

НАЙКРАЩИЙ ЗАСІБ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ОПИТУВАННЯ



Опитування – це найбільш поширений і незамінний спосіб отримання інформації про життєвий світ людини, її наміри, мотиви, думки, події, результати людської діяльності тощо.

Цей метод є широкоживаним не тільки серед соціологів, а й серед

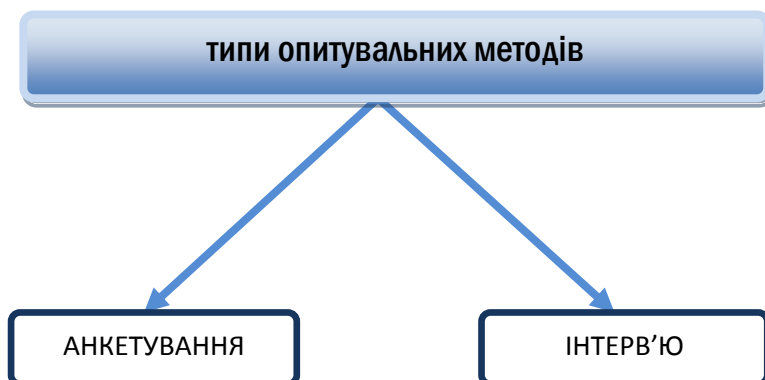
- журналістів,
- юристів,
- лікарів,
- педагогів, тобто тих, хто працює з людьми.



Мистецтво використання цього методу полягає в тому, щоб чітко уявляти: кому, коли та як ставити запитання, а також знати, яким чином обробити отримані відповіді.

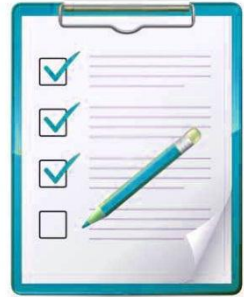


Визначний американський соціолог П. Лазарсфельд присвятив проблемам методики опитування наукову працю з виразною назвою "Мистецтво запитувати "Чому?".



Виділяють такі різновиди анкетного опитування:

- анкетування індивідуальне — вид анкетування, що не передбачає спільності місця та часу при заповненні анкети для всієї сукупності респондентів;
- анкетування групове — вид анкетування, котрий передбачає одночасне заповнення анкети групою людей, зібраною в одному приміщенні;
- поштове анкетування — вид анкетування, який передбачає розповсюдження анкети поштою та очікування її повернення після заповнення респондентом;
- пресове анкетування (в ЗМІ) — вид анкетування, що адресується специфічному контингенту: читачам газети, слухачам радіо, телеглядачам;
- експертне анкетування — вид анкетування спеціалістів-фахівців з проблеми, що є предметом вивчення.



Виділяють такі різновиди інтерв'ю:

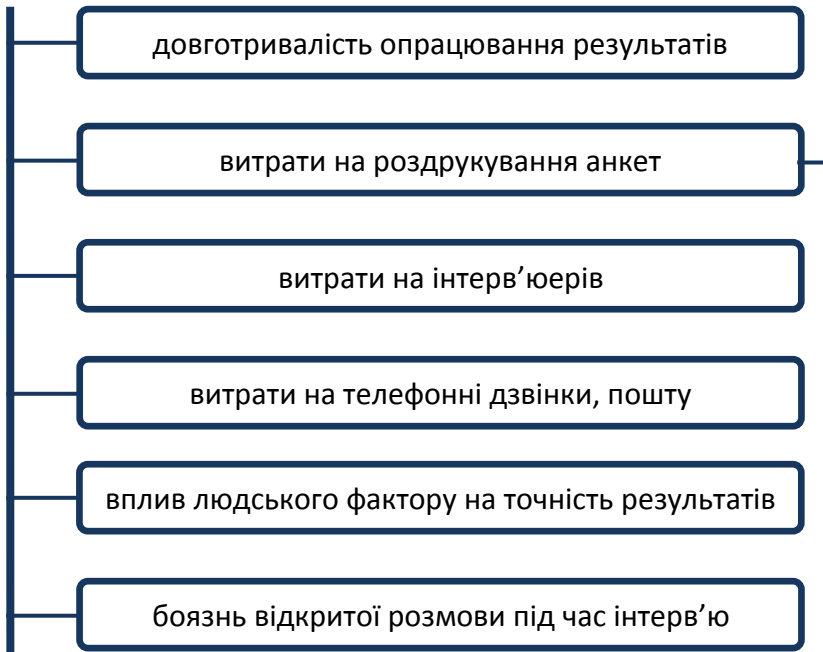
- фіксоване (стандартизоване) — різновид інтерв'ю, що суворо регламентований питальником;
- фокусоване — різновид інтерв'ю, при якому респондента заздалегідь знайомлять із проблематикою бесіди;
- вільне (нестандартизоване, неформалізоване) — різновид інтерв'ю, у якому тему визначено заздалегідь, а інтерв'юер має певну свободу при веденні бесіди.
- квазі-інтерв'ю у фокус-групах — ретельно спланована дискусія, націлена на збір думок респондентів за неформальних обставин.

Поряд із двома основними типами опитування — анкетуванням та інтерв'ю — існує й такий специфічний його різновид, як соціометричне опитування.

Соціометрія — це різновид опитування, спрямований на вимір соціальних дистанцій між членами певної групи.

Недоліки використання

До недавнього часу та й сьогодні вищенаведені типи опитувальних методів були і є першочерговим при виявленні суспільних думок та інтересів, проте:



А якщо врахувати масштаби?

Подумаймо з точки зору еколога. Так-так – еколога!



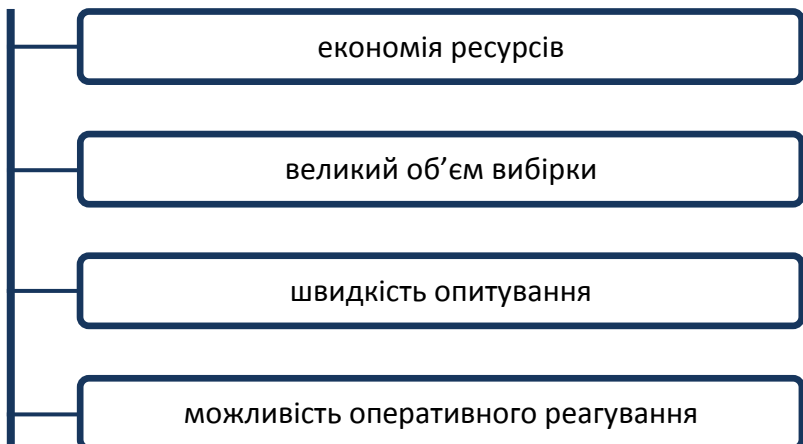
Інтернет-аналоги

Емпіричні дослідження, здійснювані за допомогою мережі Інтернет, володіють певною привабливістю для дослідників різних наукових напрямків - соціологів, психологів, економістів, політологів та інших.



Це, зрозуміло, зумовлено рядом їхніх незаперечних переваг у порівнянні з традиційними формами таких досліджень. До очевидних плюсів і додаткових можливостей відносяться наступні:

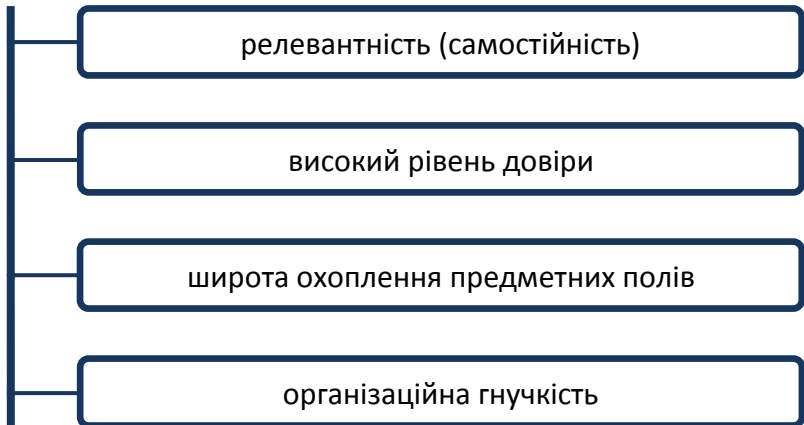
технічні параметри



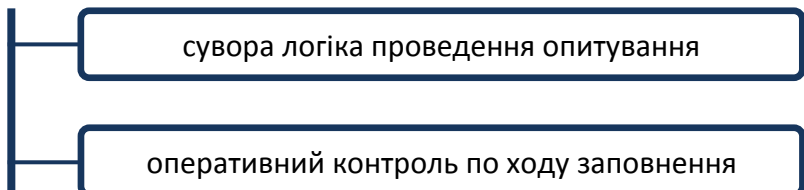
**респонденти
(учасник соціологічного опитування)**



характер комунікації



контроль проведення опитування



Програмне забезпечення дозволяє автоматично перетворювати отримані від респондентів відповіді в масив даних, готових до обробки за допомогою спеціальних статистичних методів. Це зберігає робочий час і знижує ймовірність можливих помилок.



Проте і в онлайн-опитуванні є свої недоліки та обмеження:

- відсутність репрезентативності;

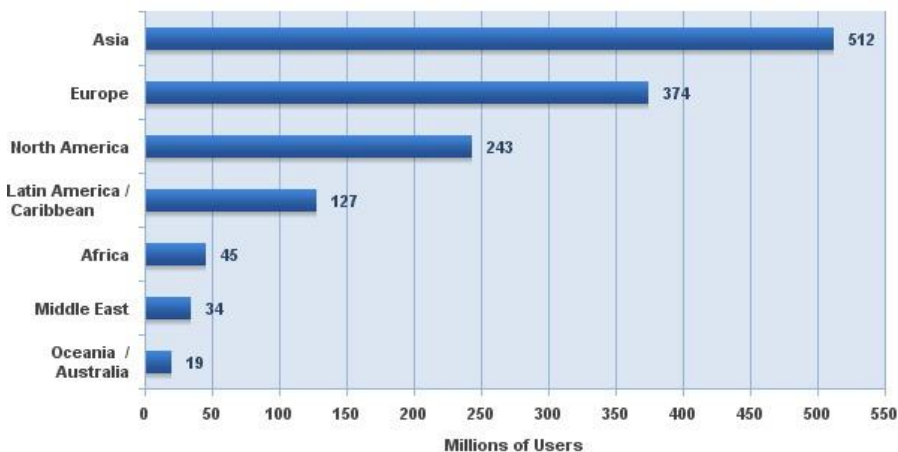
Репрезентативність – здатність вибіркової сукупності відтворювати основні характеристики генеральної сукупності.

- стихійність вибірки;
- рухливість, мінливість соціального простору в Інтернеті;
- неодноразова участь в опитуванні;
- навмисне спотворення даних;
- можливість ворожих дій та інше.

Безперечно, важливим фактором є кількісний склад користувачів мережі Інтернет, що в країнах СНД значно нижчий ніж в країнах Європи, Пн. Америки та деяких країн Азії.



Статистика використання мережі Інтернет в світі (2008 р.)



Висновки



Як ми бачимо новітні методи проведення опитування пропонують нові можливості та зручності, що безумовно надає їм чималу перевагу, порівняно з традиційними методами.

Очевидно, що опитування «онлайн» має великі перспективи розвитку у зв'язку із зростанням чисельності інтернет-користувачів і переходом на менш ресурсозатратні способи.

Але в будь-якому випадку вибір залишається за Вами.

Джерела інформації

- <http://shpora.net/index.cgi?act=view&id=10955>
- <http://socio.rin.ru/cgi-bin/article.pl?id=687>
- http://www.ph4.ru/stat_numbers.ph4
- <http://www.antula.ru/counts-5.htm>
- <http://mr-razum.livejournal.com/2223.html>



Підготував:

Березицький Микола

група М-52