

В.А. Артюхина (*Барнаул*)

ОПРОСНЫЕ МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ*¹

Опрос является одним из основных методов сбора первичной информации в современной эмпирической социологии. Опросные методы изучения общественного мнения прошли долгий путь эволюции от т.н. «соломенных опросов» до современных технологий проведения массовых анкетирований и интервьюирований.

Опросные методы стали традиционными и для изучения общественного мнения по актуальным вопросам жизнедеятельности основных сфер общества. Российские социологические исследовательские центры (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр) проводят опросы общественного мнения omnibusного типа, получая информацию о мнениях людей по самым разным аспектам политической, экономической и социальной жизни граждан.

Такое широкое распространение опросных технологий в социологии свидетельствует о значительных достоинствах такого метода получения первичной социологической информации. Попробуем обозначить некоторые из них.

Во-первых, опросные методики позволяют учесть субъективную составляющую общественного мнения. Формирование и функционирование общественного мнения совершается в ходе взаимодействия субъективных и объективных факторов. При этом объективные факторы можно измерить и представить с помощью четких и объективных показателей. Например, с помощью методов социальной статистики можно получить достаточно объективную картину уровня жизни того или иного сегмента общественности. Однако объективное состояние и его субъективное

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта «Риски формирования протестного поведения населения Алтайского края». 17-13-22004.

восприятие (у отдельных людей и целых социальных групп) могут не совпадать.

Так, объективно (по «качеству жизни», которое измеряется уровнем прожиточного минимума, уровнем образования и здоровьем населения и т.д.) очень большое количество современных россиян следует отнести к бедным слоям населения, однако многие из этой категории россиян сами себя относят (проявляют склонность относить) к среднему слою.

Отсюда вытекает общее значение массовых опросов общественного мнения в деле изучения субъективной составляющей, которая зачастую играет важную в формировании и функционировании общественного мнения [1].

Во-вторых, опрос привлекает исследователей по причине своей универсальности. Массовое анкетирование и интервьюирование применяют в самых разных областях и в различных целях.

В-третьих, опросные технологии (особенно современные) позволяют добывать необходимые данные оперативно и применительно к определенному времени и социальному пространству. Социолог-исследователь формулирует вопросы, отражающие реальную социально-политическую обстановку. Массовые опросы способны выявить отношение населения к острым, актуальным на сегодняшний день проблемам.

Несмотря на неоспоримые достоинства опросных методик, многие исследователи отмечают, что между общественным мнением и процедурой его обследования существуют далеко не равнозначные отношения. Под вопрос ставится то, как соотносится между собой само общественное мнение и результаты его изучения. Иными словами, насколько результаты опросов полно и достоверно отражают реальное общественное мнение. Рассмотрим ограничения массовых опросов в изучении общественного мнения в трех основных аспектах.

Первый аспект связан с манипуляцией результатами опросов общественного мнения. Речь не идет о намеренно искаженных или

фальсифицированных данных. Под манипуляцией здесь понимается возможные разночтения в трактовке результатов социологического исследования. Представим себе ситуацию: социолог проводит исследование, направленное на выявление степени удовлетворенности новой системой оплаты труда на предприятии. На вопрос «Удовлетворяет ли Вас новая система оплаты труда» 25% респондентов ответили «да, полностью удовлетворяет». Как интерпретировать такие данные? Первый вариант – новая система оплаты труда оказалась провальной, подавляющее большинство (больше 70%) сотрудников не удовлетворены нововведением. Второй вариант – несмотря на трудности реализации реформирования системы оплаты труда, достигнуты определенные успехи, четверть опрошенных удовлетворены новым подходом в начислении заработной платы.

Такой простой пример доказывает, что социология в определенной мере субъективна, интерпретация данных эмпирического исследования зависит от многих факторов: методологической позиции исследователя, его идеологических и мировоззренческих установок. Любые результаты опросов общественного мнения предстают перед нами в трактовке исследователей, их организовавших.

Второй аспект ограниченности массовых опросов как метода исследования общественного мнения напрямую связан с природой и сущностью общественного мнения как феномена. Общественное мнение можно определить как некий способ бытия общественного сознания с особыми свойствами, структурой и функциями. Общественное сознание формируется в результате взаимодействия и взаимовлияния двух форм сознания: группового и индивидуального [2]. Иначе говоря, конгломерат индивидуальных мнений, выявленных в ходе массовых опросов, не может в полной мере отражать реальное общественное мнение, оно всегда рождается в дискуссии, в споре между отдельными индивидами и их группами.

Третий аспект ограниченности опросных методик связан с явлением т.н. давления элит на массы. Социологами-теоретиками общественного мнения (П. Лазарсфельд, Д. Дивайн) доказано, что общественное мнение в своем развитии проходит два этапа. На первом из них оно зарождается в среде т.н. «лидеров мнений» или «внимательной общественности», затем уже распространяется в широких слоях населения [3]. Подобный механизм предоставляет возможность для различного рода манипуляций и спекуляций, зачастую интересы элиты навязываются обывателям, выдаются за истинное общественное мнение.

Опросы широких слоев населения не выявляют, сформировано ли мнение естественными механизмами его зарождения и развития, либо это мнение искусственно создано. Иными словами, вопрос манипуляции общественным мнением остается за рамками массовых опросов. В стандартном бланке анкеты невозможно выяснить навязано ли мнение респонденту, либо это его личная позиция.

Итак, как и любой другой метод исследования, опросные методики изучения общественного мнения имеют свои достоинства и недостатки. Важно помнить об этом при планировании исследования и по возможности дополнять массовые опросы другими методами эмпирической социологии – фокус-групповой методикой, контент-анализом прессы и др.

Библиографический список

1. Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования. М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 240 с.
2. Михайлов В.А. Социология общественного мнения: Учебное пособие. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2005. - 384 с.
3. Селькова Е.П. Социология общественного мнения: учебное пособие. Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.