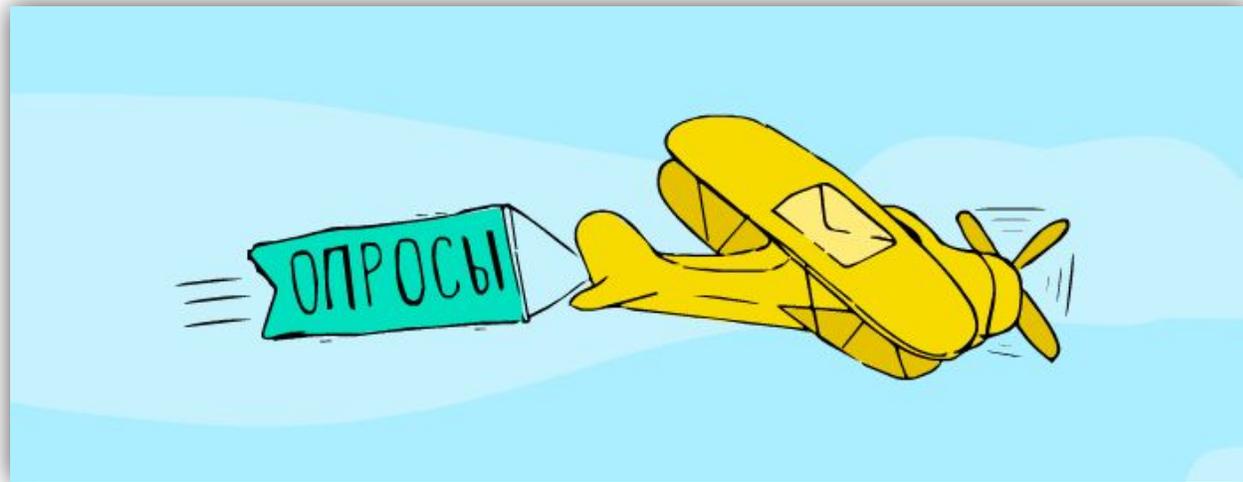


Становление пост- гэллаповских опросных технологий



Выполнили:

Еременкова Ю.И. (33,3%),
Ермохина А.Н. (33,3%), Карлов
В.В. (33,3%)

- Впервые идея о существовании постгэллаповских методов была изложена **Б. З. Докторовым** в начале **2003** года. Концепция постгэллаповских опросов имеет «служебное» значение.
- **Метод опроса** — это последовательность логических и технико-организационных операций, предпринимаемых исследователем с целью выявления мнений, суждений, установок опрашиваемых относительно тех или иных элементов окружающей действительности.
- **Методология опросов общественного мнения** — это совокупность, множество принципов конструирования и использования методов и технологий опроса



Борис Зусманович Докторов (род. 6 июня 1941)

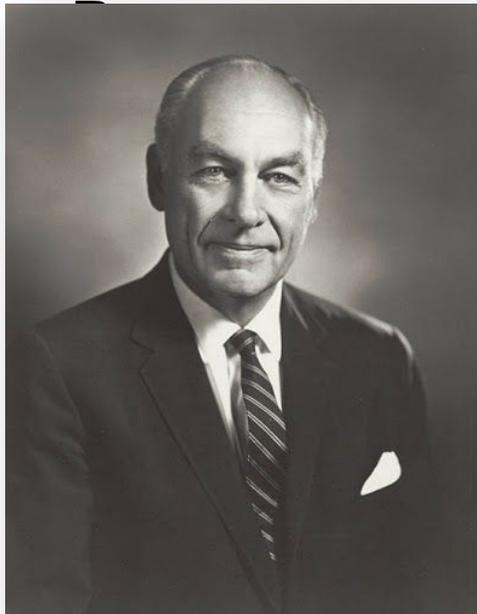
До-гэллаповский период

- В середине XIX века очень популярными были **соломенные опросы**, которые проводились начиная с 1820-х годов.
- **Электоральные соломенные опросы**, проводившиеся газетами и журналами, можно рассматривать как первый источник формирования современного арсенала опросных методов. Вторым источником являются **маркетинговые опросы**, направленные на изучение интересов читателей прессы, а несколько позднее — радиослушателей.
- К до-гэллаповским следует относить и простейшие приемы **онлайновых опросов общественного мнения**, хотя они возникли в конце 1990-х годов.



Гэллаповский период

- Во второй половине XX столетия доминировали гэллаповские приемы изучения общественного мнения, но достаточно широко применялись и до-гэллаповские.
- **Научность** — базовая характеристика гэллаповского подхода к изучению общественного мнения. Вторая коренная особенность гэллаповской технологии связана с **ролью интервьюера** при сборе первичной информации.
- Основные исследователи: **Джордж Гэллалп**, Х. Кэнтрил, А. Кроссл и Э.



Зарождение пост-гэллаповских опросных технологий

К пост-гэллаповским **Б. З. Докторов** относит опросные технологии, характеризующиеся следующими критериальными свойствами:

- *во-первых*, они — **моложе гэллаповских**, являются их развитием и направлены на решение тех задач, которые не в полной мере решаемы в рамках опросных технологий гэллаповского этапа;
- *во-вторых*, они — **научные**, то есть в них учитываются принципы и достижения метрологии, науки о конструировании инструментов измерения, а также рекомендации и обобщения, накопленные полстерами за десятилетия использования технологий гэллаповского этапа;
- *в третьих*, пост-гэллаповские опросные технологии как измерительные цепи описываются **иными функциями**, нежели технологии гэллаповского этапа.

Пост-гэллаповские опросные технологии

- Принципиальной особенностью всех используемых схем интервью гэллаповского периода являются два взаимосвязанных обстоятельства. *Первое*: интервьюеры знают, каким образом каждый из респондентов ответил на каждый из заданных им вопросов. *Второе*: агрегированные данные, с которыми работает аналитик, являются суммой индивидуальных ответов.
- Схема Стенли Уорнера: $\pi = (P-1+n/N)/(2P-1)$, где **N** – количество респондентов; **P** – вероятность того, что после вращения волчок остановится на букве **Ψ** (первый вопрос), выбирается автором опроса.

Опросы обогащенного общественного мнения

- Новая интерпретация механизмов формирования общественного мнения была предложена американским ученым **Джеймсом Фишкиным**. Им обоснована концепция обогащенного общественного мнения, то есть совокупности установок относительно того или иного социального феномена, которых придерживались бы люди, если бы они были максимально информированы о соответствующих проблемах и путях их решения.
- **3 этапа:** 1) подготовка и проведение базового опроса по традиционной гэллаповской схеме; 2) мнения, установки участников базового опроса «обогащаются»; 3) проводится повторный опрос; интервал между базовым и повторным опросами — от нескольких дней до полутора- двух месяцев.



Онлайновые опросы “Knowledge Networks”

- **Онлайновый опрос** — это электронная версия почтового анкетирования. По электронной почте респондент получает сообщение об опросе и координаты сайта, на котором размещены вопросы.
- Первая серьезная попытка обобщить методический опыт предпринята **М. Купером**.
- В настоящее время этот тип представлен лишь одной опросной веб-технологией; при создании в **1998** году она называлась **InterSurvey**, затем была переименована в **Knowledge Networks**. Метод разработан **Норманом Ни** и **Дугласом Риверсом**.
- “**Knowledge Networks**” создает респондентскую панель путем случайного отбора телефонных номеров

- В мае 1999 года был проведен первый пробный опрос **600 членов** панели. В **октябре** того же года панель включала **7000 семей**, в **январе 2000** года — **29 000**, а в **июле** — **95 000**. Сотрудничество «CBS News» и «Knowledge Networks» **27 января 2000** года внесло новый элемент в практику изучения общественного мнения и во всю систему распространения политических новостей. В начале **2003** года подобный опрос (**600 респондентов**) был проведен сразу после ежегодного послания президента Буша.
- Ранее опросы обогащенного общественного мнения и схема опроса «Knowledge Networks» существовали порознь, развиваясь в своих социальных и технологических нишах. Специальная техника позволила респондентам в прямом смысле говорить (не обмениваться электронными сообщениями) друг с другом.

Список используемой литературы:

- 1) **Докторов Б. З.** Отцы-основатели: История изучения общественного мнения. URL: https://studme.org/135425/sotsiologiya/ottsy-osnovateli_istoriya_izucheniya_obschestvennogo_mneniya (18.03.2020).
- 2) **Докторов Б. З.** Пост-гэллаповские опросные технологии: к 200-летию опросов общественного мнения в США // Социологический журнал, 2005. Том. 0. № 2. С. С. 5-36.
- 3) **Докторов Б. З.** Реклама и опросы общественного мнения в США. URL: https://studme.org/230433/sotsiologiya/reklama_i_oprosy_obschestvennogo_mneniya_v_ssha_ (18.03.2020).

Спасибо за внимание!

Выполнили:

Еременкова Ю.И. (33,3%),
Ермохина А.Н. (33,3%), Карлов
В.В. (33,3%)