



Opinia publiczna

Tomasz A. Winiarczyk

Opinia publiczna

- pojęcie opinii
- opinia społeczna a publiczna
- funkcje opinii publicznej
- czynniki wpływające na kształtowanie się opinii publicznej
- media a opinia publiczna

opinia

- wyartykułowany zespół poglądów o różnym stopniu spójności i logiczności, dotyczący zagadnień będących w obszarze zainteresowań danej jednostki lub grupy społecznej oraz skierowany do określonego adresata

opinia społeczna (publiczna)

- ogół poglądów członków społeczeństwa lub jego znacniejszych odłamów na sprawy stanowiące w danym momencie przedmiot ogólnego zainteresowania

różnice pojęciowe

- opinia publiczna to ta część opinii społecznej, która dotyka zagadnień mających znaczenie polityczne



FUNKCJE OPINII PUBLICZNEJ

- eksplikacyjna (wyjaśniająca)
- integracyjna
- konsultacyjna
- kontrolna
- kreatywna

funkcja eksplikacyjna

- służy wyjaśnianiu zjawisk (w tym problemów) istniejących w społeczeństwie
- pokazuje rozkład poglądów w społeczeństwie

funkcja integracyjna

- pozwala zbiorowości stworzyć poczucie więzi grupowej
- zwiększa poczucie więzi społecznej, np. politycznej

funkcja konsultacyjna

- dostarczanie informacji o tym, co sądzi społeczeństwo
- taka informacja może wpływać na rozkład opinii w przyszłości
- prawidłowość realizowania tej funkcji zależy od poprawności badania opinii

funkcja kontrolna

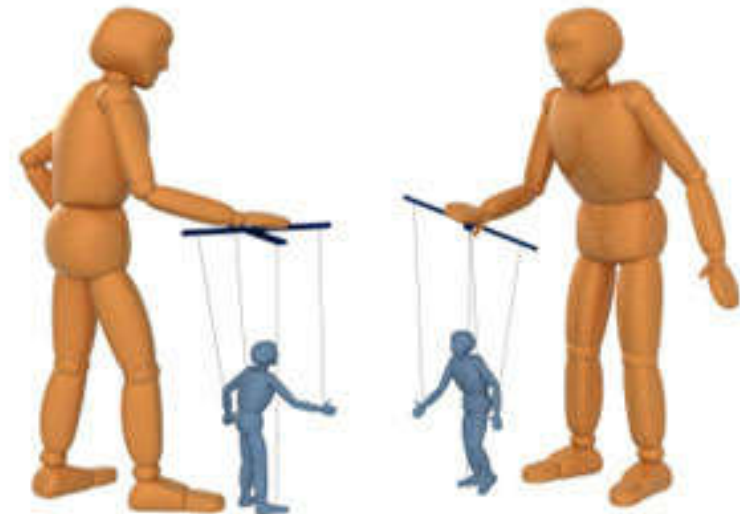
- instytucje publiczne muszą uwzględniać poglądy społeczne w swych decyzjach i działaniach
- skutkuje aprobatą bądź dezaprobatą dla poczynań władzy
- władza może dlatego chcieć zatajać lub fałszować opinię publiczną

funkcja kreacyjna

- zdolność opinii publicznej do tworzenia lub niszczenia ładu społecznego
- może to polegać na wynoszeniu do władzy lub usuwaniu danego polityka czy partii

CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE OPINIĘ PUBLICZNĄ

- interesy jednostkowe
- wyobrażenia o interesach grupowych
- wiedza o faktach
- stereotypy, mity i utopie
- przesady i uprzedzenia
- plotki i pogłoski



interesy jednostkowe

- przekonanie, czy dane zachowanie bądź poglądy służą mnie (konkretnej jednostce)

wyobrażenia o interesach grupowych

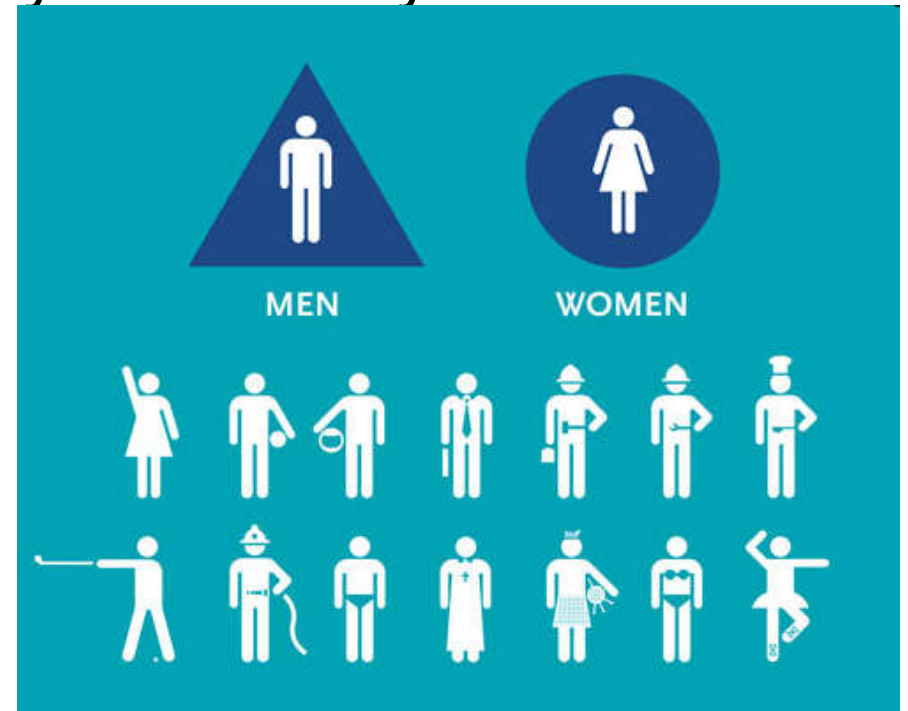
- przekonanie, czy dane zachowanie bądź poglądy służą danej grupie społecznej

wiedza o faktach

- informacja o zdarzeniu, które staje się przedmiotem opinii
- wiedza teoretyczna o danym zjawisku

stereotypy, mity i utopie

- STEREOTYP to funkcjonujący w świadomości społeczeństwa uproszczony, skrótowy i zabarwiony wartościująco obraz rzeczywistości, odnoszący się do grup społecznych, osób, sytuacji, instytucji, utrwalony wielokrotnym powtarzaniem



stereotypy, mity i utopie

- MITY i UTOPIE to wyobrażenia historycznie i socjologicznie ugruntowane w świadomości ludzkiej, mające za zadanie wyjaśniać procesy zachodzące w rzeczywistości
 - MITY dotyczą przeszłości
 - UTOPIE dotyczą przyszłości
 - często mit i utopia na dany temat są powiązane
 - (np. w odniesieniu do narodu i jego wyjątkowości)
- na ogół grają rolę destruktywną, choć nie zawsze



przesady i uprzedzenia

- PRZESĄD – pogląd, przekonanie sprzeczne z faktami i trudne do usunięcia za pomocą racjonalnej argumentacji; szczególny objaw bezwładności psychicznej, w którym ujawnia się działanie starych nawyków paraliżujących istotne możliwości przeobrażeń społecznych i kulturalnych
- UPRZEDZENIE – antypatia oparta na niesłusznej generalizacji; negatywny stosunek do kogoś lub czegoś, powstały w wyniku powziętych z góry, nie sprawdzonych przekonań
 - zjawiska te są wynikiem stanu psychicznego danego podmiotu



*Magda, on ma murzyński głos;
powiem mu, że już ten samochód
sprzedaliśmy*

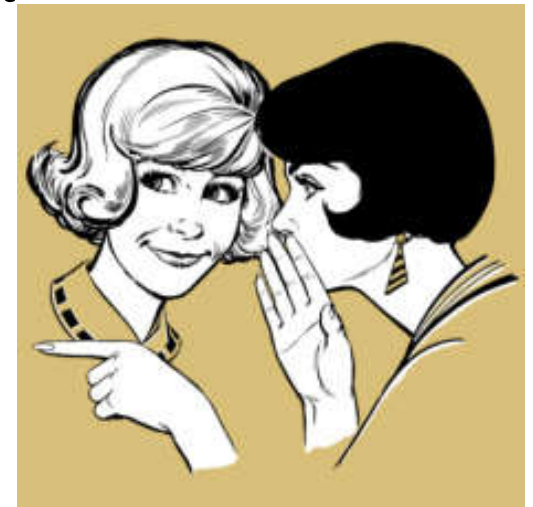
plotki i pogłoski

- PLOTKA - niesprawdzona lub kłamliwa informacja, powodująca utratę dobrego wizerunku osoby, której dotyczy
- POGŁOSKA – nie dające się zweryfikować oceny lub wyjaśnienia zjawisk przekazywane od osoby do osoby dotyczące jakiegoś obiektu, wydarzenia lub problemu znajdującego się w centrum uwagi



Plotki

Rodzą się zawsze w wyniku niedoinformowania



wpływ mediów na opinię publiczną

- wpływ bardzo silny
 - bezpośrednio: przez kontrolę informacji
 - pośrednio: przez wpływanie na agendę polityczną, czyli listę problemów, które znajdują się w centrum zainteresowania rządów

Badanie opinii publicznej a życie społeczne

- przedmiot badania opinii publicznej
- metody badania opinii publicznej
 - jakościowe i ilościowe
 - czym są sondaże
 - czym jest grupa reprezentatywna
- ośrodki badania opinii publicznej
- co wpływa na wynik badania opinii publicznej
- zastosowanie badania opinii publicznej
 - marketing, w tym polityczny

BADANIE OPINII PUBLICZNEJ

- Badaniem opinii publicznej zajmuje się socjologia za pomocą metod statystycznych, zwłaszcza sondaży.
- Poszczególne ośrodki badawcze różnią się pod względem metodologicznym.



przedmiot badania



metody badania opinii publicznej

METODY

JAKOŚCIOWE

- wywiad, rozmowy (zwykle grupowe) umożliwiające obserwowanie zachowania badanych w konkretnych sytuacjach

METODY ILOŚCIOWE

- omnibus survey
 - dotyczy różnych tematów, przeprowadzane regularnie
 - badanie powstaje przez połączenie pytań pochodzących od różnych zlecniodawców
- ad hoc survey
 - dotyczy złożonej kwestii, wymaga indywidualnego badania
 - wielokrotnie droższe od omnibusowych

Badania ilościowe wykorzystują analizę parametrów liczbowych, charakteryzujących badane zjawisko lub obiekt badań.

W badaniach jakościowych nie wykorzystuje się pomiaru ilościowego (jak w badaniach ilościowych) lecz stosuje się techniki, które mają na celu wydobycie wiedzy od badanych osób.

Badania jakościowe koncentrują się na głębszej analizie danego zjawiska

Charakterystyka powszechnie stosowanych metod badawczych

	Metody i techniki „jakościowe” (niestandardyzowane)	Metody i techniki „ilościowe” (standardyzowane)
Dane wywołane	<p>Wywiad: swobodny, biograficzny (Biographical Interview), pogłębiony (In-Depth Interview), grupowa dyskusja zogniskowana (Focus Group Interview)</p> <p>Obserwacja: uczestnicząca/nieuczestnicząca, jawna/niejawna</p> <p>Eye-tracker: mapy fokusowe, mapy cieplne</p> <p>Badania monograficzne Case study</p>	<p>Wywiad kwestionariuszowy (prowadzony przez ankietera): bezpośredni, telefoniczny, on-line</p> <p>Sondaż (survey): omnibus, longitudinalne (panel, np. panel internetowy)</p> <p>Ankieta: pocztowa, CSAQ (Computerized Self-Administered Questionnaire)</p> <p>Obserwacja kontrolowana (check-lista): mystery consumer</p> <p>Eksperyment: psychologiczny, biologiczny, kliniczny, laboratoryjny</p> <p>Eye-tracker: analizy statystyczne wielu zmiennych pochodzących z pojedynczych pomiarów (próby niezależne)</p> <p>Socjometria (małe grupy społeczne)</p> <p>Case study (szeregi czasowe)</p>
Dane zastane	<p>Analiza treści: tekst, obraz, audio, wideo</p> <p>Krytyczna analiza dyskursu</p> <p>Metoda dokumentów osobistych (metoda biograficzna)</p> <p>Analiza dokumentów urzędowych (desk-research)</p> <p>Analiza prawno-porównawcza</p>	<p>Analiza zawartości: tekst, obraz, audio, wideo</p> <p>Analiza urzędowych danych statystycznych (desk-research)</p> <p>Analiza metadanych</p>

sondaże

- polega na przeprowadzaniu wywiadu społecznego przez ankietera, gdzie z reguły losowo dobrana grupa reprezentatywna, zostaje przepytana z danego zakresu, na przykład z poparcia dla danej partii politycznej

grupa reprezentatywna

- technika doboru **grupy reprezentatywnej**
 - należy wybrać osoby, które reprezentują w miarę dokładnie cechy danego społeczeństwa i to w takich samych proporcjach, w jakich występują w całej populacji
 - technika po raz pierwszy zastosowana przez George'a Horacy'ego Gallupa
- nie jest prawdą, że po prostu im większej liczbie osób zada się pytanie, tym bardziej prawdopodobne będą uzyskane odpowiedzi
- w przypadku kraju jak Polska około 1000 osób

badanie opinii publicznej – instytucje w Polsce

- CBOS
- Kantar
- Gfk Polonia
- Estymator
- PBS
- Nielsen



co wpływa na wynik badania

- dobór próby badanych
- kolejność zadawania pytań
- sposób zadawania pytań i ich formułowanie
- brak wiedzy u respondentów
- konieczność odpowiedzi zerojedynkowych
- zakres odpowiedzi niejednoznacznych
- fikcyjność problemu
- fałszowanie opinii przez samych badanych (nieprzyznawanie się do swoich poglądów)

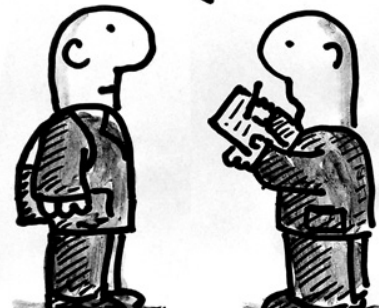
CZY PAŃSKIM
ZDANIEM
JEST DOBRZE?

TAK

(NIE



GDYBY WYBORY
ODBYWAŁY SIĘ DZIŚ,
KOGO BY PAN BARDZIEJ
NIE NIENAWIDZIŁ?



BADANIA WYKAZAŁY, ŻE AŻ
50 PROCENT PYTANYCH
WYRAZIŁO NIEZADOWOLENIE.
JEDNA OSOBA BYŁA
ODMIENNEGO ZDANIA

gabron

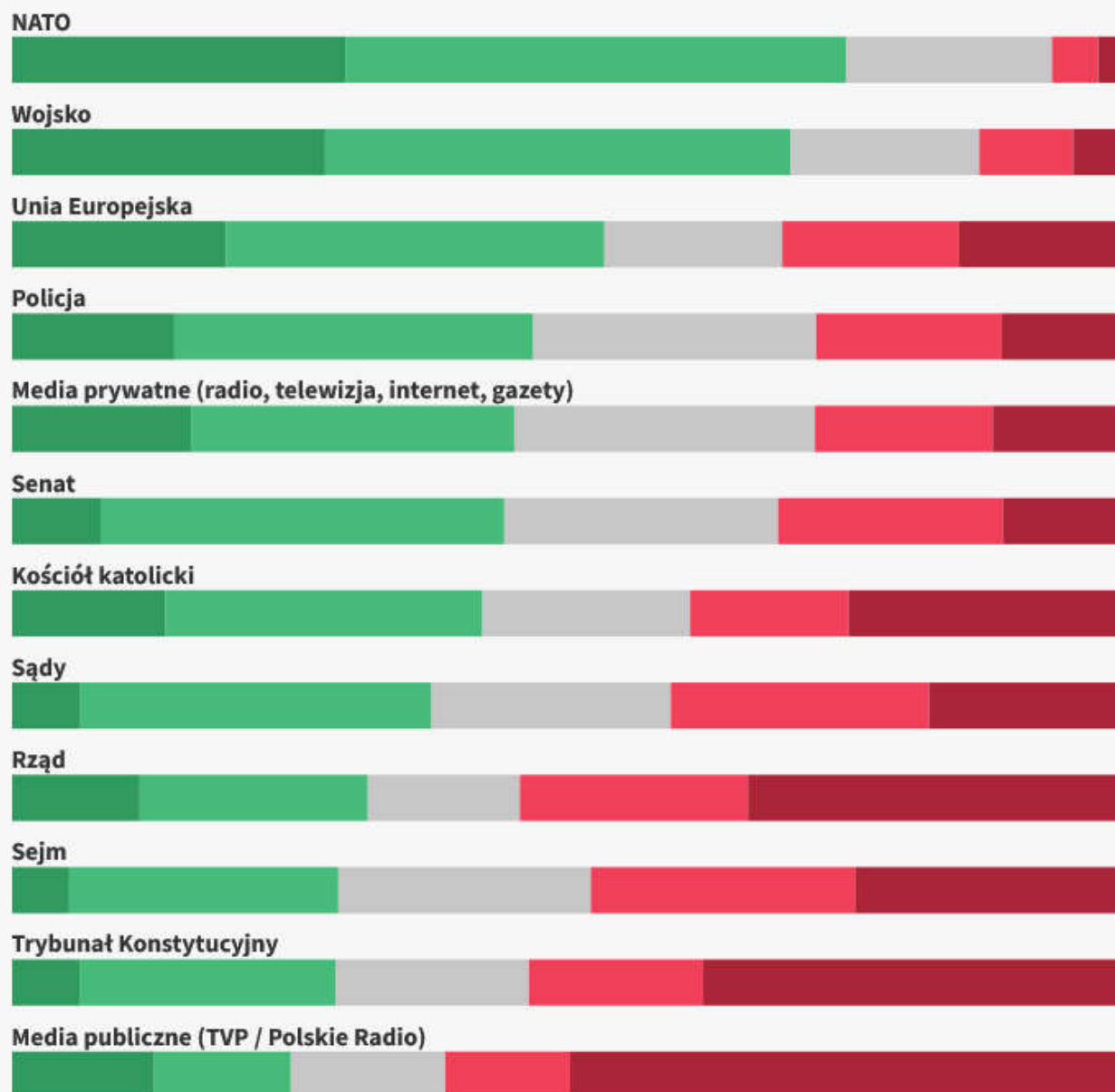


zaufanie do instytucji publicznych październik 2023

Zaufanie do instytucji publicznych

Według największej liczby pozytywnych wskazań (w proc.)

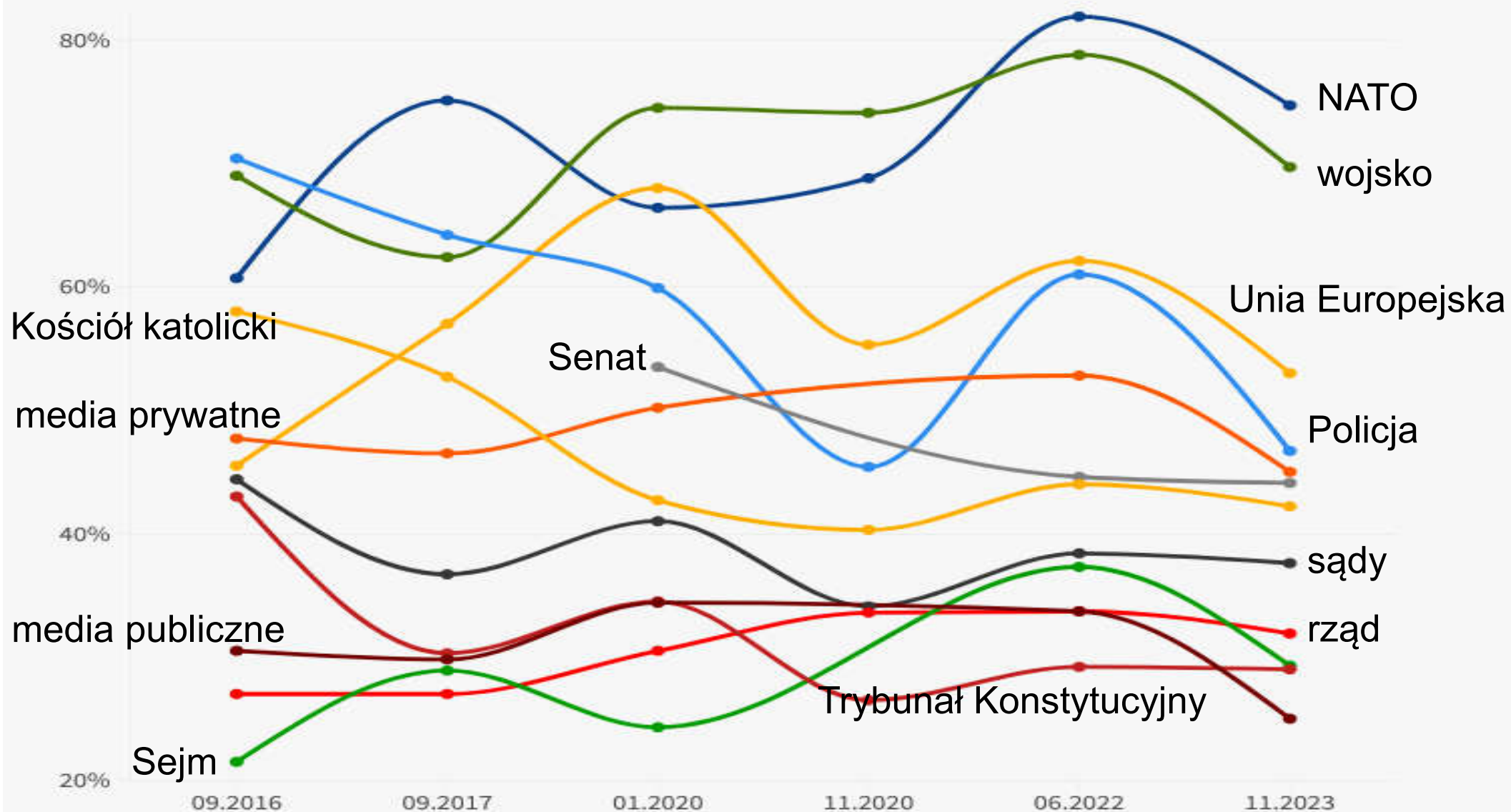
■ Zdecydowanie ufam ■ Raczej ufam ■ Jest mi obojętny ■ Raczej nie ufam ■ Zdecydowanie nie ufam



Zaufanie do instytucji publicznych

Porównanie z poprzednimi badaniami

Wszystkie





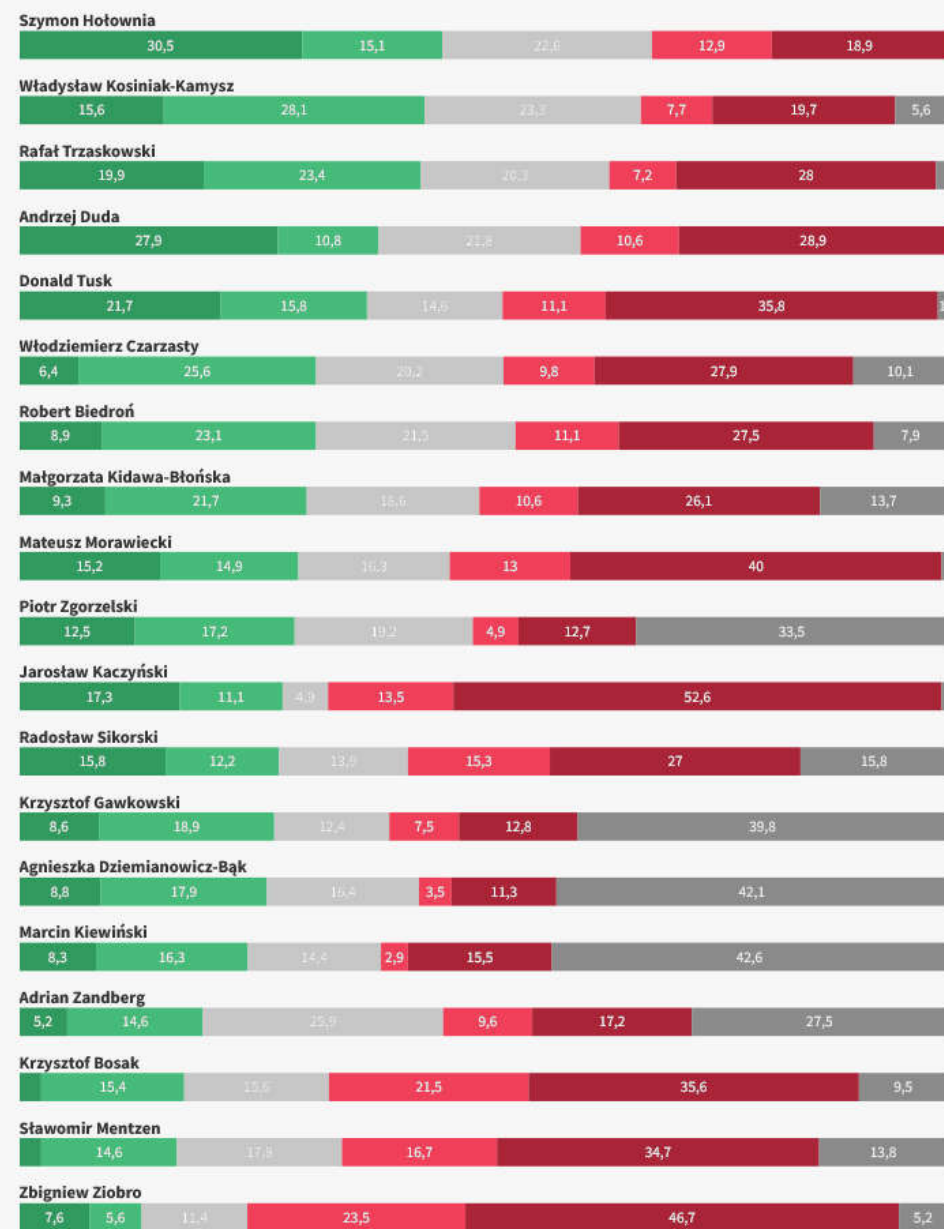
zaufanie do polityków grudzień 2023

SONDAŻ DLA ONETU

Ranking zaufania do osób publicznych

Według największej liczby pozytywnych wskazań (w proc.)

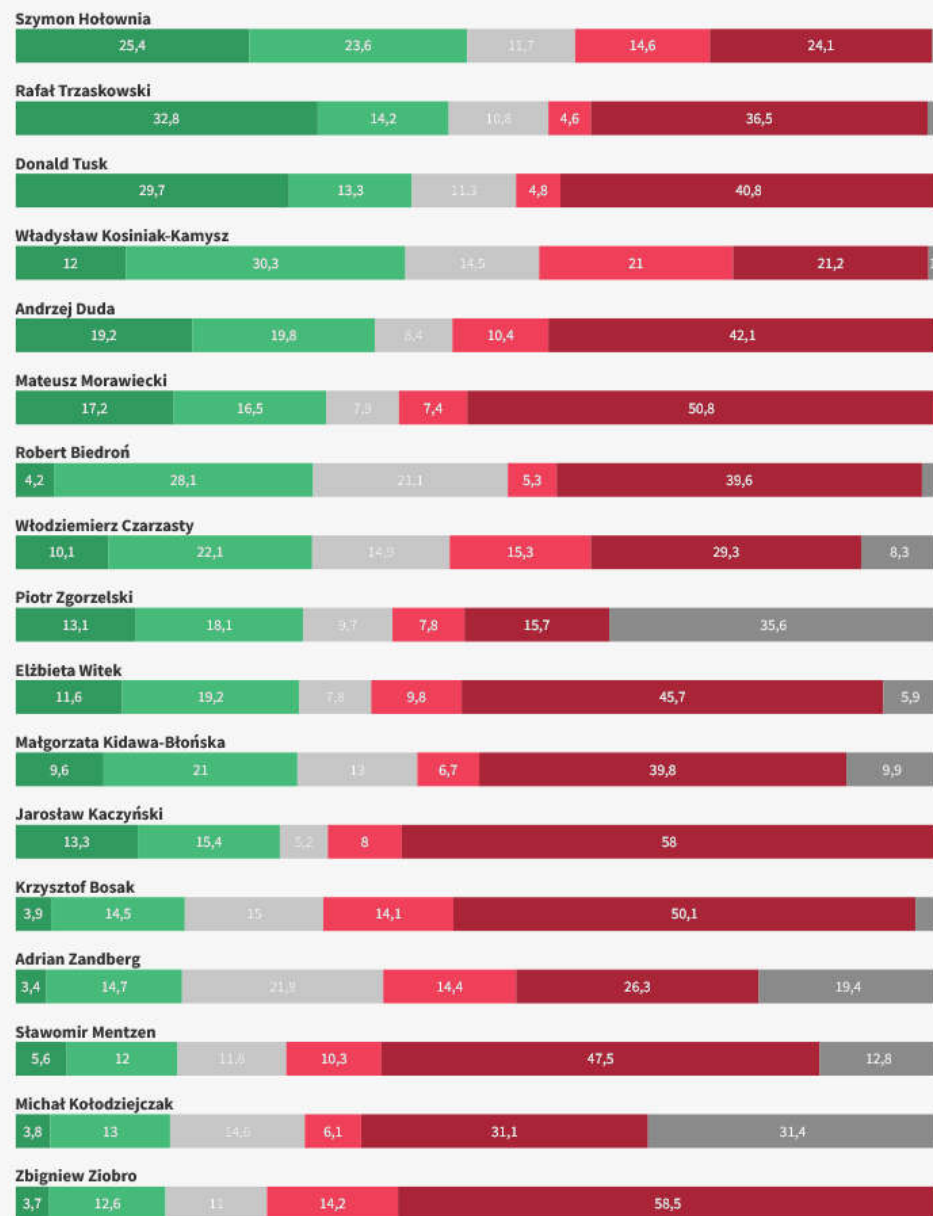
■ Zdecydowanie ufam ■ Raczej ufam ■ Jest mi obojętny ■ Raczej nie ufam ■ Zdecydowanie nie ufam
■ Nie znam



Ranking zaufania do osób publicznych

Według największej liczby pozytywnych wskazań (w proc.)

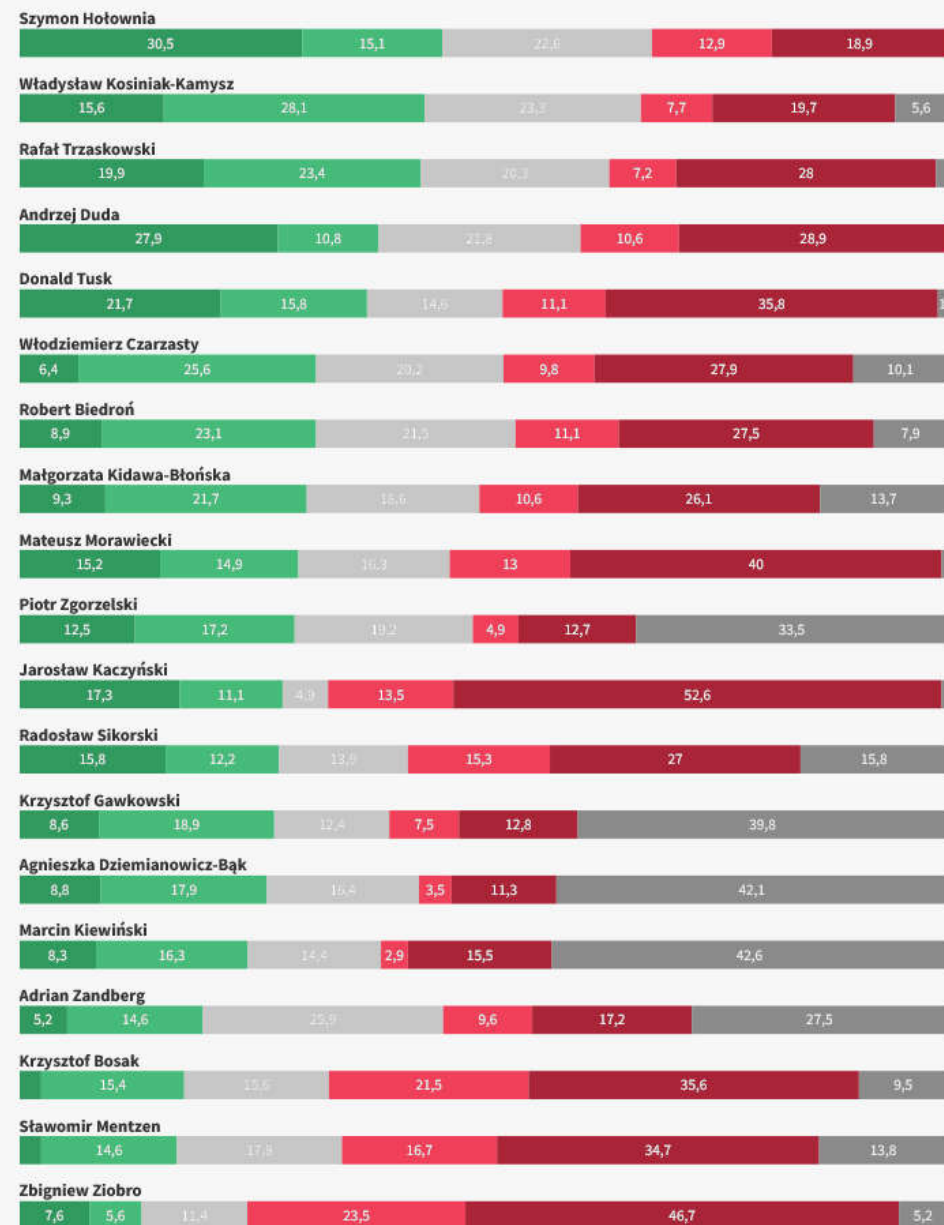
■ Zdecydowanie ufam ■ Raczej ufam ■ Jest mi obojętny ■ Raczej nie ufam ■ Zdecydowanie nie ufam
■ Nie znam



Ranking zaufania do osób publicznych

Według największej liczby pozytywnych wskazań (w proc.)

■ Zdecydowanie ufam ■ Raczej ufam ■ Jest mi obojętny ■ Raczej nie ufam ■ Zdecydowanie nie ufam
■ Nie znam



bibliografia

- pl.wikipedia.org
- podręczniki wyd. Operon
- <http://pbs.pl/x.php/1,1183/Badania-opinii-publicznej.html>
- <http://socjolog.strefa.pl/opinia-publiczna.html>
- <http://www.badania-opinii.pl/poszczegolne-metody-badawcze/>
- http://www.naukowiec.org/wiedza/metodologia/badania-jakosciowe--idea_654.html
- <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/marketing-polityczny;3937900.html>
- <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/ktorym-instytucjom-ufaja-polacy-media-publiczne-i-tk-na-samym-koncu-sondaz/0pb059g>