Содержание

Введение

I. Общественное мнение как социальный феномен. Функции общественного мнения

1.1 Определение общественного мнения

1.2 Социальная установка

1.3 Социальное и общественное настроения

II. Методы изучения общественного мнения

2.1 Прямое наблюдение

2.2 Документальные источники

2.3 Оценка метода документального анализа.

2.4 Опросы

III. Общественное мнение в России: перспективы становления в качестве института гражданского общества

Заключение

Список литературы

## Введение

Значение общественного мнения в жизни любого общества является чрезвычайно важным. Общественное мнение - это некий общественный позитив, регулирующий отношения между людьми, формулирующий общественные представления о должном и недолжном. Прототипом понятия общественного мнения считается понятие здравого смысла. Происхождение идеи общественного мнения связывается с необходимостью осмысления публичной, или общественной, сферы и ее функций. [[1]](#footnote-1) Общественное мнение может быть как высоким, так и низким, ограничивающим человека как в его злых, так и в его добрых проявлениях. Общественное мнение как элемент культуры налагает на общество определённые ограничения, нормирует общественную жизнь. Ещё Платон подчёркивал важность общественного мнения как единственного общественного регулятора морального поведения человека, а в качестве критерия указывал стыд общественного порицания за аморальный поступок. Действительно, если правовые отношения в обществе регулирует закон, то моральные отношения могут регулировать только неписаные законы общественного мнения. Поэтому в обществах, где общественное мнение не регулирует мораль, разнузданность, бесстыдство и чувство безнаказанности достигают огромных размеров.

Важнейшим инструментом формирования общественного мнения, считаются средства массовой информации (СМИ) - печать, радио и телевидение.

Общественное мнение может формироваться как стихийно, так и целенаправленно. Однако в поле зрения общественного мнения как правило попадают лишь те проблемы и факты, которые вызывают общественный интерес, затрагивают интересы и потребности сейчас живущих людей.

Все это говорит о том, что эта тема актуальна и значима. В данной работе рассматривается вопрос что такое общественное мнение, что влияет на общественное мнение, общественное настроение

Цель работы - рассмотрение приемов и методов изучения общественного мнения.

Задачи работы рассмотреть следующие вопросы:

Общественное мнение как социальный феномен. Функции общественного мнения

Современное состояние, ресурсы и некоторые аспекты механизмов массового влияния

Рассмотреть методы изучения общественного мнения.

## I. Общественное мнение как социальный феномен. Функции общественного мнения

## 1.1 Определение общественного мнения

Общественное мнение - специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках (как в устной, так и в письменной форме) и характеризующее явное (или скрытое) отношение больших социальных групп (в первую очередь большинства народа) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес.

Дело в том, что общественное мнение существует не в любом обществе, так как оно не есть просто сумма тех частных мнений, которыми люди обмениваются в узком, частном кругу семьи или друзей.

Ядром работы PR работы является воздействие на состояние общественного мнения. Большинство акций PR проводятся с целями:

1) убедить людей изменить свое мнение по какому-либо вопросу, продукту или организации,

2) сформировать общественное мнение, когда его нет,

3) усилить уже существующее мнение общественности.

Общественность - это группа людей, во-первых, оказавшихся в аналогичной неразрешенной ситуации, во-вторых, сознающих неопределенность и проблематичность ситуации, и, в-третьих, реагирующих определенным образом на создавшуюся ситуацию*[[2]](#footnote-2).*

Общественное мнение - это такое состояние общественного сознания, которое выражается публично и оказывает влияние на функционирование общества и его политической системы. Именно возможность гласного, публичного высказывания населения по злободневным проблемам общественной жизни и влияние этой высказанной в слух позиции на развитие общественно-политических отношений отражает суть общественного мнения как особого социального института.

Общественное мнение - это совокупность многих индивидуальных мнений по конкретному вопросу, затрагивающему группу людей. Общественное мнение - это консенсус*.*

Сформированное отношение человека к чему-либо проявляется в форме мнения.

Отношение можно рассматривать как оценку человеком какой-либо конкретной проблемы или вопроса. Отношение определяется рядом факторов:

1) личные - физические и эмоциональные компонента индивидуума, включая возраст, общественный статус, физическое состояние

2) культурные - жизненный стиль конкретной страны (Россия, США или Япония) или географического района (городского или периферийного). Политические кандидаты национального масштаба обычно апеллируют к культурным характеристикам конкретных регионов страны.

3) образовательные - уровень и качество образования человека. Апеллирование, обращение к современной образованной аудитории требует все более сложных коммуникаций.

4) семейные - учитывающие происхождение людей. Дети часто приобретают мировоззренческие особенности родителей еще в раннем возрасте и сохраняют их в дальнейшем.

5) социальный класс - позиция в обществе. Изменение социального статуса людей влечет изменение их отношений. Так, студенты учебных заведений могут изменить свое отношение к общественным явлениям после вхождения на рынок труда и начала профессиональной деятельности.

6) этническая принадлежность как стиль жизни[[3]](#footnote-3).

Научная традиция, связывающая существование в обществе института общественного мнения со свободой в общественной жизни, идет еще от Гегеля, который, в частности, писал в "Философии права": "Формальная субъективная свобода, состоящая в том, что единичные лица как таковые имеют и выражают свое собственное мнение, суждение о всеобщих делах и подают совет относительно них, проявляется в той совместности, которая называется общественным мнением"[[4]](#footnote-4). Подобная свобода возникает лишь в обществе, в котором существует не зависящая от государства сфера частных (индивидуальных и групповых) интересов, т.е. сфера отношений, составляющих гражданское общество.

Общественное мнение в его современном значении и понимании появилось с развитием буржуазного строя и формированием гражданского общества как сферы жизни, независимой от политической власти. В средние века принадлежность человека к тому или иному сословию имела непосредственное политическое значение и жестко определяла его социальную позицию. С зарождением буржуазного общества на смену сословиям пришли открытые классы, состоящие из формально свободных и независимых индивидов. Наличие таких свободных, независимых от государства индивидов, индивидов-собственников (пусть даже это собственность только на свою рабочую силу) - необходимая предпосылка формирования гражданского общества и общественного мнения как его особого института.

В условиях тоталитарного режима, где все социальные отношения жестко политизированы, где нет гражданского общества и частного индивида как субъекта независимого, т.е. не совпадающего со стереотипами господствующей идеологии, гласно выражаемого мнения, там нет и не может быть общественного мнения. В этом смысле наше общественное мнение - это дитя эпохи гласности, имеющее очень небольшой по историческим меркам опыт существования. За годы перестройки наше общество очень быстро прошло путь от приказного единомыслия через так называемые гласность и плюрализм мнений к реальному политическому плюрализму и свободе слова. За этот период сформировалось и независимое в своих оценках и суждениях общественное мнение.

Работа организаций, - как крупных, так и небольших в области общественного мнения должна учитывать следующие его особенности:

1) общественное мнение меняется - недостаточно его однократно сформировать - с ним надо работать постоянно,

2) потенциальная направленность поведения общественности определяется реальностями действительности,

3) не существует единой и унифицированной широкой общественности в работе с ней - влияние на общественное мнение должно ориентироваться на конкретные группы, или сегменты общественности,

4) общественное мнение обычно меняется в большей степени событиями, чем словами,

5) мнение общественности определяется её интересами.

Работа организаций с общественным мнением на пороге XXI века становится все более профессиональной. Знание эволюционного пути становления ПР как области знаний и сферы деятельности даёт специалисту ориентиры в решении сегодняшних проблем.

## 1.2 Социальная установка

Говоря об общественном мнении, о настроении больших социальных групп, нельзя не сказать о таком явлении, как социальная установка.

Начало исследования социальных установок было положено работой У. Томаса и Ф. Знанецкого об адаптации польских крестьян-эмигрантов в США в 1918 г. Были выявлены две зависимости, описывающие процесс адаптации: зависимость индивида от социальной организации и зависимость социальной организации от индивида. Для объяснения значимости социальной организации для индивида было предложено понятие социальная ценность, а для объяснения психологического состояния индивида по отношению к группе - социальная установка.

Было осуществлено много попыток измерения социальной установки как латентного отношения к социальным ситуациям и объектам, характеризующегося модальностью и вербализирующегося. С этой целью в социальной установке выделяются функции и структура.

К деятельности личность побуждают потребности и мотивы. Социальная установка объясняет почему люди в определенных ситуациях поступают тем или иным образом, почему они выбирают конкретный мотив. Это понятие объясняет особое состояние личности, предшествующее ее реальному поведению.

Социальная установка возникает в результате активного освоения личностью всей системы социальных связей. В отличие от кратковременных эмоциональных реакций, социальная установка достаточно долго сохраняется. Понятие социальной установки широко используется при изучении общественного сознания и политического поведения избирателей в ходе выборов (выяснение устойчивости социальных установок избирателей, механизмов влияния средств массовой информации на изменение социальных установок избирателей).

Что же представляет собой социальная установка?

В современной социальной психологии есть два определения этого явления:

устойчивая предрасположенность, готовность индивида или группы к действию, ориентированному на социально значимый объект;

психологическое переживание индивидом ценности, значения социального объекта, организованное на основе предшествующего опыта, оказывающее направляющее влияние на поведение[[5]](#footnote-5).

Опросы общественного мнения представляют собой распространенные исследования социальных установок массового сознания. У социальной установки, в аспекте удовлетворения потребностей человека, есть четыре функции:

приспособительная (адаптивная) - направление деятельности на объект, удовлетворяющий потребности индивида;

знания - дает упрощенные указания относительно способа поведения по отношению к какому-либо объекту,

выражения (саморегуляции) - как средство освобождения индивида от внутреннего напряжения, выражения себя как личности;

защиты - способствует разрешению внутренних конфликтов личности.

Говоря о социальной установке, важно отметить, что у индивида может существовать одновременно иерархия социальных установок. Кроме того, в конкретной ситуации может происходить конфликт между социальной установки на объект и социальной установки на ситуацию, а также в зависимости от ситуации может проявляться (доминировать) когнитивный или же аффективный компоненты структуры социальной установки.

Изменение социальной установки может происходить под влиянием убеждения, массовой пропаганды, членства в новой социальной группе или же благодаря более глубокому знакомству с объектом установки. Существует две теоретических моделей, объясняющие изменение социальной установки[[6]](#footnote-6).

Бихевиористская: основана на принципе научения. Предполагается, что социальные установки индивида изменяются в зависимости от того, каким образом организуется подкрепление какой-либо социальной установки. Изменение социальной установки зависит от системы вознаграждений и наказаний.

Когнитивистская (теория соответствия*).* Социальная установка изменяется, когда в когнитивной структуре индивида возникает несоответствие. Стимулом для изменения социальной установки является потребность в восстановлении упорядоченного восприятия внешнего мира.

## 

## 1.3 Социальное и общественное настроения

Но не стоит забывать, что важнейшей, если не определяющей характеристикой реально функционирующего сознания, его доминантой является феномен социального настроения. Принципиально важно подчеркнуть, что оно одновременно является и реальной формой поведения, вернее. вероятностной формой выражения общественного сознания в процессе превращения его в общественную силу. Говоря о феномене социального настроения, необходимо отметить ряд его сущностных черт[[7]](#footnote-7).

Во-первых, социальное настроение носит результирующий характер, вбирающий в себя одновременно влияние как объективных условий, так и субъективных факторов, образующих некий сплав эмоций, чувств, умонастроений, ценностных ориентации и установок, который не является их механической суммой или неким условным объединением: это принципиально новое качество общественного сознания, по которому можно говорить о нем с большей долей достоверности и определенности.

Во-вторых, социальное настроение более определенно и более наглядно и специфически "отражает" предшествующий опыт, "переваривает" его, сопоставляя прошлое, и особенно уже происшедшее в общественной и личной жизни, делая выводы и получая уроки на будущее.

В-третьих, социальное настроение - это "неотложенное", актуализированное реальное сознание, которое управляет жизнью человека именно в данный момент времени. Несмотря на то, что настроение может иметь волнообразный характер выражения и в нем на первый; план могут выходить те или иные проблемы, оно обладает в целом большей долговременностью своего действия, чем общественное мнение, носящее часто быстро преходящий характер.

В-четвертых, социальное настроение - это тот элемент реально функционирующего, сознания, который означает практическую готовность к действию и является непосредственным предшественником и даже компонентом поведения. Если при изучении общественного сознания мы постоянно убеждаемся, что далеко не все его реальные элементы - информированность, знания, суждения, мнения - приобретают характер активного начала, то социальное настроение - именно тот предшественник (а иногда участник) поведения человека, по которому непосредственно можно судить о реальных действительных намерениях людей, их отношении к окружающему миру и процессам, происходящим в нем.

И наконец, социальное настроение - это еще и фон, который "окрашивает" жизнь людей, показывает с высокой степенью вероятности направленность их поведения и помогает спрогнозировать возможность усиления позитивных и ослабление негативных аспектов общественного сознания.

Но кроме понятия "*социального настроения"* существует и понятие*"общественного настроения*"[[8]](#footnote-8). Принципиальных различий между этими двумя понятиями нет, но *общественное настроение* - более широкое понятие, характеризующее отношение людей к экономическому, политическому, социальному состоянию общества в определенный период времени. Общественное настроение объединяет и побуждает к действию определенные группы, слои населения и даже народы.

Первое отличие общественного настроения от социального настроения состоит в том, что социальное настроение в настоящее время в значительной степени находится под воздействием общественно-политических процессов, и именно в политическом аспекте глубже затрагивает социальные проблемы жизни общества. Оно может проявляться через отдельные проблемы, даже детали этих проблем. Скажем, для человека не важно, каковы сегодня российско-американские политические отношения, но для него важно - что он конкретно будет чувствовать, если они улучшатся или ухудшатся. На его социальное настроение вряд ли сможет положительно повлиять информация о том, что в каком-то регионе полностью решена жилищная проблема, если он не имеет своей квартиры. Иными словами, на социальное настроение влияет не только вся масса проблем, неразрешенных вопросов, но и отдельные их проявления. Это второе отличие общественного настроения от социального настроения. И, наконец, третье отличие общественного настроения от социального состоит в том, что общественное настроение - это массовое явление, способное быть движущей силой всего общественного развития, тогда как социальное настроение большей частью - лишь отражение доминант общественного сознания и социальной практики людей, социальных групп и социальной организации общества[[9]](#footnote-9).

## II. Методы изучения общественного мнения

Существует три основных класса методов сбора социологической информации:

1) Прямое наблюдение

2) Анализ документов

3) Опросы, которые делятся на два подкласса:

а) интервью

б) анкетный опрос

## 2.1 Прямое наблюдение

Под наблюдением в социологии подразумевается прямая регистрация событий очевидцем.

Наблюдение может носить различный характер. Иногда социолог самостоятельно наблюдает происходящие события. Иногда он может пользоваться данными наблюдений других лиц.

Наблюдение бывает простым и научным. Простое - это то, которое не подчинено плану и ведется без определенно разработанной системы. Научное наблюдение отличается тем, что:

а) Оно подчинено ясной исследовательской цели и четко сформулированным задачам.

б) Научное наблюдение планируется по заранее обдуманной процедуре.

в) Все данные наблюдения фиксируются в протоколах или дневниках по определенной системе.

г) Информация, полученная путем научного наблюдения, должна поддаваться контролю на обоснованность и устойчивость.

Наблюдение классифицируется:

1) По степени формализованности выделяют неконтролируемое (или нестандартизованное, бесструктурное) и контролируемое (стандартизованное, структурное). В неконтролируемом наблюдении пользуются лишь принципиальным планом, а при контролируемом - регистрируют события по детально разработанной процедуре.

2) В зависимости от положения наблюдателя различают соучаствующее (или включенное) и простое (невключенное) наблюдения. Во время включенного наблюдения исследователь имитирует вхождение в социальную среду, адаптируется в ней и анализирует события как бы “изнутри". В невключенном (простом) наблюдении исследователь наблюдает “со стороны", не вмешиваясь в события.

В обоих случаях наблюдение может производиться открыто или инкогнито.

Одна из модификаций включенного наблюдения носит название стимулирующего наблюдения. Этот способ подразумевает воздействие исследователя на события которые он наблюдает. Социолог создает определенную ситуацию, для того чтобы стимулировать события, что дает возможность оценить реакцию на это вмешательство.

3) По условиям организации наблюдения делятся на полевые (наблюдения в естественных условиях) и на лабораторные (в экспериментальной ситуации).

Процедура любого наблюдения складывается из ответа на вопросы: “Что наблюдать? ”, “Как наблюдать? ” и “Как вести записи? ”. Постараемся найти на них ответы.

На первый вопрос отвечает программа исследования, в частности состояние гипотез, эмпирические индикаторы выделенных понятий, стратегия исследования в целом.

При отсутствии четких гипотез, когда исследование проводится по примерному плану, применяют простое или бесструктурное наблюдение. Цель такого предварительного наблюдения заключается в том, чтобы придумать гипотезы для более строгого описания наблюдаемого объекта. При этом используется следующее:

1) Общая характеристика социальной ситуации, включающая такие элементы, как: сфера деятельности (производственная, непроизводственная, уточнение ее особенностей и т.д.); правила и нормы, регулирующие состояние объекта в целом (формальные и общепринятые, но не закрепленные в инструкциях или распоряжениях); степень саморегуляции объекта наблюдения (в какой мере его состояние определяется внешними факторами и внутренними причинами).

2) Попытка определить типичность наблюдаемого объекта в данной ситуации, относительно других объектов и ситуаций; экологическая Среда, область жизнедеятельности, общественная, экономическая и политическая атмосфера, состояние общественного сознания на данный момент.

3) Субъекты или участники социальных событий. В зависимости от общей задачи наблюдения их можно классифицировать:

по демографическим и социальным признакам;

по содержанию деятельности (характер труда, сфера занятий, сфера досуга);

относительно статуса в коллективе или группе (руководитель коллектива, подчиненный, администратор, общественный деятель, член коллектива);

по официальным функциям в совместной деятельности на изучаемом объекте (обязанности, права, реальные возможности их осуществления; правила, которым они следуют строго и которыми пренебрегают);

по неофициальным отношениям и функциям (дружба, связи, неформальное лидерство, авторитет).

4) Цель деятельности и социальные интересы субъектов и групп: общие и групповые цели и интересы; официальные и неформальные; одобряемые и не одобряемые в данной среде; согласованность интересов и целей.

5) Структура деятельности со стороны: внешних побуждений (стимулы), внутренних осознанных намерений (мотивы), средств, привлекаемых для достижения целей (по содержанию средств и по моральной их оценке), по интенсивности деятельности (продуктивная, репродуктивная; напряженная, спокойная) и по ее практическим результатам (материальные и духовные продукты).

6) Регулярность и частота наблюдаемых событий: по ряду указанных выше параметров и по типичным ситуациям, которые ими описываются.

Наблюдение по такому плану позволяет более хорошо разобраться в объекте наблюдения.

По собранным предварительным данным задачи наблюдения уточняются. Некоторые стороны наблюдаемых событий изучаются более детально, другие вовсе опускаются.

Таким образом, после предварительного, наблюдение переходит в стадию более формализованного поиска.

Составлению жесткой процедуры контролируемого наблюдения предшествует детальный анализ проблемы на основе теории и данных неконтролируемого наблюдения. Теперь отдельные явления, события, формы поведения людей должны быть интерпретированы в понятиях логики исследования, они приобретают смысл индикаторов каких-то более общих свойств или действий.

Наблюдение большой аудитории собрания производится несколькими лицами, которые придерживаются единой инструкции по подготовке протокола регистрации данных наблюдения предшествует не только разработка общей концепции, но и неоднократные нестандартизованные наблюдения на разных объектах (в нашем случае - собраниях разных организаций и коллективов).

Следует ли наблюдателю вмешиваться в наблюдаемый процесс?

Преимущества наблюдений очевидны: они дают наиболее яркие, непосредственные впечатления о среде, помогают лучше понять поступки людей и действия социальных общностей. Но с этим же связаны основные недостатки такого способа. Исследователь может потерять способность объективно оценивать ситуацию, как бы внутренне переходя на позиции тех, кого он изучает, слишком “вживается” в свою роль соучастника событий. Имеются и нравственные проблемы включенного наблюдения: насколько вообще этично, маскируясь под рядового участника какой-то общности людей, в действительности исследовать их?

Пути повышения надежности данных при наблюдении.

Надежность (обоснованность и устойчивость данных повышается, если выполнять следующие правила:

а) Максимально дробно классифицировать элементы событий, подлежащих наблюдению, пользуясь четкими индикаторами. Их надежность проверяется в пробных наблюдениях, где несколько наблюдателей регистрируют по единой инструкции одни и те же события, происходящие на объекте, аналогичном тому, который будет изучаться.

б) Если основное наблюдение осуществляется несколькими лицами, они сопоставляют свои впечатления и согласовывают оценки, интерпретацию событий, используя единую технику ведения записей, тем самым повышается устойчивость данных наблюдения.

в) Один и тот же объект следует наблюдать в разных ситуациях (нормальных, и стрессовых, стандартных и необычных), что позволяет увидеть его с разных сторон.

г) Необходимо четко различать и регистрировать содержание, формы проявления наблюдаемых событий и их количественные характеристики (интенсивность, регулярность, периодичность, частоту).

д) Важно следить за тем, чтобы описание событий не смешивалось с их интерпретацией. Поэтому в протоколе следует иметь специальные графы для записи фактуальных данных и для их истолкования.

е) При включенном или невключенном наблюдении, выполняемом одним исследователем, особенно важно следить за обоснованность интерпретации данных, стремясь к тому, чтобы перепроверить свои впечатления с помощью различных возможных интерпретаций. Например, бурная реакция собрания на выступление может быть следствием одобрения, недовольства по поводу высказанного оратором, реакцией на его шутку или реплику из зала, на допущенную им ошибку или оговорку, на постороннее действие во время выступления... Во всех этих случаях делаются особые заметки, поясняющие протокольную запись.

ж) Полезно прибегнуть к независимому критерию для проверки обоснованности наблюдения. Данные наблюдений “со стороны" можно проконтролировать с помощью интервью с участниками событий; материалы включенного наблюдения желательно проверить невключенными по той же программе или по имеющимся документам.

Место наблюдения среди других методов сбора данных.

Основным недостатком этого метода является необъективность наблюдателя. Человек очень редко оценивает ситуацию абсолютно беспристрастно (ему свойственно делать выводы). Личностные особенности наблюдателя определенно сказываются на его впечатлениях.

Наблюдению не подлежат события прошлого, многие явления и процессы массового характера, вычленение небольшой части которых делает их изучение непредставительным.

Наблюдение используется в основном как дополнительный метод, который позволяет собрать материалы для начала работы или помогает проверить результаты других методов сбора информации.

## 2.2 Документальные источники

Документальной в социологии называют любую информацию, фиксированную в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, на фото - или кинопленке. В этом смысле понятие документации отличается от общеупотребительного: обычно мы называем документами официальные материалы.

По способу фиксирования информации различаются: рукописные и печатные документы; записи на магнитной ленте. С точки зрения целевого назначения выделяются материалы, которые были избраны самим исследователем.

Пример: Американский социолог У. Томас и польский Ф. Знанецкий исследовали по документам жизнь польских эмигрантов в Европе и Америке. Они попросили одного польского крестьянина написать автобиографию и получили от него 300 страниц рукописного текста.

Эти документы называют целевыми. Другие - не зависимые от социолога документы называют наличными. Обычно они и составляют документальную информацию в социологических исследованиях.

По степени персонификации документы подразделяются на личные и безличные.

Личные - документы индивидуального учета (библиотечные формуляры, анкеты и бланки, заверенные подписью), характеристики, выданные данному лицу, письма, дневники, заявления, мемуарные записи.

Безличные - статистические или событийные архивы, данные прессы, протоколы собраний.

В зависимости от статуса документы делятся на официальные и неофициальные.

Официальные - протоколы, правительственные материалы, постановления, заявления, коммюнике, стенограммы официальных заседаний, данные государственной и ведомственной статистики, архивы и т.д., отчетность.

Неофициальные - личные документы, а также составленные частными гражданами безличные документы (например, статистические обобщения, выполненные другим исследователем на основе собственных наблюдений).

Особая группа документов - средства массовой информации, газеты, журналы, радио, телевидение, кино.

По источнику информации документы делятся на первичные и вторичные. К первичным относится прямое наблюдение. Ко вторичным - обработка данных прямого наблюдения, обобщение или описание на основе первичных источников.

Еще можно классифицировать документы по содержанию: например, литературные данные, исторические и научные архивы, архивы социологических исследований.

Проблема достоверности документальной информации.

Не следует путать такие понятия как надежность, подлинность самого документа с достоверностью сообщающихся в нем сведений.

Достоверность в первую очередь зависит от источника доступного документа. Конечно, официальные, личные, документы из первых рук намного надежней, чем какие-либо другие.

## 2.3 Оценка метода документального анализа.

Документы нередко выступают в роли главного источника информации дополненной опросом или прямым наблюдением.

Социолог должен проявить недюжинную изобретательность в поисках подходящих документов, подчас весьма неожиданных.

Главные недостатки описанного метода состоят в проблемах получения достоверной информации из биографических материалов и в том, что при изучении человеческой деятельности в документах почти не отражается ее процесс, а лишь результаты.

Анализ документов - важный метод сбора информации при формулятивном плане исследования (для выдвижения гипотез и общей разведки темы) и на стадии работы по описательному плану. В экспериментальных исследованиях возникают значительные трудности перевода языка документов на язык гипотез, но, как показывает опыт, и эти затруднения можно преодолеть при умелом обращении с материалом.

Наконец, огромное и вполне самостоятельное значение имеют для социолога данные государственной статистики, многочисленные данные ЦСУ, которыми надо уметь пользоваться, а также знать, с какой регулярностью они собираются и публикуются.

## 2.4 Опросы

Опросы - незаменимый прием получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности, мнениях.

Опрос - почти универсальный метод. при соблюдении надлежащих предосторожностей позволяет получить не менее надежную информацию, чем при исследовании документов или наблюдении. Причем эта информация может быть о чем угодно. Даже о том что нельзя увидеть или прочитать.

Впервые официальные опросы появились в Англии в конце XVIII века, а в начале XIX века в США. Во Франции и Германии первые опросы были проведены в 1848 году, Бельгии - 1868-1869 гг. И далее начали активно распространятся.

Искусство использования этого метода состоит в том, чтобы знать, о чем спрашивать, как спрашивать, какие задавать вопросы и, наконец, как убедиться в том, что можно верить, полученным ответам.

Для исследователя надо в первую очередь уяснить, что в опросе участвует не “средний респондент", а живой, реальный человек одаренный сознанием и самосознанием, который воздействует на социолога так же как и социолог на него.

Респонденты не беспристрастные регистраторы своих знаний и мнений, а живые люди, которым не чужды какие-то симпатии, предпочтения, опасения и т.п. Поэтому, воспринимая вопросы, они на одни из них не могут ответить из-за недостатка знаний, на другие - не хотят отвечать или отвечают неискренне.

**Разновидности опросов.**

Существуют два больших класса опросных методов: интервью и анкетные опросы.

Интервью - проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом (опрашиваемом), причем запись ответов последнего ведется либо интервьюером (его ассистентом), либо механически (на пленку).

Имеется множество разновидностей интервью.

1) По содержанию беседы различают документальные интервью (изучение событий прошлого, уточнение фактов) и интервью мнений, цель которого - выявление оценок, взглядов, суждений; особо выделяются интервью со специалистами-экспертами, причем организация и структура интервью со специалистами существенно отличается от обычной системы опроса.

2) По технике проведения - делятся на свободные, нестандартизованные и формализованные (а также полустандартизованные) интервью.

Свободные - длительная беседа (несколько часов) без строгой детализации вопросов, но по общей программе (“путеводитель интервью”). Такие интервью уместны на стадии разведки в формулятивном плане исследования.

Стандартизованные интервью предполагают, как и формализованное наблюдение, детальную разработку всей процедуры, включая общий план беседы, последовательность и конструкцию вопросов, варианты возможных ответов.

3) В зависимости от особенностей процедуры интервью может быть интенсивным (“клиническим" т.е. глубоким, длящимся иногда часами) и фокусированным на выявление достаточно узкого круга реакций опрашиваемого. Цель клинического интервью - получить информацию о внутренних мотивах, побуждениях, склонностях опрашиваемого, а фокусированного - извлечь информацию о реакциях субъекта на заданное воздействие. С его помощью изучают, например, в какой мере человек реагирует на отдельные компоненты информации (из массовой печати, лекции и т.п.). Причем текст информации предварительно обрабатывают контент-анализом. В фокусированном интервью стремятся определить, какие именно смысловые единицы анализа текста оказываются в центре внимания опрошенных, какие - на периферии, и что вовсе не осталось в памяти.

4) Так называемые ненаправленные интервью носят “терапевтический” характер. Инициатива течения беседы принадлежит здесь самому респонденту, интервьюер лишь помогает ему “излить душу".

5) Наконец, по способу организации интервью делятся на групповые и индивидуальные. Первые применяются относительно редко, это планируемая беседа, в процессе которой исследователь стремиться вызвать дискуссию в группе. методика проведения читательских конференций напоминает данную процедуру. Телефонные интервью используются для быстрого зондажа мнений.

**Опрос по анкете.**

Этот метод предполагает жестко фиксированный порядок, содержание и форму вопросов, ясное указание способов ответа, причем они регистрируются опрашиваемым либо наедине с собой (заочный опрос), либо в присутствии анкетера (прямой опрос).

Анкетные опросы классифицируют прежде всего по содержанию и конструкции задаваемых вопросов. Различают открытые опросы, когда респонденты высказываются в свободной форме. В закрытом опросном листе все варианты ответов заранее предусмотрены. Полузакрытые анкеты комбинируют обе процедуры. Зондажный или экспресс - опрос применяется в обследованиях общественного мнения и содержит всего 3-4 пункта основной информации плюс несколько пунктов, связанных с демографическими и социальными характеристиками опрашиваемых. Такие анкеты напоминают листы всенародных референдумов. Опрос по почте отличают от анкетирования на месте: в первом случае ожидается возвращение опросного листа по заранее оплаченному почтовому отправлению, во втором - анкетер сам собирает заполненные листы. Групповое анкетирование отличается от индивидуального. В первом случае анкетируют сразу до 30-40 человек: анкетер собирает опрашиваемых, инструктирует их и оставляет для заполнения анкет, во втором - он обращается индивидуально к каждому респонденту. Организация “раздаточного" анкетирования, включая опросы по месту жительства, естественно, более трудоемка, чем, например, опросы через прессу, также широко используемые в нашей и зарубежной практике. Однако последние непредставительны в отношении многих групп населения, так что скорее могут быть отнесены к приемам изучения общественного мнения читателей данных изданий.

Наконец, при классификации анкет, используют также многочисленные критерии, связанные с темой опросов: событийные анкеты, анкеты на выяснение ценностных ориентаций, статистические анкеты (в переписях населения), хронометражи суточных бюджетов времени и т.д.

При проведении опросов не надо забывать, что с их помощью выявляются субъективные мнения и оценки, которые подвержены колебаниям, воздействиям условий опроса и других обстоятельств. Чтобы минимизировать искажение данных, связанное с этими факторами, любую разновидность опросных методов следует проводить в сжатые сроки. Нельзя растягивать опрос на долгое время, так как к концу опроса могут измениться внешние обстоятельства, а информация о его проведении будет передаваться опрашиваемыми друг другу с какими-либо комментариями, и эти суждения станут влиять на характер ответов тех, кто позже попадет в состав респондентов.

Независимо от того, прибегаем ли мы к интервью или анкетному опросу, большинство проблем, связанных с надежностью информации, оказываются для них общими.

## III. Общественное мнение в России: перспективы становления в качестве института гражданского общества

Можем ли мы говорить о том, что наше общественное мнение сформировалось в качестве института гражданского общества?

Для ответа на этот вопрос вспомним краткую, но весьма насыщенную историю становления и развития общественного мнения в посттоталитарной России. Ее отсчет надо начинать с 1988 г., когда руководством КПСС был провозглашен курс на гласность и плюрализм мнений. В марте 1989 г. в стране прошли первые альтернативные выборы Съезда народных депутатов СССР, давшие мощный импульс формированию нового общественного самосознания. В этот период общественное мнение становится не только очень заметным фактором социально-политической жизни, но нередко и основным двигателем проводимых преобразований. Для страны, находившейся на начальной стадии перехода от тоталитарного состояния к гражданскому обществу, такая роль общественного мнения, очевидно, является закономерной.

Дело в том, что в условиях развитой демократии, при стабильной социально-политической ситуации роль и значение общественного мнения четко ограничены и сбалансированы сильной и авторитетной представительной властью. Общественное мнение выступает там как институт гражданского общества и его воздействие на государственную деятельность осуществляется не напрямую, а опосредовано формами представительной демократии. Причем, посредниками между обществом и государством и основными выразителями общественного мнения являются там политические партии и иные общественные объединения политического характера. В нашей же ситуации, когда единовластие КПСС еще не было подорвано, представительные органы не были сформированы на основе достаточно свободного волеизъявления избирателей, общество относилось к ним с заметной долей недоверия (ведь после выборов 1989 г. настойчиво звучали призывы к перевыборам по партийным спискам и т.д.), общественное мнение нередко пыталось выступать в роли института прямой демократии. Это происходило потому, что в тот период демократический потенциал общества был выше, чем у представительных структур. И общество стремилось выражать свое мнение напрямую, в митинговой форме, осуществляя таким образом давление на органы представительной власти. Вышедшие на улицу массы оказались непосредственно вовлечены в активную политическую деятельность, а их мнение стало фактором давления на сферу государственно-политических отношений.

Переломным моментом на пути становления и развития нашего общественного мнения стало введение в 1993 г. новой избирательной системы, ориентированной на парламентский тип представительной власти. Формирование федерального законодательного органа на основе пропорционально-мажоритарной системы (когда одна половина депутатов Государственной Думы избирается по партийным спискам, а другую составляют депутаты, выступающие в своем личном качестве и получившие большинство голосов в своем избирательном округе) явилось мощным стимулом для развития политических партий и движений, в значительной мере взявших на себя функцию выражения общественного мнения и доведения позиции общества до органов государственной власти. С этого периода наблюдается заметное затухание политической активности самого общества и снижение роли общественного мнения как самостоятельного фактора политической жизни.

В настоящее время ситуация с общественным мнением внешне выглядит вполне благополучно. Общественное мнение заняло подобающую его природе нишу в социальной жизни и уже не претендует на роль института прямой демократии. При этом люди смело высказываются по самым острым и злободневным проблемам, проводятся многочисленные опросы общественного мнения, результаты которых публикуются в печати и транслируются по электронным средствам массовой информации. Политические партии все активнее выступают в роли выразителей мнений различных социальных слоев, всё более заметное влияние на принятие законодательных решений оказывают партийные парламентские фракции и т.д.

Однако, возвращаясь к вопросу о том, может ли современное российское общественное мнение рассматриваться в качестве института гражданского общества, следует дать отрицательный ответ. И дело не только в том, что еще не сложилось само гражданское общество, процесс отделения власти и собственности далек от своего завершения, отсутствует средний класс, позиция которого в развитых демократиях составляет основу общественного мнения, и т.д. Ведь в конце концов общественное мнение в своем становлении в качестве социального института могло бы и несколько опередить процессы формирования гражданского общества. Однако опыт показывает, что наше общественное мнение, которое на первых порах успешно взяло на себя роль локомотива, вытягивающего общество из тоталитарного состояния к цивилизованным общественным отношениям, в настоящее время не способно справляться с этой задачей.

Одна из главных причин такого положения дел заключается в том, что в результате шоковых реформ 1992 г. и последующих преобразований в экономической сфере общественное мнение оказалось расколотым на приверженцев принципиально различных взглядов по вопросу о путях, целях и средствах реформирования общественных отношений. Это уже не прежнее, достаточно монолитное общественное мнение, сплотившееся в борьбе против всевластия КПСС.

Раскол существенно ослабил позиции общественною мнения в его взаимоотношениях с органами власти. Общественное мнение перестает быть сколько-нибудь заметным фактором социально-политической жизни и власть все в меньшей мере считается с ним. Ярким свидетельством безразличия власти к общественному мнению является то обстоятельство, что многочисленные политические скандалы последних лет, которые в странах с развитым и сильным общественным мнением привели бы к крушению не одной политической карьеры, обычно очень мало отражаются на судьбе лиц, дискредитированных в глазах общественного мнения. И лишь в периоды избирательных кампаний по выборам в органы государственной власти общественное мнение становится объектом усиленного внимания и массированного воздействия со стороны как властных структур, так и их противников.

С другой стороны, нельзя не признать, что качество нашего общественного мнения во многих отношениях оставляет желать лучшего. Современное общественное мнение в России в силу вполне понятных причин отличается большой подверженностью манипулированию, готовностью впадать в крайности, низкой способностью к поиску компромиссов, мартинальностью оценок в суждении. Очевидно, что качественное состояние общественного мнения, перспективы его становления как полноценного социального института во многом будут зависеть от общего хода преобразований в стране, от успехов на пути к гражданскому обществу и правовому государству[[10]](#footnote-10).

## Заключение

Делая выводы мы можем сказать, что значение общественного мнения в жизни любого общества является чрезвычайно важным.

Это состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) к общественным событиям, к деятельности различных групп, организаций, отдельных личностей; выражает позицию одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, регулирует поведение индивидов, социальных групп и институтов, насаждает определенные нормы общественных отношений; действует как в рамках общества в целом, так и в рамках различных социальных групп. Активность и значение общественного мнения определяются характером социальной структуры общества, уровнем развития экономической культуры, демократических институтов и свобод. Общественное мнение находит выражение в выборах органов власти, средствах массовой коммуникации, опросах населения и др.

В условиях тотальной нестабильности системы, резкого политического противостояния все более серьезным фактором борьбы за власть, фактором политики становится и борьба за влияние на СМИ, своего рода "синдром четвертой власти", который перерастает в борьбу за моновлияние как на СМИ-систему, так и на отдельные средства массовой информации. Неудивительно, что при этом проблемы удовлетворения собственно информационных запросов общества уже (или вновь) не являются определявшими и преобладающими в деятельности СМИ и коммуникации.

В то же время для формирования общественного мнения, основанного на информации, адекватной происходящим событиям, важно существование не только разнообразных источников информации, но и условий доступа к ним. В Конституции Российской Федерации (ст.29) закреплено право граждан искать, получать, передавать, производить и распространять информацию. Однако, как уже отмечалось выше, реальных и законодательно обеспеченных условий для реализации права на информацию, в частности доступа к информации граждан и их организаций, нет. Очевидно, что необходимы действия и властей, и общества, направленные на решение двуединой задачи: с одной стороны, укрепление гарантий свободы слова и свободы доступа к информации, с другой - укрепление гарантий, обеспечивающих защиту самого общества от злоупотреблений этими свободами.

В силу особенностей отечественного экономического и политического развития в России монополия на оперативное распространение информации по-прежнему принадлежит в основном телевидению и радио. Однако она уже не столь безусловна и не носит исключительного характера, как прежде. Многократное повышение стоимости жизни, введение платы за услуги, предоставляемые учреждениями культуры, постоянный рост подписных цен на газеты и журналы ведут к резкому падению уровня информированности, культурной активности населения. Основным каналом приобщения к информации и культурным ценностям для абсолютного большинства населения все больше становится телевизор.

В поле зрения общественного мнения как правило попадают лишь те проблемы и факты, которые вызывают общественный интерес, затрагивают интересы и потребности сейчас живущих людей. Общественное мнение может формироваться как стихийно, так и целенаправленно.

В данной работе мы рассмотрели понятие "общественное мнение", функции и методы изучения общественного мнения, и перспективы становления общественного мнения в России в качестве института гражданского общества.

## Список литературы

1. Большая энциклопедия Кирилла и Мефодия. 1997
2. Бутенко И.А. “Анкетный опрос как метод общения социолога с респондентом", Москва, 1989 год.
3. Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт=Public opinion as sociological cathegory and social institution. - СПб., 2005. - 235 с.
4. Гегель. Философия права.М., 1990, с.352.
5. Герасимов В.М. Проблемы познания общественного мнения. - Алматы: Жибек Жолы, 1992. - 141 с.
6. Герасимов В.М. Общественное мнение в зеркале политической психологии. - М.: Луч, 1994. - 134 с.
7. Липпман У. Общественное мнение - М., 2004. - С.10
8. Методика изучения общественного мнения: Сб. науч. трудов - М.: Изд-во МГУ, 1992. - 91 с.
9. Ноэль Э. “Массовые опросы. Введение в методику демоскопии", Москва, 2005 год.
10. Общественное мнение населения крупного города - СПб., 1992. - 180 с.
11. Основы социологии. М., 1993, с.130.
12. Рабочая книга социолога. М., 1983, с.100.
13. Сафаров Р.А. Политический статус общественного мнения. Социологические исследования, 1979, № 4, с.14.
14. Социология в России. М., 1996, с.515-540.
15. Тощенко Ж. Харченко С. Социальное настроение - М.: 1996 с. 19-21.
16. Философский энциклопедический словарь. М., 1983., с.448.
17. Ядов В.А. “Социологические исследования: методология, программы, методы”, Москва, 2001 год.

1. Липпман У. Общественное мнение- М., 2004.- С.10 [↑](#footnote-ref-1)
2. Коновченко С.В. Общество – СМИ - власть. – Ростов-на-Дону: СКАГС, 2001с.8-9. [↑](#footnote-ref-2)
3. И.В. Алешина. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. – М.: Ассоциация Авторов и издателей «Тандем», 1997. [↑](#footnote-ref-3)
4. Гегель. Философия права. М., 1990, с. 352. [↑](#footnote-ref-4)
5. Шибутани Т. Социальная психология. М., 1969. с. 54. [↑](#footnote-ref-5)
6. Андреева Г.М. Социальная психология. М., Наука., 1994. С. 251-265. [↑](#footnote-ref-6)
7. Тощенко Ж. Харченко С. Социальное настроение – М.:1996 с. 16-18. [↑](#footnote-ref-7)
8. Тощенко Ж. Харченко С. Социальное настроение – М.:1996 с. 16-18. [↑](#footnote-ref-8)
9. Тощенко Ж. Харченко С. Социальное настроение – М.:1996 с. 19-21. [↑](#footnote-ref-9)
10. Ноэль Э. “Массовые опросы. Введение в методику демоскопии”, Москва, 2005 год. С. 200. [↑](#footnote-ref-10)