**Виды социологических исследований общественного мнения**

Социологическое исследование это система логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные данные об изучаемом явлении для последующего их использования в практике социального управления.

В зависимости от цели и задач исследования (т.е. в зависимости от глубины требуемого анализа, масштабности и сложности поставленных в нем задач) различают три вида социологического исследования:

1. Разведывательное (пилотажное, зондажное) наиболее простой вид, так как решает ограниченные по своему содержанию задачи.

Используется либо в качестве предварительного этапа глубоких и масштабных исследований, либо когда предмет исследования мало или вообще не изучен. Обычно здесь используется наиболее доступный метод сбора информации (анкетный опрос иди интервью) по упрощенной методике и инструментарию (Методика совокупность технических приемов, связанных с данным способом сбора информации, в их последовательности и взаимосвязи. Инструментарий методические документы, с помощью которых осуществляется сбор первичной информации (анкета, бланк-интервью, опросный лист, карточка для фиксации результатов наблюдения, изучения документов и т.д.), позволяющий получить ее в короткие сроки. Для получения оперативной информации может также служить экспресс-опрос. Экспресс-опрос нацелен на выявление отношения людей к какой-либо проблеме, факту (зондаж общественного мнения) и на выявление степени эффективности только что проведенных мероприятий. 2. Описательное предполагает получение эмпирических данных, дающих относительно целостное представление об изучаемой проблеме, ее структурных элементах. Применяется при обследовании большой общности людей с разнообразными характеристиками (например, коллектив предприятия, жители микрорайона). 3. Аналитическое самый углубленный вид социологического исследования, помогающий выяснить не только структурные элементы проблемы, но и причины, лежащие в ее основе и обусловливающие характер, распространенность проблемы. Требует значительного времени на подготовку, тщательно разработанных программы и инструментария исследования. Дает возможность анализа и объяснения полученных результатов. В зависимости от метода (Метод основной способ сбора информации, обработки и анализа данных) исследования можно выделить еще три вида исследования: опрос, наблюдение, анализ документов. Мы остановимся подробнее на первом виде: опрос наиболее распространенный и широко используемый метод (основа мониторинга). Обращен непосредственно к носителю информации (респонденту), дает информацию о внутренних побуждениях людей, их склонностях и мнениях. Не заменим при исследовании тех содержательных характеристик общественного, группового и индивидуального сознания, общественных, групповых и межличностных отношений, скрытых от «внешнего взгляда» и дающих о себе знать только в определенных условиях и ситуациях. Есть две разновидности опроса: интервью и анкетные опросы. Интервью проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом. Запись ответов фиксируется либо интервьюером, либо на пленку. Имеет две функции: а) получение информации о событиях, фактах и б) воздействие на респондента с целью изменения структуры его мотивации, ориентации. Среди прочих методов исследования занимает первое место в мире, хотя в нашей стране уступает место анкетному опросу (интервью значительно дороже опроса). К достоинствам этого метода можно отнести: 1. Возможность получить глубинную информацию о мнениях, мотивах, представлениях человека. 2. Сам процесс близок к обычной беседе, что способствует возникновению непринужденного общения и, следовательно, более искренних ответов. 3. Дает возможность увидеть эмоциональную реакцию и, в случае необходимости, провести корректировку. 4. Вербальное общение устраняет проблему «непонятного вопроса». К числу недостатков, кроме затрат материальных, можно отнести и большие временные затраты (по сравнению с анкетным опросом); трудоемкость процесса подготовки нужного числа интервьюеров. По содержанию интервью можно разделить на: а) документальные изучение событии прошлого, уточнение фактов; б) интервью мнений выявление суждений, оценок, взглядов; в) с экспертами т.е. со специалистами по данной проблеме. По технике проведения интервью могут быть: а) свободные длительная беседа по общей программе, но без детализации вопросов. Уместно на стадии разведки; б) стандартизированные т.е. по полной процедуре (Процедура последовательность всех операций, общая система действии и способов организации исследования, включая не только приемы сбора, но и обработку информации.); в) ненаправленные («терапевтические») инициатива беседы принадлежит респонденту (дается возможность высказаться). По способу организации выделяют: а) групповое цель вызвать дискуссию в группе; б) индивидуальное; в) по телефону; г) фокусированное интервью (фокус группа) относительно новый вид исследования, гибрид нестандартного с панельным опросом. По сути интервьюер выступает инициатором и ведущим групповой дискуссии по заданной теме. Еще раз обратим внимание, что этот вид исследования предполагает очень высокое качество подготовки интервьюеров. Анкетные опросы. Предполагает жестко фиксированный порядок, содержание и форму вопросов, ясное указание способов ответа, которые фиксируются либо респондентом (заочный опрос), либо в присутствии анкетера (прямой опрос). Как показывает практика, более ясное и полное представление о качественном своеобразии общественного мнения недостаточно проведения отдельных опросов. Сегодня складывается механизм мониторинга общественного мнения. Это систематическое по заданным и повторяющимся показателям социологическое отслеживание состояния и динамики развития общественного мнения.

**Список литературы**

1. Методика изучения общественного мнения. М., 1992.

2. Методы сбора информации в социологических исследованиях. М„ 1990. Кн.1, 2.

3. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программы, методы. Самара, 1995.