальную проблему, то данный метод может в этом помочь. Но только в том случае, если результаты будут доказаны, ведь вся информация проверенная. Несмотря на трудности, технология репрезентативных Интернет-опросов очень перспективна. В качестве одного из преимуществ уже отмечалась их оперативность: Интернет-опрос можно провести в течение двух-трех дней, а иногда и нескольких часов. Более того, обычно за ходом такого опроса можно следить в реальном времени. Другое их преимущество - относительная дешевизна: Интернет позволяет опросить огромное число людей без затрат на интервьюеров, печатание анкет, телефонные звонки, рассылку писем обычной почтой и т.д. Еще одним существенным преимуществом Интернет-опросов является возможность изучать специфические проблемы, которые люди не готовы обсуждать в обычном разговоре. Это возможно благодаря тому, что сидящий за компьютером респондент, во-первых, не стесняется интервьюера, во-вторых, может выбрать момент, когда в комнате никого нет, и, в-третьих, уверен, что данные опроса будут представляться только в агрегированном виде. В силу названных, а также ряда других преимуществ технология репрезентативных Интернет-опросов активно развивается.

Литература:

1. **Зерчанино, И.В.** Социологическая исследования [Текст] /Зерчанино // Екатеринбург: Изд-во-Урал,1998. 208с.
2. **Девятков, И.Ф.** Методы социологических опросов [Текст] / И.Ф.Девятков // Екатеринбург: Урал,1998-208с.
3. **Девятко, И.Ф.** Методы социологического исследования[Текст] /И.Ф. Девятко // Екатеринбург: Урал, ISBN 5-7525-0611-5.-1998.-208с.
4. **Полушкина, Т.М.** Социология управления: учебное пособие. [Текст] / Е.Г. Коваленко, О Ю. Якимова //М.: Издательский дом «Академия Естествознания», 2013.-302с.
5. **Борисова, С.Ф.** Компьютер и интернет для социолога. <http://www.unn.ru/rus/F14/k2/courses/borisova.htm>