

## Метод опроса в социологии: общая характеристика

Научный руководитель – Осипова Надежда Геннадьевна

*Ло Мэньюй*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: luomengyu Beijing@gmail.com*

Интервью - это беседа один на один между исследователем и субъектом, и это способ проведения опросов по определенной теме. Интервью похожи на вопросы с коротким ответом в опросах в том смысле, что исследователь задает испытуемым ряд вопросов. Тем не менее, участники могут свободно отвечать так, как они хотят, не ограничиваясь заранее определенным выбором. В ходе обратной и прямой беседы во время интервью исследователь может попросить разъяснений, потратить больше времени на подтему или задать дополнительные вопросы. В интервью субъект в идеале будет чувствовать себя свободно, чтобы открыться и ответить на вопросы, которые часто являются сложными. Нет правильных или неправильных ответов. Испытуемый может даже не знать, как честно отвечать на вопросы. [1] Данные обычно получают с помощью стандартизированных процедур, гарантирующих, что каждый респондент сможет ответить на вопросы на равных условиях, чтобы избежать предвзятых мнений, которые могут повлиять на результаты исследования или исследования. Этот процесс включает в себя запрос информации у людей с помощью анкеты, которая может быть как онлайн, так и офлайн. Однако с появлением новых технологий их распространяют с помощью цифровых средств массовой информации, таких как социальные сети, электронная почта, QR-коды или URL-адреса. [2] Онлайн-опросы в настоящее время стали наиболее широко используемым методом сбора данных опросов. Существует большое разнообразие продвинутых и простых типов вопросов, которые доступны в онлайн-опросах. Сбор и анализ данных теперь структурированы и просты в управлении. Ответы на онлайн-опрос очень высоки по сравнению с другими вариантами исследований. [3] Наименее используемый метод сбора данных обследований, который в настоящее время используется в основном в полевых исследованиях, - это бумажные обследования. Исследователи и организации отказываются от использования этого метода, поскольку им сложно управлять с точки зрения логистики и сложно анализировать. Их можно использовать там, где ноутбуки, компьютеры и планшеты недоступны, и поэтому они используют старый метод сбора данных-ручку и бумагу. [4] Анализ текста - это продвинутый статистический метод, в котором интеллектуальные инструменты осмысливают и количественно оценивают или преобразуют качественные и открытые данные в легко понятные данные. Этот метод применяется к неструктурированным данным. [Там же] Опросы являются ценным исследовательским инструментом в социологии и обычно используются социологами для широкого спектра исследовательских проектов. Они особенно полезны, поскольку позволяют исследователям собирать данные в массовом масштабе и использовать эти данные для проведения статистического анализа, который дает убедительные результаты о том, как взаимодействуют различные измеряемые переменные. [5] Телефонный опрос - это анкета, которая проводится по телефону. Категории ответов, как правило, заранее определены (закрытые), и у респондентов мало возможностей для уточнения своих ответов. Телефонные опросы могут быть очень дорогостоящими и трудоемкими, и с введением реестра "Не звонить" проведение телефонных опросов стало сложнее. Часто респонденты не готовы отвечать на эти телефонные звонки и вешают трубку, прежде чем ответить на какие-либо вопросы. Телефонные опросы часто используются

во время политических кампаний или для получения мнения потребителей о продукте или услуге. [1, Там же]

### Источники и литература

- 1) Шапиро, М. Г. Классификация методов опроса в социологии / М. Г. Шапиро // Социальные исследования. – 2017. – № 2. – С. 51-59.
- 2) Черенкова, Е. А. Опыт организации интерактивных количественных интернет-опросов / Е. А. Черенкова // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2001. – № 3. – С. 21-26.
- 3) Плотникова, С. От чего зависит эффективность интернет-опросов? / С. Плотникова // Интернет-маркетинг. – 2004. – № 3. – С. 33-40.
- 4) Каташинских, В. С. Методы сбора социальной информации : Учебное пособие. Рекомендовано методическим советом УрФУ для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлениям подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», 39.03.01 «Социология» / В. С. Каташинских ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. – Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2017. – 124 с.
- 5) Дроздова, В. А. Особенности применения массового опроса как метода социологических исследований / В. А. Дроздова // Психология, социология и педагогика. – 2014. – № 6(33). – С. 21.