

Е. С. Жигач,
студент IV курса
Санкт-Петербургского государственного
института кино и телевидения
Научный руководитель:
кандидат исторических наук, доцент
М. В. Лукьянчикова

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС КАК МЕТОД ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Социологический опрос является одним из наиболее распространенных и эффективных методов изучения общественного мнения. Он позволяет получить непосредственную информацию о взглядах, предпочтениях и оценках широкого круга людей по разнообразным вопросам – от политических предпочтений до потребительских вкусов. Суть социологического опроса заключается в том, что респондентам предлагается ответить на заранее подготовленный комплекс вопросов, что позволяет исследователям систематизировать и анализировать полученные данные [1, с. 192].

В России существует множество организаций, специализирующихся на проведении социологических опросов. Среди наиболее известных можно выделить Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Левада-Центр и Фонд «Общественное мнение» (ФОМ). Эти организации проводят регулярные опросы, охватывающие широкий спектр вопросов, от политических предпочтений до социальных настроений.

Виды социологических опросов:

1. Личные интервью (face-to-face): интервьюер встречается с респондентом лично. Этот метод позволяет достигнуть высокого уровня взаимодействия и глубины ответов.
2. Телефонные опросы: быстрый и экономически эффективный способ собрать информацию, однако может столкнуться с ограничениями из-за нежелания респондентов продолжительно разговаривать по телефону.
3. Онлайн-опросы: используют интернет-платформы для сбора ответов, что делает их доступными для широкого круга респондентов по сравнительно низкой цене. Однако выборка не всегда может быть репрезентативной из-за различий в доступе к интернету.

Примером результатов социологического опроса может служить исследование общественного отношения к внедрению новых технологий. Например, ВЦИОМ в 2024 г. провел опрос о жилье для молодой семьи, который показал, что потребность в улучшении жилищных условий на сегодняшний день имеется у каждой второй молодой семьи, или 52 %. Примерно столько же в ходе опроса заявили о своих планах улучшить жилищные условия (55 %): 35 % собираются это сделать в течение ближайших 5 лет и, по собственным оценкам, обладают для этого необходимыми доходами, в том числе 15 % намерены купить квартиру в многоквартирном доме, еще 9 % – купить/построить дом [2].

Такие данные помогают правительству и частным организациям лучше понять общественные настроения и адаптировать свою политику и продукты к ожиданиям населения. Например, проанализировав эти данные, организации, занимающиеся строительством и продажей квартир, могут в частном порядке запустить специальную программу для молодых семей.

Таким образом, преимущество социологического опроса в его гибкости и масштабируемости. Опросы могут проводиться как лично, так и дистанционно – по телефону, через интернет или по почте, что делает этот метод доступным даже при ограниченных ресурсах. К тому же, в зависимости от целей исследования, опрос может быть, как качественным, так и

количественным, позволяя получить как глубокое понимание мотиваций и взглядов отдельных индивидов, так и обобщенные данные по большой группе людей.

Примером эффективного использования социологических опросов может служить исследование общественного мнения перед выборами. Такие опросы помогают определить предпочтения избирателей, их отношение к кандидатам и актуальным политическим вопросам. Например, в США перед президентскими выборами 2020 г. социологические службы активно использовали опросы для оценки политических настроений населения. Результаты опросов на протяжении всей гонки были неоднозначными, хотя в большинстве лидировал Д. Байден. В конечном итоге это нашло отражение в итогах выборов [3, с. 2].

Однако метод социологического опроса имеет и свои ограничения. Одной из основных проблем является трудность достижения полной репрезентативности выборки, особенно в условиях современного общества, где люди имеют различные доступы к коммуникационным каналам. К тому же существует риск социальной желательности ответов, когда респонденты склонны отвечать не искренне, а так, как, по их мнению, от них ожидает исследователь или общество [4, с. 58–59].

Тем не менее, социологические опросы остаются незаменимым инструментом в руках исследователей. Развитие технологий, в частности, использование интернет-опросов и компьютерного анализа данных, позволяет повышать точность и надежность получаемой информации. К примеру, методы машинного обучения и искусственного интеллекта находят все более широкое применение в обработке результатов опросов, что позволяет выявлять скрытые закономерности и тенденции в больших объемах данных.

Важным аспектом в работе социологов, использующих опросы, является разработка вопросников. Качественно составленный вопросник может значительно повысить точность и релевантность результатов. Вопросы должны быть четкими, понятными и несущими однозначную интерпретацию. Избегание ведущих и загруженных вопросов, которые могут предвзятно направить ответы респондентов, является ключом к получению объективных данных.

Пример успешной практики в этом направлении – исследование общественного мнения о вакцинации против COVID-19. В разгар пандемии, когда вакцины только начали распространяться, социологи по всему миру активно опрашивали население об их отношении к вакцинации, готовности прививаться и осведомленности о вакцинах. В этих исследованиях большое внимание уделялось формулировке вопросов таким образом, чтобы минимизировать влияние предвзятости и получить наиболее точное представление об общественном мнении [5, с. 220–221].

Важную роль в анализе данных социологических опросов играет статистическая обработка. Статистические методы позволяют не только оценить общие тенденции и закономерности, но и выявить связи между различными социальными факторами и характеристиками респондентов. Например, анализ данных может показать, как взгляды на вакцинацию коррелируют с возрастом, образованием или местом проживания, что дает ключ к пониманию механизмов формирования общественного мнения и разработке стратегий общественного здравоохранения.

Особенностью современных социологических исследований является их мультидисциплинарность. Социологи все чаще работают в тесном взаимодействии с психологами, экономистами, политологами, что позволяет комплексно анализировать социальные процессы и явления. Такой подход расширяет возможности социологического опроса как инструмента изучения общественного мнения, делая его еще более мощным и многогранным [6, с. 201–202].

В заключение следует отметить, что социологический опрос остается ключевым методом в арсенале исследователей для изучения общественного мнения. Благодаря своей адап-

тивности, методологическому разнообразию и возможности интеграции с новыми технологиями и научными подходами, опросы продолжают предоставлять ценные инсайты во внутренний мир общества, его предпочтения, ожидания и настроения. Социологические опросы не просто фиксируют статическую картину мнений в определенный момент времени, они помогают проследить динамику общественных настроений, адаптируясь к быстро меняющемуся миру.

Список использованных источников

1. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения / Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб : ЮРАЙТ, 2019. – 209 с.
2. Жилье для молодой семьи: от запросов к планам [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. НОВОСТИ. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhile-dlja-molodoi-semi-ot-zaprosov-k-planam>. – Дата доступа: 12.04.2024.
3. Забродин, А. И. Выборщик не очевиден: поможет ли архаичная система голосования Трампу // Известия. – 2020 (№ 157). – 19 окт. – С. 8.
4. Бурова, О. А. Перспективы метода опроса в социологических исследованиях // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. – 2019. – Т. 1. – С. 56–61.
5. Вошев, Д. В. Сравнительный анализ отношения населения к вакцинации от коронавирусной инфекции COVID-19 в зарубежных странах и в России / Д. В. Вошев, Н. А. Вошева, Н. Н. Камынина, Е. О. Короткова // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2021. – №29 (2). – С. 220–226.
6. Зайцева, А. Ф. Актуальные тенденции изучения общественного мнения / А. Ф. Зайцева, Д. В. Телегин // Молодой ученый. – 2020. – № 7 (297). – С. 201–202.