

# Исследования как основа проведения информационной кампании



16-18 февраля 2010г.



**Информационный процесс** - процесс получения, создания, сбора, обработки, накопления, хранения, поиска, распространения и использования информации.



В результате исполнения информационных процессов осуществляются информационные права и свободы, выполняются обязанности соответствующими структурами производить и вводить в обращение информацию, затрагивающую права и интересы граждан, а также решаются вопросы защиты личности, общества, государства от ложной информации и дезинформации, защиты информации и информационных ресурсов ограниченного доступа от несанкционированного доступа.



**Понимание структуры интересов всех участников процесса – залог построения эффективной кампании по развитию форм устройства детей в семьи.**



**Непосредственные исследования человеческих аудиторий.**



**Проведение исследований по двум глобальным направлениям**

- 
- 

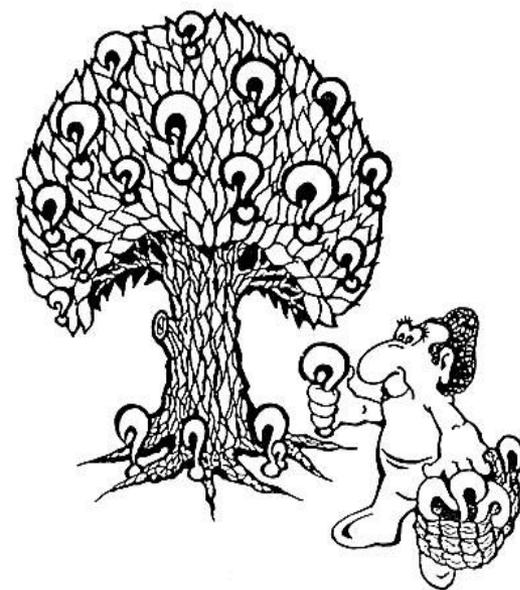


**Исследования информационного поля СМИ, воздействующих на эти аудитории.**

# Кто такой – социолог?

Человек, который испытывает постоянный, неизбывный, не знающий моральных преград интерес к человеческим поступкам.

Его естественный ареал обитания – всевозможные места скопления людей, где бы они ни собирались вместе...



# Опросы в целевых аудиториях

- Потенциальные опекуны, попечители, усыновители
- Потенциальные патронатные воспитатели
- Сотрудники специализированных учреждений системы помощи детям и семье
- Представители законодательной и исполнительной власти федерального, регионального и муниципального уровня
- Лидеры мнений и социальные коммуникаторы
- Потенциальные партнеры и спонсоры: бизнеса, некоммерческие организации (НКО), частные лица



# Дифференцированное описание целевых групп по различным характеристикам:

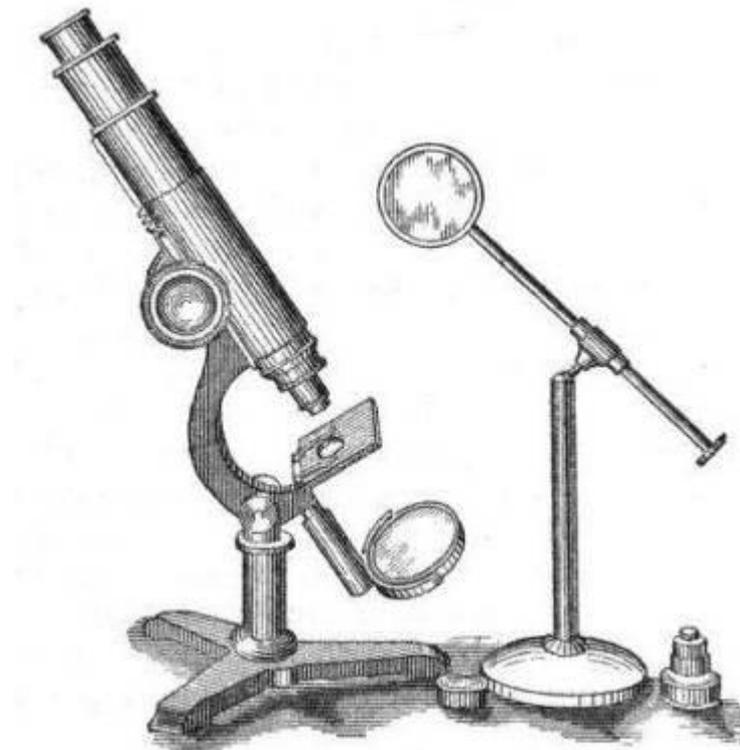
- *Географические:* место проживания и работы, близость детских домов, органов опеки и попечительства
- *Демографические:* возраст, пол, семейное положение, национальность, профессия, образование
- *Экономические:* занятость, уровень дохода, жилищные условия
- *Психологические или психографические:* социальная группа, темперамент, этапы жизненного цикла семьи, характер, образ жизни, система ценностей, баланс семья/работа
- *Готовность взять ребенка:* информированность о формах устройства детей в семьи, представление о сопутствующих трудностях

# Выдвижение исследовательских гипотез: методика «5W» М. Шеррингтона (портрет целевой группы)

- *что – what – тип услуги, вид помощи – предпочитаемая форма устройства детей в семьи*
- *кто - who – социальный портрет людей, принимающих решение взять сироту*
- *почему – why – тип мотивации*
- *когда – when – в каких жизненных ситуациях принимается решение*
- *где – where – эффективные информационные каналы и формы подачи сообщений*



# МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ



# Разведывательное исследование

- вид социологического исследования, имеющий целью получить оперативную социологическую информацию.

Разновидностью разведывательного исследования является

**экспресс-опрос,**

задача которого –

выявить отношение

людей к актуальным

событиям и фактам.



# Описательное исследование

вид социологического исследования,  
предполагающий получение  
сведений,

дающих относительно  
целостное представление  
об изучаемом явлении.



# Аналитическое исследование

самый глубокий вид социологического исследования:

Цель - описание изучаемого явления, выяснение причинно-следственных связей между его характеристиками. Разновидность аналитического исследования – это эксперимент, который в социологии служит не столько методом сбора информации, сколько проверкой выдвинутой гипотезы.

# МОДЕЛЬ ПРЕДМЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ

**Это - разложение целого на составляющие части.**

**Целое чаще всего представляет очень сложное, теоретически сконструированное образование, которое непосредственно наблюдать практически невозможно.**



- **Метод** – основной способ сбора, обработки и анализа данных.
- **Техника** – совокупность специальных приемов для эффективного использования того или иного метода.
- **Методика** – понятие, обозначающие совокупность технических приемов, связанных с данным методом, включая частные операции, их последовательность и взаимосвязь.

# Анкетирование

- максимально короткие сроки
- большие совокупности людей
- информация, полученная с его помощью, отражает изучаемую реальность лишь в том виде, как она преломилась в сознании респондента





# Суть социологического опроса

- на основании нескольких сотен мнений людей судить о тысячах и миллионах
- достоверность и объективность



# ПОЧЕМУ ОШИБАЮТСЯ СОЦИОЛОГИ?

- Из-за желаниа угодить клиенту, т.е. заказчику. (Социолог хотел получить от вас еще заказы на исследования, соответственно решил подольстить)
- Ошибка выборки.
- Ошибка выбора места опроса.
- Ошибка выбора времени опроса (временных рамок)



# Виды опросов



- По месту жительства
  - Через газету, через почтовую рассылку
  - Телефонное интервью
  - Интервью
- Фокусированное (направленное) интервью (фокус-группа)
- Наблюдение включенное

# Контент – анализ СМИ

(хороший шпион всю информацию получает из прессы)

- ! Это не мониторинг!
- Подсчет частотности употребления тех или иных слов.
- Динамика публикаций на заданную тему.
- Основная направленность заголовков.
- Профессионализм подачи материала журналистами.
- Эмоциональная насыщенность текста.



# ОТЧЕТ О РЕЗУЛЬТАТАХ ССЛЕДОВАНИЯ.

- В первом параграфе должны быть четко прописаны, время, географические рамки, демография проведения исследования, программа, с помощью которой происходила обработка полученных данных.
- Вторая часть – простое линейное распределение. Т.е. ответы на вопросы, без каких-либо зависимостей.
- Третья часть – характеристики различных групп избирателей, принявших участие в опросе.
- В приложениях к записке даются цифровые, графические и прочие показатели и документы, а также все формы, анкеты, бланки, тесты и т. п.

# Как составить анкету для социологического исследования



# Демографический блок

# Как вы оцениваете в настоящее время свой жизненный уровень?

1. у меня крайне низкие доходы, едва свожу концы с концами.
2. живу в долг.
3. у меня низкие доходы, живу от «зарплаты до зарплаты»; экономлю.
4. у меня средние доходы, живу вполне сносно.
5. имею доходы выше среднего, живу в полном достатке.
6. затрудняюсь ответить.



**Оцените, пожалуйста, динамику изменений вашего материального положения за прошедший год.**

1. значительно улучшилась
2. отчасти улучшилась
3. осталась без изменений
4. отчасти ухудшились
5. значительно ухудшились



- **Каких изменений Вы ожидаете в жизни в ближайшее время?**
- 1. ожидаю перемен в лучшую сторону
- 2. ожидаю определенного улучшения
- 3. не жду никаких перемен
- 4. ожидаю, что ситуация изменится в худшую сторону
- 5. ожидаю значительного ухудшения условий своей жизни
- 6. затрудняюсь ответить



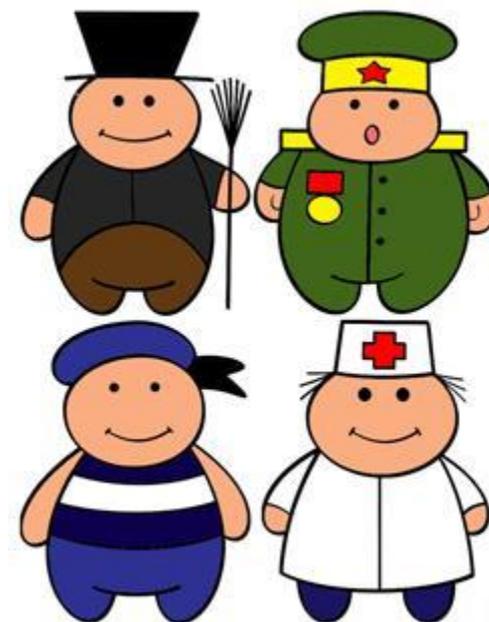
# Какое у Вас образование (на настоящий момент)?

1. Высшее
2. Незаконченное высшее
3. Среднее специальное
4. Среднее
5. 9 классов и меньше



## Каков Ваш род занятий? Если работаете, то Ваше основное место работы?

1. Нахожусь на пенсии и работаю
2. Учащийся, студент
3. Нахожусь на пенсии, не работаю
4. Военнослужащий,
5. Домохозяйка
6. Работник правоохранительных органов
7. Безработный
8. Фермер
9. Предприниматель
10. Госслужащий
11. Работник торговли и сферы услуг
12. Работник производственной сферы
13. Работник лесного хозяйства, охотник
14. Туристический работник
15. Работник воспитательных и образовательных учреждений
16. Другое (укажите) \_\_\_\_\_



# В какой отрасли экономики Вы работаете или работали в последнее время?

1. Тяжелая промышленность	9. Финансы, страхование
2. Пищевая промышленность	10. Органы государственной власти и управления
3. Легкая промышленность	11. Армия, правоохранительные органы
4. Другие отрасли промышленности	12. Лесозаготовительная и деревообрабатывающая промышленность
5. Строительство	13. Транспорт, связь
6. Торговля, посредничество, обществ. питание	14. Здравоохранение, спорт, социальное обеспечение
7. Образование, наука, культура, искусство	15. Жилищно-коммунальное и бытовое обслуживание
8. Фармацевтическая отрасль	16. Сельское хозяйство

17. Другое \_\_\_\_\_

# Какая из приведенных ниже оценок наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?

1. денег вполне достаточно, чтобы ни в чем себе не отказывать
2. покупка большинства товаров не вызывает трудностей
3. денег достаточно для приобретения продуктов и одежды, но более крупные покупки приходится откладывать на будущее
4. денег достаточно только на приобретение продуктов питания
5. денег не хватает даже на покупку продуктов питания, постоянно приходится влезать в долги



# Пол

- мужской
- женский



# Возраст

Т

1. от 18 до 24 лет	4. от 50 до 59 лет
2. от 25 лет до 34 года	5. 60 лет и старше
3. от 35 до 49 лет	

# Какие повседневные проблемы беспокоят Вас больше всего?

*(Отметьте, пожалуйста, 2-3 варианта, в наибольшей степени совпадающих с Вашим мнением)*

1. Высокие цены
2. проблема межнациональных отношений
3. низкая зарплата, пенсия
4. Преступность
5. несвоевременная выплата зарплаты, пенсии
6. пьянство и наркомания
7. Безработица
8. детская безнадзорность
9. Проблемы экологии
10. бюрократический произвол
11. отсутствие нормального жилья
12. отсутствие нужных законов
13. состояние системы образования
14. падение нравов
15. работа коммунальных служб
16. отсутствие жизненных перспектив
17. работа общественного транспорта
18. ухудшение отношений между людьми
19. медицинское обслуживание
20. невнимание федеральных властей к проблемам республики
21. Водоснабжение затрудняюсь ответить
22. санитарное состояние города, села
23. проблем, беспокоящих меня нет



**Информации из каких источников Вы больше всего доверяете? (Отметьте, пожалуйста, 1-2 варианта)**

1. из телевизионных передач
  2. из радиопередач
  3. из центральных газет
  4. из районных газет
  5. из газет общественно-политических объединений
  6. из разговоров в народе, от знакомых, по слухам
  7. от авторитетных и компетентных людей
  8. из других источников (напишите, каких)
- 
9. затрудняюсь ответить



**Какая из газет дает Вам больше информации по социально-политическим проблемам? (Можно отметить 2-3 варианта ответа)**

1. Аргументы и факты
2. Комсомольская правда
3. Правда
4. Труд
5. Местная правда
6. Затрудняюсь ответить
7. Другая
8. Не читаю газет



**Информации каких телевизионных каналов о событиях в крае (области, республике) и в России Вы доверяете? (Можно отметить 2-3 варианта ответа)**

1. ОРТ
2. Частное предприятие
3. РТР
4. Местных телекомпаний
5. НТВ
6. других (напишите, каких) \_\_\_\_\_
7. не смотрю телевизор
8. Государственная телерадиовещательная компания
10. затрудняюсь ответить



# Какие радиостанции Вы чаще всего слушаете? (Можно отметить 2-3 варианта ответа)

1. Маяк	5. Местное радио
2. Радио России	6. Другие(укажите какие) _____
3. Европа Плюс	
4. Русское Радио	7. Затрудняюсь ответить



# Фокус-группа

*(правила существуют для того, чтобы их нарушать)*

- групповое глубинное интервью, сфокусированное на исследуемой проблеме или объекте (товар, услуга, реклама), направленное на определение отношения участников к поставленной проблеме или причин восприятия того или иного объекта (товар, реклама), выявления мотивации тех или иных действий потребителей.

- Обычное количество участников составляет 8-12 человек, не знакомых между собой, не объединенных общими интересами, идеями и т.д.



# Законы фокус-группы:

1. За порядок отвечает модератор
2. Каждый участник высказывается по обсуждаемой проблеме
3. Пока каждый не выскажется, дискуссия не начинается.
4. Ответы фиксируются на диктофон.



# Навыки, необходимые модератору для успешного проведения фокус-группы:

- умение задавать вопросы (майевтика),
- умение слушать (эмпатическое слушание),
- безоценочность восприятия (отсутствие критических оценок и подсказок при беседе с респондентом),
- хорошая память и концентрация внимания,
- управление групповой динамикой,
- фокусировка внимания группы на определенной теме,
- перемещение фокуса внимания с одной темы на другую.



**Тема для обсуждения:**

**Проблемные зоны в развитии  
семейных форм устройства в  
медиа-поле и направления их  
оптимизации**

# Проблемные зоны в развитии семейных форм устройства в медиа-поле и направления их оптимизации

## 1. Позиции представителей региональной власти

**Пассивность и нескоординированность работы ответственных ведомств, развитие семейных форм устройства не является приоритетом**



**Признание важности проблемы, публичные заявления о личной заинтересованности в ее решении, в том числе в развитии законодательства, инфраструктуры, кадров**

# Проблемные зоны в развитии семейных форм устройства в медиа-поле и направления их оптимизации

## 2. Службы сопровождения, НКО, центры помощи

**Слабая инфраструктура,  
неразвитость социальных  
услуг, дефицит кадров**



**Информация о школах  
приемных и патронатных  
родителей; консультации  
широкого круга  
специалистов, тренинги для  
родителей, повышение  
квалификации социальных  
работников**

## Проблемные зоны в развитии семейных форм устройства в медиа-поле и направления их оптимизации

### 3. Освещение опыта опекунов и усыновителей, их социальный портрет

Распространенность негативного опыта опеки и усыновления, коррупция, махинации с недвижимостью опекаемых. Повторное сиротство.



Позитивный опыт усыновления/опеки/патроната, успешное взаимодействие с сопровождающими процесс специалистами, живые комментарии реальных и потенциальных усыновителей

# Проблемные зоны в развитии семейных форм устройства в медиа-поле и направления их оптимизации

## 4. Целевые программы и их финансирование

**Отсутствие программ или слабое их финансирование; дефицит информации о них в СМИ**



**Информация о системе помощи детям, о льготах и выплатах. Сообщения об исследованиях, услугах и акциях, направленных на развитие семейных форм устройства сирот. Оценка масштабов социально-экономических потерь от содержания детей в приюте**

## Проблемные зоны в развитии семейных форм устройства в медиа-поле и направления их оптимизации

### 5. Повседневная жизнь и портрет сирот и детей-отказников

**Публикации о трудностях и ограничениях жизненных возможностей сирот и выпускников детских домов.**

**Негативный образ неадаптивных и отсталых отказников-неудачников**



**Идея, что по воле случая сиротой может стать любой, персонификация детей-отказников, обозначение возможных форм устройства детей в семье, поощрение активного участия граждан в судьбах сирот – в том числе через благотворительность**

# Проблемные зоны в развитии семейных форм устройства в медиа-поле и направления их оптимизации

## 6. Освещение темы в СМИ

**Отсутствие  
информационной политики  
продвижения семейных  
форм устройства с  
помощью СМИ**



**PR-кампании, наличие пула  
экспертов и журналистов,  
целевые рубрики и  
программы, мониторинг  
проблем и реакции на них,  
социальная реклама**

# Проблемные зоны в развитии семейных форм устройства в медиа-поле и направления их оптимизации

## 7. Международное усыновление

**Скандальные истории о  
плохом обращении и  
гибели детей,  
усыновленных  
иностранными гражданами**



**Информация о том, что  
иностранцы усыновляют  
детей старшего возраста  
и детей с нарушениями  
здоровья, что  
непопулярно у россиян**