### **Зміст**

Вступ.

##### 1. Виникнення, розвиток і сутність громадської думки.

1.1 Історія досліджень громадської думки

1.2 Громадськість та її думка

1.3 Сутність та функції громадської думки

2. Дослідження та боротьба за увагу громадської думки.

2.1 Дослідження громадської думки

2.2 Боротьба за увагу громадськості

2.3 Вплив на громадську думку

2.4 Роль громадської думки в соціально-політичному житті суспільства

Висновок

Використана література

**Вступ**

Суспільна думка... Ми щодня стикаємося з цим поняттям в газетах, постійно чуємо про неї по радіо, в розмовах: громадська думка “висловлює гарячу підтримку...”, вона “не погоджується...”, “дає свою згоду...”, “турбується...”, “вимагає...”. До суспільної думки звертаються політичні лідери, на неї посилаються, від її імені говорять, нарешті, її наслідують... І все ж навряд чи знайдеться в соціології інше поняття, зміст якого був би настільки неясним і викликав би стільки суперечок.

Поняття „громадська думка” безпосередньо стосується понять „конституційна держава”, „суверенітет”, „міжнародне право”, „звичаєве право”, та інших юридично важливих понять, а не тільки фіксує зв’язок діяльності суддів або адвокатів з навколишнім суспільним середовищем [14, c.294].

Багато західних соціологів, навіть ті з них, які безпосередньо займаються вивченням громадської думки, визнають свою безпорадність перед обличчям цього феномену. Подібно керівнику Британського інституту громадської думки Г. Дюренту, вони з прикрістю констатують, що громадська думка, не дивлячись на безкінечні маніпуляції з нею, «представляє собою річ надзвичайно важку з точки зору реального аналізу її характеристик. Громадська думка, безсумнівно, не піддається опису, невловимо для визначення, її важко виміряти та неможливо побачити. Вона нагадує риторичне запитання, яке часто повторюється Ласки: "Якщо я зустріну всезагальну волю, яка прогулюється вулицею як я зможу впізнати її?" За словами Г. Дюрента, "якщо ми звернемося до праць і статей дослідників громадської думки, ми знайдемо досить малу теоретичну ясність. Луї Гуттман в багатьох статтях та Поль Лазарсфельд, зокрема в "Тhe American Soldier", намагаються дати деякого роду теоретичний аналіз того феномену, який вони все життя виміряють. Але в випадках їх аналіз має тенденцію виродиться в математичну символіку: пояснюються відносини всередині деякої реальності, в певних випадках навіть ставлення цієї реальності до інших понять, але природа самої реальності залишається прихованою..."

Що й говорити, досить нелегко аналізувати явище, яке, за влучним виразом Дж. Р. Лоуелла, нагадує атмосферний тиск: невидимий неозброєним оком, але досить чутливий. Однак головна перешкода її аналізу по’вязана не з цією її особливістю, а з виключно складною внутрішньою побудовою. Структура даного явища включає в себе багато різних сторін, з яких кожна повинна бути з необхідністю зафіксована в кінцевому визначенні. І справа не тільки в кількості сторін, але й — ще більше — в відмінності їх природи: громадська думка представляє собою деякий органічний сплав соціальних, ідеологічних, психологічних, логічних і інших елементів.

Гегель вважав, що громадська думка є всього лише "неорганічний спосіб виявлення того, чого народ хоче і що він думає", між тим як "те, що дійсно проявляє себе в державі, повинно діяти органічно, і це має місце в державі устрої" .

Гегель виділяє в громадській думці цілий ряд структурних елементів. Він говорить, по-перше, про умови існування громадської думки. Потім, хоча і в дуже абстрактній формі ставиться питання про об’єкт (зміст) громадської думки. У визначенні говориться, (також досить абстрактно), про носія громадської думки (під суб’єктом розуміється деяка "сумісність"); про характер суджень, який виступає в якості громадської думки ("порада"); нарешті, ставиться питання про співвідношення "загальної" і "особливої" думок. Разом з тим ряд інших, в тому числі важливих, складових структури явищ, які розглядаються, пов’язаних з соціальною природою громадської думки, з формами її виразів, її функціями і ін., Гегелем взагалі випускаються.

Досвід дослідження громадської думки показує, що тут менше всього можна розраховувати на досягнення деяких формальних визначень. Мова повинна йти про інше: про фіксування всіх істотних елементів, що складають структуру громадської думки, і виявленні зв’язків між ними. Тільки шляхом такого аналізу дослідник може якщо і не «побачити» громадську думку, як того хотів би Г. Дюрент, то у всякому випадку все ж «описати» і «визначити» її і на цій основі зробити можливим її «вимірювання»[6, с.17-21].

Мета: визначити зміст, природу, особливості дослідження громадської думки як феномену масового суспільства та її структури.

Об’єктом є громадська думка, її структура, вплив громадської думки на розвиток суспільства.

Предметом є формування, розвиток, дослідження громадської думки, її вплив на розвиток суспільства.

Основні задачі:

1. Визначення поняття, сутності, природи громадської думки;
2. Дослідити історію виникнення та розвитку громадської думки;
3. Розглянути та проаналізувати такі аспекти громадської думки, як
* дослідження громадської думки;
* боротьба за увагу, вплив на громадськість;
* проблема ідентифікації громадської думки;
* структура громадської думки (суб’єкти, об’єкти, канали вираження громадської думки);
* формування та функції громадської думки;

4. На основі дослідженого матеріалу зробити висновки, виявити основні тенденції розвитку, що характеризують соціальні явища чи процеси, які досліджуються.

**1 Виникнення, розвиток і сутність громадської думки**

**1.1 Історія досліджень громадської думки**

Першим згадуванням поняття "громадська думка" вважають використання латинських виразів "publika opinion" і "opinion publika" у творі "Полікратик" (1159 г.) англійського схоласта Йоханнеса фон Солсбери. Цікавим тут є те, що Й. фон Солсбери є представником раннього гуманізму, читав класиків античності і від них сприйняв ідею про владу "орinio рubliса". Тому важко навіть прослідити, коли саме виникла як сама тема громадської думки, стосовно суспільного життя, так й саме поняття. Напевно можна говорити про період самого виникнення людської цивілізації та демократії.

"Електоральні опитування населення, а відповідно вивчення громадської думки з'явилось порівняно недавно, навіть в країнах, які мають кількасотрічну історію парламентських і президентських виборів. Не випадково і те, що такі опитування і дослідження вперше почали проводити саме в США, де, з одного боку, вже більше двох століть обирають на всенародних виборах не тільки депутатів та мерів, але й Голову держави та виконавчої влади, а з іншого, в США давно сформувались інститути громадянського суспільства - партії, громадські організації, потужні ЗМІ тощо. А тому аматорські спроби опитування електоральних намірів виборців почали проводитись ще в XIX столітті, хоча зараз важко назвати дату, яка б слугувала вихідною у дослідженнях і прогнозуванні електоральної поведінки. Найчастіше за таку вихідну точку розглядають спробу, здійснену співробітниками газети "Херрісберг Пенсільванієн" в 1824 році, на основі невеликого опитування громадян кількох міст штату Пенсільванія розробити прогноз результатів голосування на президентських виборах у розрізі свого власного штату.

Розширення масштабів досліджень електоральних установок і прогнозування результатів голосування в США пов'язано в 20-х- початку 30-х років з діяльністю журналу "Літерарі дайджест (The Literary Digest)", який з 1917року почав проводити такі опитування напередодні президентських виборів.

Одночасно з розвитком електоральних досліджень в США вони набували все більшого поширення і в Європі. Ще в довоєнний час у Франції та Швеції, а після другої світової війни і в інших країнах. А тому не можна погодитись з Г. Алмондом, що під впливом американців "впровадження електоральних д осліджень в Європі - на початку 60-х років - почали проводити в Англії, а потім і в інших країнах Європи".

Ще до другої світової війни невдовзі після створення в США Інституту Дж. Геллапа, виникла відповідна структура по дослідженню громадської дум­ки шляхом загальнонаціональних опитувань і у Франції - в 1938 році під керівництвом відомого соціолога Жана Стецеля був створений Французький інститут досліджень громадської думки (ФІГД). Ще в довоєнні часи були проведені перші дослідження електоральних намірів і поведінки французів. До кінця 60-х років, до появи прямих виборів Президента і зростання ролі телебачення, ФІГД виконував окремі розробки для урядових та комерційних структур, а практика електоральних досліджень була маргінальною і конфіденційною.

В повоєнній Федеративній Республіці Німеччині також почали розвиватись опитування електоральних намірів і прогнозування результатів голосування в Західній Німеччині. Створений у 1947 році Е. Нойманом та Е. Ноель Алленсбахенський дослідницький інститут - інститут демоскопії з 1950 року виконує замовлення політичних партій і систематично займається прогнозуванням результатів парламентських федеральних виборів і виборів в земельно-законодавчі органи.

Отож в 30-60-ті роки в США, а потім і в розвинутих країнах Західної Європи сформувалась мережа незалежних дослідницьких центрів електоральної поведінки і прогнозування результатів виборів, відбулась їх професіоналізація і інституалізація, розроблені теоретичні концепції, що пояснюють результати електорального вибору, методи і методики досліджень, які можуть слугувати методичною, теоретичною і методологічною базою для становлення електоральних досліджень і соціологічного забезпечення виборчих кампаній і в посттоталітарних країнах СНД та Східної Європи, що стають на шлях демократичного розвитку. Однак відмінності партійних і виборчих систем та політичної культури електорату в постсоціалістичних країнах роблять неможливим пряме "перенесення" методик і методології досліджень, розроблених в країнах Заходу, в практику соціологічного забезпечення виборчих кампаній в Україні та Росії.”[1, с.9-25].

**1.2 Громадськість та її думка**

"Ще в XIX столітті видавець американської газети "Атлантік манслі" Джеймс Ловелл зазначав: "Тиск громадської думки подібний до атмосферного. Його не бачиш, та все ж він тисне з силою шістнадцять фунтів на один квадратний дюйм". Інколи громадську думку величають "невідомим богом, перед яким згорають від люті". Як би не ставитися до громадської думки, але сьогодні безперечним залишається одне. Ніколи громадська думка не мала такої сили, як тепер. Численні факти доводять, що в демократичних країнах думка громадськості з тих чи інших питань істотно впливає на державну політику, законодавчі процеси, поведінку політичних партій, динаміку виборчих кампаній, прийняття рішень суб'єктами економічної діяльності, навіть на планування та проведення різноманітних культурних заходів. Інакше кажучи, громадська думка - це величезна динамічна сила.

Громадська думка залишається потужною силою сучасного суспільства. Але будь-яка організація, якщо вона сподівається підтримувати плідні зв'язки з різноманітними групами "своєї" внутрішньої та зовнішньої громадськості, повинна мати справу не з удаваною, а з реальною і точно визначеною громадською думкою.

В усіх випадках програми зв'язків із громадськістю, як правило, розраховані на те, щоб:

* переконати людей змінити свою думку щодо проблеми, товару, організації чи окремої особи;
* кристалізувати думку, яка ще остаточно не склалася, або посилити існуючу громадську думку.

Звідси зрозуміло, що необхідно глибоко розбиратися в механізмах формування громадської думки.

**1.3 Сутність та функції громадської думки**

В узагальненому вигляді поняття громадська думка означає сукупність поглядів індивідів стосовно певної проблеми. Едуард Бернайз називав громадську думку "поняттям, що описує ледь помітну, рухливу та нестійку сукупність індивідуальних суджень" . Професор Прінстонського університету Харвуд Чайлдз, проаналізувавши близько 40 відомих визначень громадської думки, найбільш вдалим вважає те з них, яке зробив Герман-Бойл; "Громадська думка - це не назва чогось одного, а класифікація певної кількості чогось".

За визначенням короткого соціологічного словника „Громадська думка” є особливою соціокультурною складовою духовного життя людей, що відображає велике розмаїття і водночас цілісність суспільної свідомості, її спрямованість на буденність через оціночне ставлення людей до дійсності".

Щоб краще зрозуміти концепт громадської думки, її варто розкласти на два очевидні компоненти - громадськість і думка. Про громадськість як групу людей, об'єднаних спільними інтересами у певній царині, ми вже докладно говорили. Що ж до думки, то вона, як вважається, є виразом установки (ставлення) людини щодо певного конкретного питання. Коли установки набувають достатньої стійкості, вони спливають на поверхню як думки. Коли ж думки набувають достатньої стійкості, вони приводять до вербальних або діяльних актів.

Отже, громадська думка - сукупність думок індивідів щодо спільної проблеми, яка зачіпає інтереси якоїсь групи людей. Інакше кажучи, громадська думка репрезентує собою своєрідний консенсус. Сам цей консенсус бере початок від збіжних установок людей щодо цієї проблеми.

Не зовсім вдалим є й ставлення до громадської думки лише як до стану суджень, що притаманні певній сукупності індивідів. Адже громадська думка - не статичний, а динамічний процес висловлення, уточнення та узгодження думок, в ході якого спільно виробляється напрямок дії.

Громадська думка виникає всередині групи людей, що спілкуються між собою, разом з'ясовують суть проблеми, її можливі соціальні наслідки та міркують, які дії необхідно здійснити. Незважаючи на те, що цей процес, безумовно, зачіпає особисті судження, все ж думки індивідів щодо соціальної проблеми за своєю формою та змістом значно залежать від колективного (громадського) обговорення. Ось чому комунікація не випадково ставиться на один щабель з мисленням, що набуло певної форми (екстерналізувалося). Адже комунікація потребує «спільності мислення» і навпаки.

Щоправда, досліджуючи громадську думку, науковці в дійсності роблять її статичні «фотознімки, ретельно фіксуючи окремі моменти, щоб потім описані в одному часі моменти порівняти з іншими часами. Більше того, дослідження надто часто зосереджуються в основному на спрямованості та інтенсивності громадської думки, залишаючи поза увагою інші важливі деталі картини.

І це зовсім не випадково, оскільки практики прагнуть мати справу з конкретною реальністю, тому що ставлять перед собою переважно прагматичні цілі: як спрямувати думку в бажаному напрямку тощо.

Тому, виходячи саме з таких позицій, фахівці здебільшого цікавляться такими характерними ознаками громадської думки:

Спрямованістю думки, що вказує на загальну якісну оцінку проблеми, повідомляє про налаштованість на неї у вигляді суджень типу: «позитивно-негативно-байдуже, за-проти-не визначився», «за-проти-за умови».

Інтенсивністю думки, що є показником того, якої сили набуває думка людей незалежно від її спрямованості.

Стабільністю думки, що означає тривалість часу, протягом якого значна частина респондентів незмінно виявляє одну і ту ж спрямованість та інтенсивність почуттів.

Інформаційною насиченістю, що вказує на те, яким обсягом знань щодо об'єкта думки володіють люди.

Соціальною підтримкою, яка є свідченням ступеня впевненості людей у тому, що їхні думки поділяються іншими в межах даного соціального середовища.

Таким чином вона зростає з установок (ставлення) людей та як на неї можна впливати за допомогою комунікативних зусиль.”[2, с.120-156].

З погляду характеру подібної взаємодії виділяються три основні, ключові функції громадської думки і життєдіяльності суспільства:

- інформаційна;

- регулятивна;

- управлінська.

Інформаційна функція громадської думки зв'язана з тим, що останнє - є джерело достатньо важливої і, що головне, специфічної інформації, що функціонує в суспільстві і забезпечуючи його нормальну життєдіяльність. Специфіка інформації громадської думки полягає в тому що, вона з однієї сторони, віддзеркалює суб'єктивний світ людей, оцінку ними свого положення в суспільстві, своїх інтересів. З іншої сторони громадська думка це один із станів масової свідомості.

Регулятивна функція громадської думки. Її зміст в тому, що громадська думання виробляє (самостійно чи "переносити" з галузей науки, ідеології, релігії і т.д.) та насаджує суспільству певні норми суспільних відносин, певні "зразки цінностей" установок, норм поведінки.

Управлінська функція громадської думки-певно найбільш важлива і істотна, з точки зору вивчення в соціології громадської думання. Ні в кого не може викликати сумніву та обставина, що соціальне управління взагалі неможливо (маємо на увазі демократичне суспільство) без суб’єктивної інформації, в першу чергу інформації про масову свідомість, тобто про думки людей, їх інтереси, потреби.

Отже, громадська думка реалізує в процесі життєдіяльності суспільства цілий ряд найважливіших функцій, ключовими серед яких є управлінська, експресивна, консультативна, спонукальна і директивна, в рамках яких виявляється "механізм дії" громадської думки на процеси соціального управління суспільством. [3, с.143].

**2. Дослідження та боротьба за увагу громадської думки**

#

# 2.1. Дослідження громадської думки

Зважаючи на ту обставину, що громадська думка змінюється і що на неї можна впливати, відстежування її стану та спрямованості постійно перебуває в полі зору працівників соціальних сфер, вчених, робітників сфери зв’язків з громадськістю. У більшості випадків вони можуть користуватися даними опитування громадської думки, які постійно друкуються в засобах масової інформації, або при потребі діставати таку інформацію в тих комерційного характеру організаціях, що проводять соціологічні дослідження. В Україні, наприклад, цим професійно займаються Інститут соціології Національної академії наук України, дослідницький центр «СОЦІС», Київський міжнародний інститут соціолога, фонд «Демократичні ініціативи», соціологічні центри ряду провідних університетів тощо. Напевне, кожен чув про такі відомі в світі американські служби опитування громадської думки, як Харріса та Гєллапа. Також існує багато центрів, відомих дослідницьких груп, що проводять маломасштабні дослідження, зокрема маркетингові.

Вивчення та вміле використання результатів дослідження громадської думки, як правило, виводять працівників різних сфер на різноманітні проблеми, що лежать за межами їхнього безпосереднього фаху.

Добре відомо, що між громадською думкою та знаннями людей існує велика різниця. Розуміючи це, фахівці з паблик рілейшнз якраз і мають практично з'ясовувати цю різницю, особливо у сфері політики. Хадлі Кентріл - відомий фахівець як із паблик-рілейшнз, так і з дослідження громадської думки, зазначав, що притаманна громадськості думка - це функціональне знання, побудоване на основі досвіду та перевірене практикою. Проте фундаментальні знання, якими володіє громадськість, є переважно результатом інтелектуальних зусиль, і вони істотно не впливають на сприйняття конкретних ситуацій. Кентріл наголошував, що дослідження громадської думки має відстежувати випадки, коли «знання» (у тому числі й політичні) переростають у «розуміння», а також з'ясовувати причини, чому групи з протилежними ідейними поглядами (знаннями) доходять до розуміння спільності мети й необхідності прийняття коаліційного рішення.

Це особливо стосується політичних кампаній, коли знання партійних доктрин і поінформованість громадян не завжди визначають думку та лінію їхньої поведінки, особливо як виборців, де знання рідко коли можуть змінити «клімат громадської думки», який, до речі, надто важко вимірювати. Тому важливим способом відчути напруження цього «клімату» є політологічний аналіз загальних явищ і процесів.

#### Типи досліджень громадської думки

Одним із найголовніших методів дослідження суспільства, яким і досі користуються соціальні науки, є спостереження. Спостереження надає можливість представникам гуманітарних наук поглиблювати свої теоретичні знання, розуміння закономірностей людської поведінки. На даному методі будуються й ПР-дослідження. У зв'язку з цим можна виділити такі їх три найпоширеніші типи:

1. Соціологічні дослідження. їх завдання - з'ясувати установки та думки людей, тобто що вони міркують із приводу певних суб'єктів.

2. Комунікаційний аудит. Його завдання - з'ясування неузгоджень, що виникають при комунікації між керівництвом організацій і цільовими групами громадськості.

3. Неформальні дослідження. До їх складу входять: накопичення фактів, контент-аналіз різноманітних інформаційних матеріалів тощо, тобто методи, які не потребують безпосереднього втручання в роботу об'єктів дослідження.

Кожний із цих типів досліджень має свої особливості й переваги, про які повинні знати та якими повинні вміти користуватися сучасні фахівці з паблик рілейшнз [2, с.120-156].

**2.2 Боротьба за увагу громадськості**

Важко собі уявити, яка кількість інформації звалюється сьогодні на голову пересічної людини. Скажімо, у США щорічно видається 50 тисяч нових назв книжок. За цей же проміжок часту американська дитина бачить на екрані телевізора 20 тисяч рекламних кліпів. У країні видається понад 12 тисяч журналів і 2000 газет, працює близько 10 тисяч радіостанцій, більше 1200 телестанцій надсилають свої сигнали в ефір. Ці та багато інших засобів і каналів поширення інформації, що являють собою комунікативні системи, перебувають у постійному розвитку. Останнім часом значного поширення набувають комп'ютерні інформаційні мережі. І кожний із цих засобів прагне привернути до себе увагу аудиторії.

В Україні зареєстровано понад 7600 періодичних друкованих органів (серед яких 60 % є регіональними), близько 800 телерадіоорганізацій загальнодержавного та регіонального рівня.

Крім кількісного зростання засобів і каналів інформації, їх технічного переозброєння, ми поступово переходимо до політичної плюралізації. Поряд із державними, незалежними і комерційними каналами інформації спостерігається зростання кода друкованих видань політичних партій і громадських організацій, посилення їх впливу на формування громадської думки. Усе це означає, що людина у своєму повсякденному житті стикається з усезростаючою кількістю повідомлень, звернень і закликів. Напевне, можна стверджувати, що кожен із нас щоденно підпадає під вплив або стає мішенню для сотень і сотень різноманітних повідомлень.

Але чи всі вони потрібні пересічній людині? Звісно, що ні. Та чи інша особа просто відгороджує себе від багатьох потоків інформації, в якій вона мало заінтересована або яка для неї не становить будь-якого інтересу. Багато повідомлень буде пропущено тому, що людина захоплена певними справами і просто «вимикається». Та все ж увага людини залишається об'єктом шаленої конкурентної боротьби. Оскільки конкурентів надто багато і людині не завжди легко захистити­ся від натиску тих, хто «палює» на її увагу, їй доводиться ставитися до інформації вибірково, навіть чинити опір. Мало хто в змозі пробити такий захист. Ще менша кількість «мисливців» здатна справити вплив на людину. Не дивно, що дехто з фахівців із питань комунікації нарік громадськість «упертою публікою».

##### Сила переконання

Одним із найістотніших елементів впливу на громадську думку, напевно, є принцип переконання. Переконати інших - це мета переважної більшості програм паблик рілейшнз. Теорія переконання має велику кількість пояснень та інтерпретацій. У своїй основі переконання зводиться до того, щоб за допомогою поради, логічного доказу або просто «викручування рук» спонукати іншу особу щось зробити.

Написано багато книг про надзвичайну силу паблик рілейшнз як засобу переконання. Одні автори, дослідники питань комунікації, поділяють думку багатьох практиків з паблик рілейшнз про те, що, наприклад, матеріал, який поширюється національними телемережами або друкується на першій сторінці центральної газети, має величезну силу переконання. Інші вчені доводять, що засоби інформації обмежено впливають на переконання людей. Засоби інформації швидше посилюють існуючі установки, ніж привертають до нових ідей. Однак усі погоджуються з тим, що силу переконливості послання можна збільшити, якщо воно зачіпає або ставить питання, яке викликає у людей особистий інтерес. Іншими словами, індивід, котрий чимось заінтересований і принципово погоджується з позицією комунікатора, схильний до того, щоб бути переконаним посланням, яке поділяє цю думку.

Згідно з теорією переконання Майкла Рея (теорія ієрархії ефектів) існують принаймні три основоположні закономірності взаємодії знання, установки та поведінки, що мають відношення до переконання:

1. Коли особисте включення залишається низьким і коли не існує істотної різниці між альтернативами поведінки, зміна рівня поінформованості здатна безпосередньо впливати на зміни у поведінці.

2. У тому випадку, коли особисте включення є високим, але альтернативи поведінки залишаються невиразними, зміна в поведінці якнайшвидше викличе зміну установки.

3. Якщо особиста включеність залишається високою та існує чітка різниця між альтернативами, люди діятимуть раціональніше. По-перше, вони розуміються на проблемі. По-друге, оцінюють альтернативи. Тобто вони діють відповідно до своїх установок і знань.

Відносно цих ускладнених положень щодо переконання можна додати простий, але не менш глибокий за змістом вислів: «Один із найкращих шляхів переконати інших - вислуховувати їх». Проте як би не трактували сутність переконання, безперечним є одне - мета більшості програм фактично зводиться до того, щоб спонукати громадськість здійснити бажану акцію.

**2.3 Вплив на громадську думку**

Кажуть, що значно простіше дослідити стан громадської думки, ніж впливати на неї. Однак розумно складені та вміло реалізовані програми паблик рілейшнз здатні кристалізувати установки, посили­ти вірування і певним чином змінити громадську думку. При цьому потрібно дотримуватися наступного:

* перш ніж спробувати змінити громадську думку, її потрібно ідентифікувати й зрозуміти;
* мають бути чітко визначені цільові групи громадськості;
* фахівці сфери зв'язків із громадськістю мають тримати в центрі уваги «закони» формування громадської думки, якими б аморфними ці закони не були.

Один із відомих американських фахівців із паблік рілейшнз соціальний психолог Хадлі Кентріл сформулював такі п'ятнадцять «законів громадської думки»:

1. Громадська думка надзвичайно чутлива до значних подій.

2. Незвичайні за своєю притягальною силою події здатні на певний час підштовхнути громадську думку від однієї крайності до іншої. Громадська думка не стабілізується доти, доки значення наслідків подій не стане зрозумілим.

3. Громадська думка, як правило, швидше формується під впливом подій, ніж слів - принаймні доти, доки усні заяви не набудуть значення “Події”.

4. Усні заяви та словесні формулювання щодо курсу політики набувають максимального значення тоді, коли думка ще не сформувалася і люди чекають на їх певну інтерпретацію з боку джерела, що заслуговує довіри.

5. Громадська думка здебільшого не передбачає критичних ситуацій - вона лише реагує на них.

6. Із психологічної точки зору, громадська думка в основному детермінована корисливими інтересами людей. Події, слова або будь-які інші стимули впливають на думку лише остільки, оскільки очевидним є їх зв'язок із корисливим інтересом.

7. Громадська думка не перебуватиме тривалий час у збудженому стані доти, доки люди не відчують, що зачіпаються їхні власні інтереси, або доки думка, збуджена словами, не дістане підтвердження розвитком подій.

8. Оскільки зачіпаються корисливі інтереси людей, громадську думку дуже нелегко змінити.

9. Коли зачіпаються корисливі інтереси, у демократичному суспільстві ймовірно очікувати з боку громадської думки випередження практичних дій офіційних органів.

10. Коли думка поділяється незначною більшістю людей або коли думка ще істотно не структурована, доконаний факт може змінити громадську думку на користь його схвалення.

11. У критичних ситуаціях люди стають прискіпливішими при оцінці компетентності свого керівництва: якщо вони йому довіряють, то готові надати йому більші, ніж звичайно, повноваження; якщо вони відмовляють йому в довірі, то стають менш толерантними.

12. Люди менше чинять опір рішучим заходам, до яких вдаються керівники, якщо вони відчувають, що певною мірою беруть участь у прийнятті рішень.

13. Люди мають набагато більше думок і з більшою готовністю їх висловлюють із приводу цілей, що висуваються, ніж методів, необхідних для досягнення цих цілей.

14. Громадська думка, як і особиста думка, має емоційне забарвлення. Якщо громадська думка ґрунтується головним чином на емоціях, то вона готова до особливо різких змін під впливом подій.

15. Взагалі, якщо люди демократичного суспільства мають можливість дістати знання й користуються широким доступом до інформації, громадська думка має тверезий, здоровий глузд.

**2.4 Роль громадської думки в соціально-політичному житті суспільства**

Яка ж реальна сила, влада суспільної думки в політичних процесах, що відбуваються в суспільстві? Тут можна виділити два аспекти проблеми: «довіра» в рамках тієї або іншої соціально-політичної системи до суспільної думки як політичної сили і реальне місце, яке відводиться їй в рамках тієї або іншої політичної системи.

Очевидно, що роль громадської думки в системі політичних відносин визначається в першу чергу характером влади, політичного режиму. Якщо тоталітаризм прагне швидкого придушення або контролю над громадською думкою, то демократичне правління шукає в ньому підтримку. Зрозуміло, що, наприклад, вибори, що проводяться в умовах тоталітарних режимів (в колишньому СРСР або на Кубі) насправді - не більше ніж фікція. В демократичних же країнах громадська думка володіє величезною реальною силою. Причому, і тут є "градації". Так, в США прийнято вважати, що окрім трьох офіціальних гілок влади (законодавча, виконавча, судова), існують ще дві: влада масової інформації і влада громадської думки.

Громадська думка - явище історичне. По мірі розвитку цивілізації, людського суспільства змінюються соціальні, економічні, політичні, ідеологічні умови його функціонування, ускладнюються його функції, міняється роль і статус в житті суспільства. Тому, з урахуванням загальної значущості громадської думки одночасно змінювалися погляди вчених на її функції безпосередньо в управлінні справами суспільства, політичному процесі.

У результаті сформувалися дві різні точки зору на дану проблему.

Так, якщо софісти в Стародавній Греції були налаштовані демократично, віддавали "на відкуп" громадській думці рішення багатьох питань з погляду справедливості тих, або інших підходів до управління суспільством, то школа Сократа протиставляла народному самоврядуванню аристократичне правління мудрих і знаючих (думка мудрих є більш істинною, ніж думка більшості). Аристотель намагався "примирити" ці дві точки зору, знайти якийсь середній шлях. Він, зокрема, писав, що з одного боку, допускати пересічних громадян до заняття вищих посад небезпечно, оскільки вони можуть поступати і несправедливо, і помилково; з іншою - небезпечно і усувати їх від участі у владі, оскільки коли в державі багато громадян, позбавлених політичних прав, вона неминуче буває сповнена безліччю вороже набудованих людей. У зв'язку з цим, Аристотель пропонував надати вільним рядовим громадянам право участі в дорадчій і судовій владах.

Цікава позиція по відношенню до громадської думки Г.Гегеля. В громадській думці, вважав він, міститься все помилкове і істинне і знайти в ньому істинне - справа великої особи. Іншими словами, громадська думка дійсно багатоманітна, вона містить всі елементи і спектри думок величезних мас людей. Тому і використовувати її в управлінні потрібно відповідно. Так, Гегель вважав що великі особи, політичні і інші лідери повинні уміти як поважати громадську думку, прислухатися до нього, так і уміти зневажати її, якщо в ній висловлюються помилкові посилки, думки.

Підсумовуючи сказане, зробимо висновок: сьогодні, після століть, фактично існують ті ж дві точки зору на роль і можливості використовування громадської думки в управлінні. Визнаючи в цілому значущість громадської думки більшість вчених вважає, що вона може і повинна активно використовуватися в управлінні демократичним суспільством. В той же час ряд вчених як і раніше скептично відноситься до можливостей використовування громадської думки в соціальному управлінні.

Пригадаємо, як повівся наш народ, як він висловив свою громадську думку - 17 березня 1991 року, він на референдумі віддав більшість голосів за збереження Радянського Союзу, а вже 1 грудня 1991 року 90% голосів висловився за незалежність України. Звичайно, тут роль грали і, так звані, політичний і адміністративний ресурси, і "специфіка" постановки питань в бюлетенях. Але ж кожному було зрозуміло, за що він голосує. Таким чином, проблема ця протягом століть і тисячоліть зважилася тільки в тому плані, що "на суд" громадської думки можна і потрібно віддавати лише певні соціальні і політичні проблеми, ті, які воно може зрозуміти, усвідомити і підказати по них рішення. Звичайно, в першу чергу це залежить від рівня компетентності громадської думки. Але не тільки: адже незалежно від «якості» громадської думки, в рамках одних політичних систем воно може враховуватися, в рамках інших - практично ніколи. Це вже залежить від організації політичної системи в суспільстві. Та обставина, що в США громадську думку широко враховують при ухваленні політичних рішень, є очевидною. Що стосується, наприклад, Швейцарії, то там постійно проводяться референдуми навіть щодо таких місцевих проблем, як необхідність будівництва дороги або відкриття нової школи. Є, однак, країни, де громадська думка враховується не так інтенсивно.

Вся справа тут в розвинутій демократії в плані наявності (або відсутності) в тій або іншій країні сформованого в процесі історичного розвитку цивільного суспільства. Тільки в умовах цивільного суспільства існує істинний суб'єкт громадської думки [3, с.147-150].

**Висновок**

Отже, роблячи висновок і підсумовуючи усе, про що говорилося в цій роботі, можна сказати, що громадська думка - це спосіб прояву суспільної свідомості, вираженої в думках, рекомендаціях, вимогах. Громадська думка, як правило, є усвідомленням населенням соціально-економічних проблем життя які необхідно вирішувати. Іноді вона виникає в результаті вислову думок і думок по найгостріших соціальних або економічних проблемах. Вона може підтримувати або засуджувати соціально-економічні заходи, що проводяться. Громадська думка може формуватися на основі життєвого досвіду, але може складатися під цілеспрямованою дією на населення різних організацій, установ, політичних партій. Значення громадської думки визначається соціальною структурою держави, рівнем розвитку економіки, політичної і загальної культури населення. Громадська думка є ефективним інструментом проведення соціальної політики. При формуванні громадської думки необхідно враховувати інтереси як суспільства в цілому, так і інтереси окремих класів, соціальних, демографічних груп, трудових колективів і окремих осіб. Громадська думка частіше всього - продукт колективної свідомості, проте не кожна колективна думка буває суспільною. Думка групи людей, що виявилися випадково разом, не може претендувати на громадську думку. Її вивчення виступає, мабуть, однієї з найважливіших і складних задач соціальної статистики. Тут основне - виділення актуальних проблем, що мають важливе значення в житті народу або окремих соціальних груп. Громадська думка часто служить базою для вироблення рішення крупних соціальних або народногосподарських проблем, проблем управління. Вона досліджується не тільки статистичними методами, проте їх значення достатньо велике.

В процесі формування громадської думки виділяються визначені взаємозв'язки між його носіями. Інтереси суспільства в цілому можуть не співпадати з інтересами окремих соціальних груп і навіть верств населення. Тому у окремих осіб, колективів, груп населення не завжди формується правильна громадська думка, тобто яка відображала б думку більшості соціальних груп населення. Процес формування громадської думки багатовимірний Він заснований на специфічних інтересах і на відмінностях в знаннях, культурі, інформованості людей. Формування здійснюється шляхом обміну думками в ході бесід, консультативних зустрічей, дискусій, суперечок.

Однією з найважливіших умов аналізу формування громадської думки є вивчення документів. Такими документами можуть бути письмові джерела, фільми, фотознімки, телепередачі, періодичний друк, листи громадян. Аналіз документів дозволяє уточнювати і формувати громадську думку трудових колективів, соціальних груп або думка окремих осіб. Думка трудових колективів висловлюється в ході проведення загальних зборів, нарад, обговорень. Це відноситься, як правило, до таких питань, як характер і організація праці, побутові умови, відношення до проведень господарських, соціальних і культурних заходів, що зачіпають або пов'язані прямо або побічно з інтересами колективу.

Джерело інформації щодо громадської думки - листи працівників до керівних державних органів, а також до органів масової інформації: газети, журнали, радіо, телебачення. Інформація, укладена в листах, у тому числі анонімних частіше за все відображає гострі соціальні проблеми, що мають відношення не тільки до окремих громадян, але і до колективів. При вивченні громадської думки за документами важливе значення надається якісному аналізу інформації оскільки більшість документів має інше призначення, а думка, відображена в листах підлеглих, дуже часто буває суб'єктивною. Тому при роботі з масовими джерелами необхідне їх зіставлення з іншими документами.

Соціальна статистика в своїх показниках відображає інтенсивність обговорення, розповсюдження по території, кількість населення і колективів що взяли участь в обговоренні, число радіо- і телепередач, число випусків кінохроніки, статі в періодичному друці.

Показники громадської думки відрізняються тим, що їх не можна отримати за даними поточної державної статистичної звітності. Їх збирають на основі спеціально організованих опитувань або на основі аналізу документів. Вони відображають громадську думку на різних ієрархічних рівнях: загальнонародному, регіональному, на рівні соціальної групи, трудового колективу, інтересів і професій.

Проте на кожному ієрархічному рівні можна виділити показники, що характеризують думку населення щодо різних сторін суспільного життя, про відношення населення до соціально-політичних заходів, що проводяться. Це політична і соціальна активність, відношення до праці і трудова активність, побут і побутове обслуговування, організація охорони здоров'я і спорту, здоров'я населення, народна освіта і обслуговування населення науковими установами, культурний рівень і робота культурно-освітніх установ, відношення до науки, мистецтва, кіно, телебачення, спорту, сімейні і особові відносини, комунікабельність в трудових колективах.

Електоральна установка — це сформоване на основі попереднього соціально-політичного досвіду і певної інформації про суб'єктів виборчого процесу ставлення виборців до участі у ви­борах та об'єктів вибору, що виявляється в певних емоційних оцінках партій чи кандидатів та готовності віддати за них голос.

Електоральна поведінка — це зумовлена певними установками та умовами діяльність громадян, спрямована на реалізацію виборчих прав (включаючи і право не брати участі у виборах)” [7, с.188-189].

Моя власна думка полягає у тому, що існує багато різних суперечливих поглядів, але громадська думка як феномен масової свідомості виникла, формувалася і розвивалася разом з розвитком суспільства. Вона була і є віддзеркаленням того, що відбувалося у суспільстві, його проявів, нововведень і взагалі розвитку суспільства. Вона є невід’ємною часткою всього цивілізованого населення, її значення важко переоцінити і ще багато вчених, студентів і дослідників будуть повертатися до феномену громадської думки.

**Використана література:**

1.Вишняк О.І. “Електоральна соціологія: історія, теорії, методи.”- НАН України. Інститут соціології, К., 2000, (с.9-25).

2.Королько “Основи Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. доп.”. –К., Видавничий дім “Скарби”, 2001.-400с.(С.120-156).

3. Полторак В.А. «Социология общественного мнения».- Киев-Днепропетровск, 2000.

4”Социс”, №4, 2002.

5. “Соціологія: теорія, методи, маркетинг”, 2004.

6. Грушин Б.А. «Мнение о мире и мир мнений»- М., 1967(с.17-21).

7. “Спеціальні та галузеві соціології.”/За ред. В.Є.Пилипенка.-К.: Каравела, 2003(с.188-189).

9.Королько “Основи Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. доп.”. –К., Видавничий дім “Скарби”, 2001.-400с.

10. “Соціологія: короткий енциклопедичний словник”. Під заг. ред. Воловича В.І..- К.: Укр. Центр духовн. культури, 1998.-736с.

11. Федотова Л.Н. «К истории исследований общественного мнения//социологические исследования”.-1980.-№4.-с.161.

12. “Громадська думка: теоретичні та методичні проблеми дослідження”./За заг. ред. Оссовського; НАН України, Інститут соціології.- К.: Стилос, 2001, 167с.

13. Шампань П. «Делать мнение: новая политическая игра».- М., 1967

14. „Соціологія”: Навчальний посібник. – К.: Либідь, 2005.(с.294)