
ОПРОСЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ТРЕУГОЛЬНИКЕ «ВЛАСТЬ-МЕДИА-ОБЩЕСТВО»

*По результатам всероссийских опросов ВЦИОМ
сентября-октября 2010 г.*

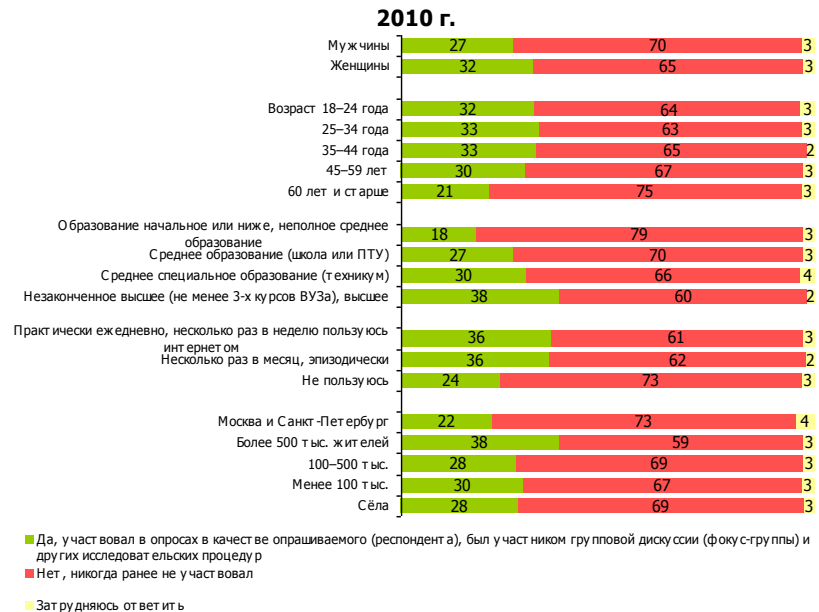
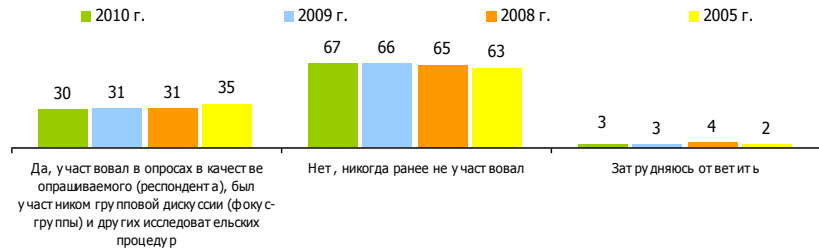


Опыт участия в социологических опросах имеет уже каждый третий россиянин

Каждый третий опрошенный хотя бы однажды уже принимал участие в социологическом исследовании (30%). Впрочем, большинству в роли респондента довелось побывать впервые (67%). Причем, за последние пять лет доля тех, кто ранее не становился участником исследований общественного мнения, даже несколько выросла (с 63 до 67%).

Респондентами, как правило, становятся россияне в возрасте до 45 лет (32-33%), высокообразованные (38%), интернет-пользователи (36%), жители крупных городов (38%). Реже в такой роли выступают москвичи и петербуржцы, те, кто не пользуется интернетом (по 73%), малообразованные (79%) и пожилые (75%).

Припомните, пожалуйста, Вы лично ранее участвовали в каких-либо опросах общественного мнения, социологических исследованиях и т.п.? (закрытый вопрос, один ответ)

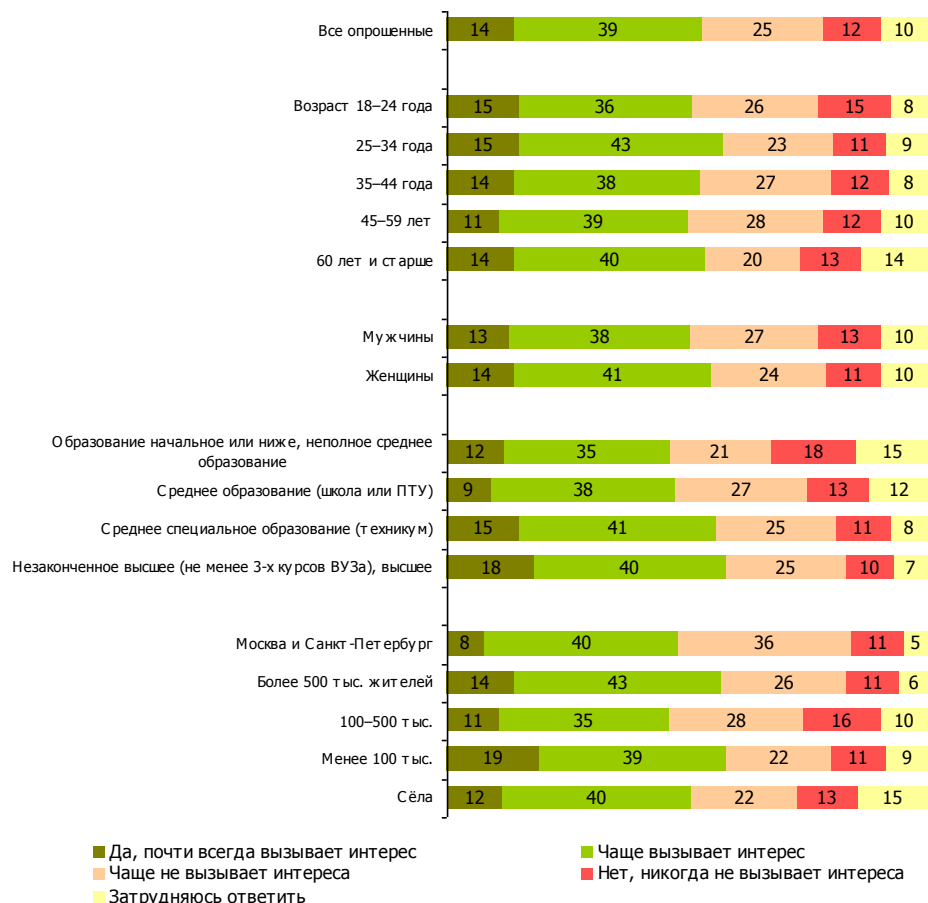


А интересуется данными соцопросов - каждый второй

Большинство россиян скорее интересуются результатами социологических исследований (53%). В наибольшей степени эта информация привлекает внимание жителей малых городов (58%), женщин (55%) и высокообразованных (58%).

У 37% опрошенных эти данные интереса не вызывают. Индифферентно относятся к результатам опросов москвичи и петербуржцы (47%), жители средних городов (44%), мужчины (40%), 18-24-летние и 45-59-летние (40-41%), а также малообразованные (39-40%).

В последнее время в газетах, на радио и телевидении, в интернете довольно часто сообщается о результатах социологических исследований, опросов общественного мнения населения. Когда вам встречается такая информация, она обычно вызывает у вас интерес или не вызывает? (закрытый вопрос, один ответ)

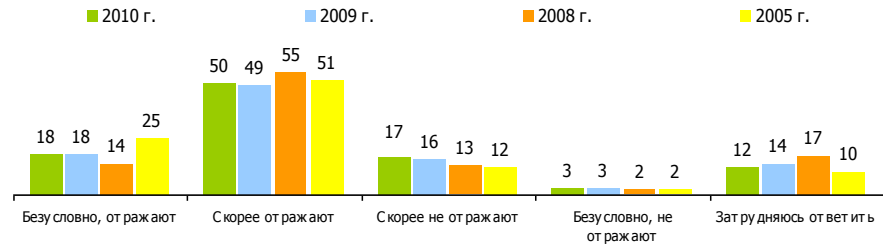


68% доверяют их результатам

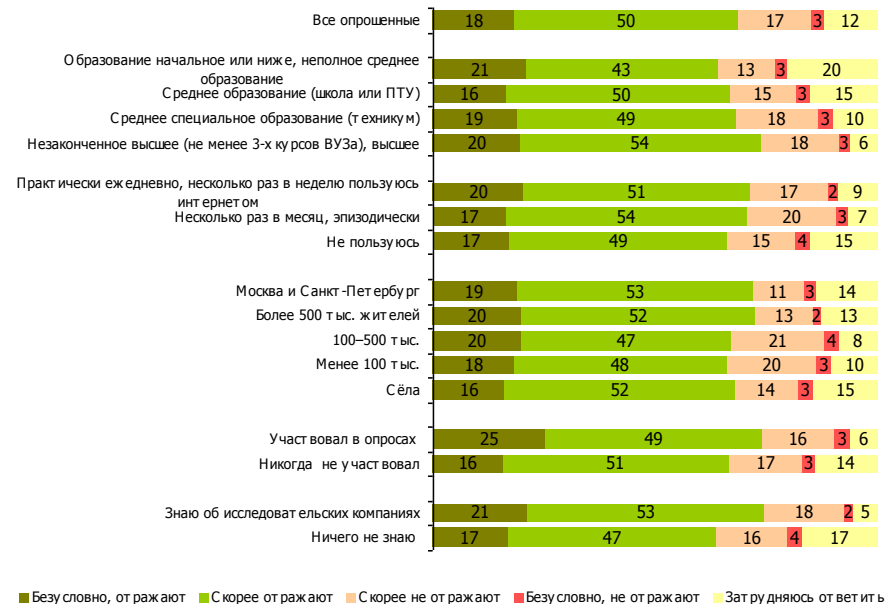
Доверие россиян к результатам опросов общественного мнения остается высоким (67-69%). Правдивыми результаты исследований чаще кажутся высокообразованным (74%), пользователям интернета (71-72%), жителям мегаполисов и крупных городов (по 72%) и тем, кто имеет личный опыт участия в опросах (74%).

Не доверяет данным социологов каждый пятый (19%), пять лет назад таких было несколько меньше – 14%. В основном это респонденты с образованием выше среднего (20-22%), те, кто выходят в интернет, но лишь эпизодически (23%), жители средних и малых городов (23-25%).

Как Вы думаете, результаты опросов общественного мнения в целом отражают или не отражают действительные мнения граждан?
(закрытый вопрос, один ответ)

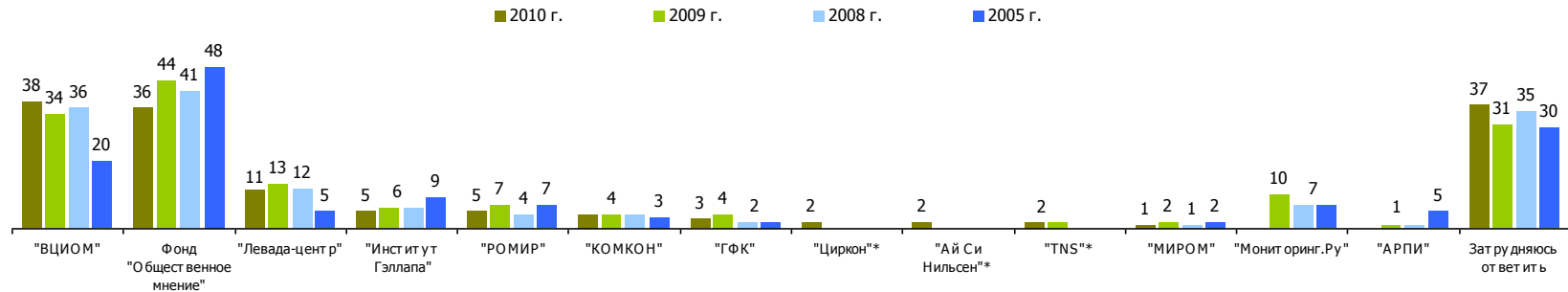


2010 г.



Многие знают и о ведущих институтах изучения общественного мнения

Посмотрите, пожалуйста, на этот список и ответьте, пожалуйста, какие из представленных в нем организаций, проводящие массовые опросы общественного мнения (социологические исследования), знакомы Вам хотя бы по названию?
(закрытый вопрос, любое число ответов, % от тех, кто знает/слышал об организациях, занимающихся социологическими исследованиями)



* В 2005-2008 гг. вариант «TNS» не предусматривался

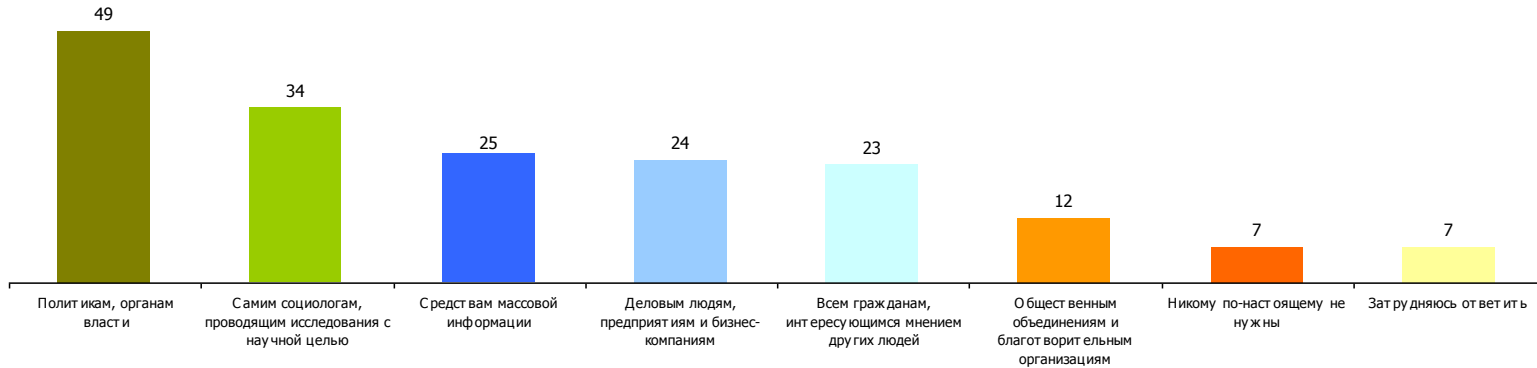
* В 2005-2009 гг. варианты ответа «Циркон» и «Ай Си Нильсен» не предусматривались

Значительно выше уровень информированности респондентов, когда им предоставляется возможность выбрать знакомую им компанию из списка. Однако и с «подсказкой» лидеры узнаваемости те же: ВЦИОМ (38%) и Фонд «Общественное мнение» (36%). Замыкает тройку лидеров «Левада-Центр» (11%). Значительно реже респонденты сообщают, что слышали о таких компаниях, как «РОМИР», «Институт Гэллапа» (по 5%), «КОМКОН» (4%), «ГФК» (3%), «TNS», «Циркон» и «Ай Си Нильсен» (по 2%).

Вымышленную организацию «МИРОМ» «узнал» 1% опрошенных.

Власть - основной потребитель социологической информации?

Как Вы думаете, кому, прежде всего, нужны результаты социологических исследований, опросов общественного мнения?
(закрытый вопрос, не более 3 ответов)



По мнению россиян, опросы общественного мнения, в первую очередь, нужны политикам и чиновникам (49%). Треть считает, что они нужны, главным образом, самим исследователям - как источник научной информации (34%). Четверть респондентов основным потребителем социологической информации считают СМИ (25%), бизнес (24%) и население в целом (23%). Еще 12% уверены, что результаты опросов главным образом используют общественные объединения и благотворительные организации (12%).

О том, что социологические данные вообще никому не нужны, говорят только 7% респондентов.

Опросы - способ привлечь внимание к проблемам общества?

Есть несколько разных точек зрения относительно публикаций в СМИ результатов социологических исследований, опросов общественного мнения. Скажите, какая из них ближе всего Вам, или Вы не согласны ни с одной из них?

(закрытый вопрос, один ответ)



Каждый второй опрошенный (50%) считает публикацию социологических данных в СМИ полезной. Прежде всего это те, кто сам интересуется соцопросами (70%) и считает их результаты достоверными (74%).

В то же время каждый четвертый (26%) полагает, что подобные публикации бесполезны, так как их никто не воспринимает в серьез. В абсолютном меньшинстве те, кто видит за сообщениями социологических данных в СМИ способ манипуляции населением (6%). Как правило, две эти позиции характерны для тех, кто сам не интересуется соцопросами (10 и 45% соответственно) и считает их недостоверными (12 и 46%).

Чем выше уровень образования респондента, тем чаще он считает полезным появление социологических данных в СМИ (46% малообразованных против 53% высокообразованных).



ВСЕРОССИЙСКИЙ ЦЕНТР ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
119072, МОСКВА, БОЛОТНАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, ДОМ 7, СТРОЕНИЕ 1
ТЕЛЕФОН/ФАКС: (495) 748-08-07, САЙТ: WWW.WCIOM.RU