

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н. Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

кафедра истории, теории и прикладной социологии

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС: ФОРМИРОВАНИЕ  
КОММУНИКАТИВНО - ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ  
СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА**

(автореферат бакалаврской работы)

студента 4 курса 411 группы  
направления 39.03.01 - Социология  
социологического факультета  
Школьникова Игоря Михайловича

Научный руководитель

доктор социологических наук, профессор \_\_\_\_\_ Д. В. Покатов

подпись, дата

Зав. кафедрой

доктор социологических наук, профессор \_\_\_\_\_ Д. В. Покатов

подпись, дата

Саратов 2018

**Введение**

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность проблемы.** Социологические исследования достаточно прочно вошли в современную общественную жизнь. Основная доля социологических исследовательских практик реализуется в пространстве городской общности. Но обычный человек сталкивается, прежде всего, не столько с социологическими исследованиями, сколько с теми или иными видами опросов, в том числе и социологическими, которые проводят различные организации по различным поводам. Сегодня социологические опросы остались в России одним из немногих способов обратной связи между властью и обществом. И в этом качестве, воспринимаются основной массой населения. Это обстоятельство серьезно влияет на параметры как самого коммуникативно-информационного поля опроса, так и на конструируемое пространство всей городской общности. Эта новая функциональность социологического опроса, связанная с формированием коммуникативно-информационного пространства города, должна быть принята во внимание. Не случайно, социологический мониторинг изменений отношения к самим социологическим опросам в различных социальных средах по различным направлениям приобретает такое значение и привлекает внимание. Тем более, сегодня, когда различного рода опросы, в первую очередь маркетинговые, буквально «преследуют» население и города и села, они не только формируют негативное отношение к самим опросам, но и серьезно деформирует поля социологического исследования. Деформация же поля впоследствии отражается на состоянии социального пространства города, его коммуникативно-информационной составляющей. Таким образом, тема, выбранная для проведения исследования, представляется актуальной.

**Степень научной разработанности.** Теоретические и методологические проблемы обеспечения научного качества социологического исследования и его результатов, постоянно представлены в социологической литературе и проводимых исследованиях. Социологический опрос не является исключением. В поле исследовательского интереса отечественных социологов попадают

разные методологические, методические, технические и организационные проблемы массовых опросов населения. Так, общая характеристика опросного метода, история его развития, проблема его эффективности представлена в работах Толстовой Ю.Н., Шестопаля Е.Б., Докторова Б.З. и др. надо упомянуть обращение социологов к организационным проблемам, возникающим на полевом этапе проведения исследования, в том числе и проблему вербовки и обучения интервьюеров

Рассмотрение проблемы проведения опроса с точки зрения респондентов, их социального самочувствия, встречается значительно реже. Исключение здесь составляет проблема искренности ответов опрашиваемых, к которой исследователи обращаются довольно часто.

В то же время в меньшей степени находит отражение проблема трансформации отношения общества к самим социологическим исследованиям, что в первую очередь, проявляется в нарастающей недоверии к наиболее распространенному социологическому методу - социологическому опросу.

**Цель** данной выпускной квалификационной работы – рассмотреть особенности и исследовать процесс формирования коммуникативно-информационного поля социального пространства города

Подобная постановка цели требует для ее реализации решения следующих **задач**:

- охарактеризовать городскую общность как социо - пространственную систему;
- рассмотреть социологический опрос в качестве специфической коммуникативной практики, формирующей особое «поле опроса»;
- провести социологический опрос, предметом которого выступает отношение горожан к социологическому опросу.

**Объект** исследования: городская общность Саратова.

**Предмет**: отношение горожан к практикам социологического опроса.

**Теоретико-методологической платформой** являются системный и структурно-функциональный подходы, принципы социологии пространства П. Бурдьё и методологического конструктивизма А. Лефевра.

**Эмпирическая база** представлена теоретической разработкой проблематики социального пространства зарубежных и отечественных авторов и материалами авторского исследования на тему «Отношение населения города Саратова к социологическим опросам», проведенного в январе 2016 года. В качестве объекта исследования было выбрано население города Саратова в возрасте 18 лет и старше. Опрошено было 200 человек по пропорциональной квотной выборке.

**Структура работы.** Данная бакалаврская работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованных источников и двух приложений.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**В первом разделе «Городская общность как коммуникативно-информационное пространство»** автор рассматривает основные подходы к определению городской общности как коммуникативно-информационного пространства.

В современной науке существует более 30 определений города, которые базируются на самых разных признаках: формирование городской культуры, выполнение административных функций, занятость населения вне сферы сельского хозяйства, численность населения и т.д. Сегодня город определяют не столько как форму поселения и производства, сколько как форму сообщества, как особый тип социальности, интегрирующий разнообразные виды жизнедеятельности в единую саморазвивающуюся систему с собственными механизмами поддержания устойчивости и порядка.

В силу многоаспектности и отсутствия общей концептуальной схемы город чаще всего описывают и изучают в отдельных ракурсах, сегментарно. Можно выделить следующие предметные ракурсы: 1) территориально-

поселенческий, 2) экономический, 3) градостроительный, 4) психологический, 5) историко-культурный, 6) семиотический, 7) философско-методологический, 8) социологический.

К. Маркс и Ф. Энгельс трактуют город в самом широком политико-экономическом смысле как пространственную форму определённого типа социально-экономических отношений, как производственно-экономическую систему. М. Вебер, считал город населённым пунктом, поселением с тесно соприкасающихся друг с другом жилищами, при этом население настолько велико, что в нём отсутствует специфическое для общества соседей личное знакомство друг с другом. Этим самым М. Вебер обращал внимание на особенность социального взаимодействия в городе.

В тоже время многие социологи, отдавая дань классикам, подчеркивают, что город – это, прежде всего, преобладание формальных отношений над межличностными и преобладание социальных организаций, в основе которых лежит органическая солидарность, а не механическая. В дальнейшем исследование города было продолжено представителями чикагской социологической школы Р.Э. Парком и Э. Берджессом, которые рассматривали город как сложную социальную структуру, которая состоит из различных социальных групп, занимающих определённые социально-экологические ниши внутри города - локальные зоны расселения.

Применительно к городу как особому образованию в среде социологов сложилось мнение, что город не создает никакой особой сети социальных городских отношений. «Территория не создает, не порождает общественных отношений (ни на уровне общества, ни локальных)», — утверждал М. Межевич. В современной российской социологии такой подход к проблеме города получил достаточное распространение. Можно согласиться с мнением, что недооценка города в некоторых социологических концепциях неверна, и что в городе имеет место устойчивое, повторяющееся, спонтанное взаимодействие людей по поводу совместного освоения социального пространства.

«Городу» уделяют внимание представители различных общественных наук. Одним из подходов, на наш взгляд, достаточно продуктивным, является конструктивистский подход. Методологический конструктивизм в современной урбанистике предполагает рассмотрение города как «среды жизни». В этой среде качество социальных взаимодействий является определяющим, а конструирование и преобразование пространства города осуществляется социальными практиками. Обращая внимание на этот аспект, можно сказать, что социологи, проводя социологические исследования, и осуществляя соответствующие исследовательские практики, конструируют особые области социального пространства города. Перефразируя, можно сказать, что выход в поле, означает конструирование поля – поля социологического опроса.

Как отмечает автор, широкий круг литературы посвящен экономическому аспекту городского пространства, механизмам его конструирования. Крупные города становятся экономическими центрами, где реализуется экономическая активность акторов. Экономическое пространство отличается концентрацией производительных сил, распределением, обменом и потреблением материальных благ на конкретной территории. В социально-экономическом пространстве города реализуются экономические интересы людей, их описание важно соотносить с описанием следующих элементов: поля и локальности мест работы и жительства, практик взаимодействия, которые позволяют охарактеризовать положение актора на рынке труда, жилищном рынке, в центре или на периферии города. Соответственно, экономические практики актора будут различаться в зависимости от того, в какую локальность социально-экономического пространства города он входит.

Поле социологического опроса, выступая структурным элементом коммуникативно-информационного пространства городского социального пространства при оптимальном конфигурировании объективно включается в механизмы, обеспечивающие гармоничную интеграцию городского социума.

Современный город, его эффективное функционирование не может быть реализовано без соответствующего поля социологического опроса.

В целом, можно отметить, что в настоящее время социологами накоплен обширный материал, посвященный анализу города как особого типа, пространственно-организованной территориально-поселенческой общности.

**Второй раздел «Поле социологического опроса в коммуникативно-информационном пространстве города»** посвящен характеристике социологического опроса как особой формы коммуникации между интервьюером и респондентом. В науках, и иных сферах социальной практики, где для получения информации специалист обращается к человеку с вопросами, он использует различные модификации опроса. Социолог, проводя опрос, решает несколько иной, чем специалисты других отраслей знания, круг познавательных задач, которые и определяют специфику социологического опроса.

Сегодня социологические опросы уже никого не удивляют, а публикации, в которых приводятся полученные с их помощью данные, выходят регулярно. Основное предназначение социологических опросов – получение информации о мнениях людей, их мотивах и оценках социальных явлений, о феноменах и состояниях общественного, группового и индивидуального сознания.

Существуют две основные разновидности социологического опроса — анкетирование (письменный опрос) и интервьюирование (устный опрос).

Основная часть социологических исследований в качестве предметной области ориентирована на выяснение отношения кого-либо к чему-либо. Но, в немалой степени, социологию интересует отношение людей к ней самой, ее методам и результатам социологических исследований. Естественно, особое внимание уделяется отношению к базисной социологической практике - социологическому опросу.

Социологический опрос, по какой бы методике и в какой бы форме он ни проводился, предполагает непосредственную или опосредованную связь двух сторон: опрашиваемого и опрашивающего. Автор отмечает, как наиболее значимое то, что характер и форма отношения респондента к опросу определенным образом влияют и определяют параметры поля опроса и, в

конечном счете, состояние коммуникативно-информационного пространства городской общности. Можно предполагать, что то или иное отношение к опросу проявляется в двух основных формах реакций: участия в опросе или неучастия в нем. проблема отказов от контактов с интервьюерами имеет принципиальное значение для широкомасштабных исследований. Доля отказов от интервью, первоначально не слишком значительная для общенациональных опросов, в последние годы существенно увеличилась. Если в конце 1990 г. на волне социально-политического подъёма она не превышала 10-12%, то после октября 1993 г. этот показатель стал быстро расти и сегодня достигает 30% и более, что ставит под сомнение надёжность всех получаемых данных.

Надо отметить, что отказ от участия в опросах как проявление негативизма отношения, при всем разнообразии мотивов, приобретает информационную ценность, и не может не использоваться в интерпретациях. Тем более что информация о возможной реакции потенциальных респондентов на опрос позволяет точнее ориентировать интервьюеров, совершенствовать качество их подготовки.

С опросами современное общество реально познакомилось в 20х годах 19 века в рамках опросов общественного мнения. Но не все так однозначно. Необходимо различать социологические опросы от несоциологических, опросы общественного мнения от других социологических опросов. Можно согласиться, что содержательные определения понятий “опрос” и “поллстер” формируются в тех социально-профессиональных средах, или, следуя П. Бурдые, в тех социальных полях, участникам которых приходится практически иметь дело с опросами. Так как в каждом поле существует свое представление о смысле того или иного понятия или явления, то и эти понятия участники разных полей трактуют по-разному. Эту позицию автор выделяет особо, напоминая, что в первом разделе нашей работы горожане, городская общность рассматриваются как особое социальное пространство, с особым информационным и коммуникативным подпространством опроса со

специфическими социальными полями, в которых и продуцируются соответствующие отношения к опросам.

Таким образом, можно говорить, что не только различные виды и методы опроса влияют на характеристики формирующегося коммуникативно-информационного пространства города, но и те социальные поля, которые формируют смысловые аспекты реализуемых опросов.

Нельзя в тоже время не учитывать реакции горожан на практики социологических опросов, так как единое коммуникативно-информационное пространство объективируется, структурируется и получает окончательную конфигурацию только через соответствующие системы отношений.

**В третьем разделе бакалаврской работы «Отношение горожан Саратова к практикам социологического опроса»** автор рассматривает результаты проведенного исследования, направленного на выявление влияния социально-демографических факторов (пол, возраст, уровень образования, семейное положение и уровень семейного дохода) на отношение горожан к практикам социологического опроса. Для выполнения указанного социологического исследования была разработана анкета, состоящая из 30 вопросов. Анкета включает три блока:

- вступление, в котором представлено обращение к респондентам, тема исследования, просьба принять участие в опросе, указание на анонимность и правила заполнения анкеты;

- основная часть, состоящая из паспортички и основных вопросов анкеты;

- заключительная часть, где представлены 3 вопроса, выявляющие отношение респондента к участию в данном исследовании и в будущих исследованиях, а также выражается благодарность за предоставленные ответы.

В качестве объекта исследования было выбрано население города Саратова в возрасте 18 лет и старше. Опрошено было 200 человек по пропорциональной квотной выборке. Респонденты отбирались по половозрастным критериям. Для решения задачи определения влияния социально-демографических характеристик на степень готовности саратовцев участвовать

в социологических опросах был проведен корреляционный анализ результатов проведенного анкетирования, который позволил выявить взаимосвязь между двумя переменными и определить силу данной связи.

Другими словами, анализируя корреляционные связи между переменными, автор смог оценить влияние социально-демографических факторов на отношение респондентов к социологическим опросам:

- большинство респондентов (78,4%) принимали ранее участие в социологических опросах в качестве респондентов;

- более половины респондентов (52%) определили свое отношение к социологии как внимательное;

- преобладающей мотивацией для принятия решения о согласии на участие в социологическом опросе является желание потенциального респондента поделиться своим мнением, которое может помочь в решении определенной проблемы, (36,1%) и согласие из-за любопытства (24,7%); решающей мотивацией отказа - отсутствие времени (9,5%);

- Подавляющее большинство респондентов информировано о социологических исследованиях (82%);

- Абсолютное большинство женщин (100%) согласились принять участие в опросе в последний раз, что подтверждает предположение о том, что женщины чаще, чем мужчины выступают в качестве респондентов;

- В большей степени готовы к сотрудничеству с интервьюером люди среднего возраста;

- Чаще соглашаются на участие в опросе люди с высшим гуманитарным образованием;

- Семейные люди чаще соглашаются на участие в опросе, чем несемейные;

- Люди с высоким уровнем достатка демонстрируют большую лояльность по отношению к интервьюерам.

Проанализировав социальный портрет среднего респондента, автор делает вывод, что это замужняя женщина в возрасте от 26 до 35 лет, с

неполным средним образованием и ежемесячным доходом от 15001р. до 20000 рублей.

**Заключение.** Сегодня город определяют не столько как форму поселения и производства, сколько как форму сообщества, как особый тип социальности, интегрирующий разнообразные виды жизнедеятельности в единую саморазвивающуюся систему с собственными механизмами поддержания устойчивости и порядка. В городском пространстве на ограниченной территории функционируют многочисленные и разнородные социальные институты — индустриальные, коммерческие, властные, образовательные и научные; организация этого пространства накладывает отпечаток на социальное поведение горожан, более того, оказывает формирующее воздействие на их жизненные стили; в результате в городе складывается особая социально-территориальная общность людей. Общественные отношения в городе разграничены по разным основаниям. Главная линия раздела, на наш взгляд, проходит между публичной и частной сферами социальной жизни.

Сегодня практики социальных опросов выступают как специализированные социальные практики преодоления линии раздела. Публичная сфера практик опроса, носителем которой выступает исследователь, вторгается в частную сферу. Горожане - респонденты, напротив представляют приватность.

Проведение социологических опросов в городе имеют свою специфику, которая определяется особенностью самой этой общности, системой, задаваемых ею социальных детерминант. Городская общность, важнейшая структурообразующая компонента современного общества практически изначально попадает в зону внимания социологов и исследуется с различных теоретико-методологических позиций. Именно в городе проводится основная часть социологических исследований, и как результат формируется отношение как к самим практикам исследований, так и к практикам опросов.

Разнообразные реакции горожан на практики социологических опросов, способствуют объективации единого коммуникативно-информационного

пространство города, так как оно структурируется и получает окончательную конфигурацию только через соответствующие системы отношений.

Проведенное исследование, подтвердило основные тенденции, связанные с формированием особого поля городского социального пространства в процессе реализации опросных практик, в ходе, уже ставших повседневностью городской жизни, социологических исследований. В дальнейшем, продуктивным может быть признан, постоянный социологический мониторинг обнаруженного процесса, что, несомненно, имеет прагматический смысл: направленное управление и регулирование коммуникативно - информационным полем социального пространства города.