Министерство образования и науки Украины

Национальный технический университет

«ХАРЬКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКЙ ИНСТИТУТ»

Кафедра «ВТП»

Реферат по курсу: «Управление развитием социально-экономических систем»

**Тема: «ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ»**

## Харьков

## Содержание

1. Общественное мнение как социальный институт и состояние массового сознания
2. Функции общественного мнения
3. Опыт изучения общественного мнения

**1. Общественное мнение как социальный институт и состояние массового сознания**

Роль общественного мнения всегда возрастает в сложные, переломные моменты человеческой истории, поэтому повышенный интерес современных социологов к общественному мнению вполне закономерен. Российский социолог Б.А. Грушин утверждает, что «оно напоминает атмосферное давление: невидимо невооруженным взглядом, но весьма ощутимо».

Первым упоминанием понятия «общественное мнение» считают использование латинского выражения «publica opinion» в сочинении «Поликратик» английского философа Йоханеса фон Солсбери в 1159 году. Однако идеи о власти «publica opinion» он воспринял от классиков античной философии, и поэтому, вероятно, вопросы, связанные с изучением общественного мнения поднимались еще во времена греческой демократии.

В современной социологии под «общественным мнением» понимают два общественных феномена:

**во-первых,** *социально-политический институт*, который устойчиво и эффективно участвует в осуществлении власти, является узаконенным механизмом принятия решений в условиях демократии (в т. ч. и через выборы, референдумы);

**во-вторых,** *состояние массового сознания*, совокупное оценочное суждение групп людей, разделяемое различными социальными общностями по поводу тех или иных событий действительности.

При рассмотрении общественного мнения **как социального института,** прежде всего, анализируются характеристики субъектов общественного мнения и субъектов власти, отношения между ними. Эти отношения, в первую очередь, определяются характером власти и типом политического режима. Возможны три основные модели отношений:

1) субъекты общественного мнения предлагают свои варианты решения проблем, а субъекты власти не обращают на это внимания (тоталитарные и авторитарные режимы);

2) субъекты власти по мере возможностей стараются учитывать (или делают вид, что стараются) подобные предложения (либеральные системы управления);

3) субъекты власти полностью (естественно, взвешено и с учетом имеющихся возможностей) учитывают предложенные пути решения проблем (демократические общества).

Также общественное мнение выступает как *институт социального контроля*, заставляющий людей поступать, так или иначе, из чувства страха перед изоляцией или осуждением девиантного поведения.

Сегодня в Украине происходит процесс институционализации общественного мнения. Особенности и трудности этого процесса в Украине связаны с тем, что, в отличие от западных стран, где включение общественного мнения в социальное управление происходило последовательно и на протяжении нескольких столетий, в наших условиях оно должно пройти в более ограниченные временные сроки и с учетом особых условий нашего общества, которые характеризуются остатками авторитаризма в системе органов власти и управления, стереотипами единомыслия и традициями не демократизма в сознании значительной части населения.

При рассмотрении общественного мнения как **состояния массового сознания** на первый план выдвигаются проблемы его компетентности, социальной направленности (консервативное оно или новаторское), интенсивности, стабильности и т.д. Изучаются субъекты, объекты и каналы выражения общественного мнения.

**Субъектом** общественного мнения выступают его «носители», как вся общность в целом, так и важнейшие структурно составляющие ее части, независимо от содержания их суждений (за или против, большинство это или меньшинство).

Индивид (например, политический лидер) не может быть носителем общественного мнения, но может быть его выразителем. Реальный субъект общественного мнения может сформироваться только в условиях демократии и при наличии гражданского общества.

**Объекты** общественного мнения. Одним из глубочайших заблуждений является уверенность в наличии у населения общественного мнения по любому поводу. Далеко не все реальные факты, события и идеи могут выступать в качестве объектов общественного мнения. Феномену общественного мнения присущ ряд ограничений – это **критерии,** которым должны соответствовать вопросы, по поводу которых может формироваться общественное мнение.

1. Критерий *«общественного интереса»*. Общественное мнение высказывается не по всем проблемам общества, а лишь по тем, которые представляют общественный интерес. Например, условия приема экзамена или зачета по социологии не могут выступать объектом общественного мнения, т. к. не вызывают общественный интерес.
2. Критерий *«актуальности*». Общественное мнение возникает не только по проблемам, вызывающим общественный интерес, но и актуальным в данный момент времени. Например, проблема частной собственности на землю вызывали в нашей стране общественный интерес всегда, но до начала рыночных реформ общественного мнения по ней не было, т. к. это не было актуально.
3. Критерий *«дискуссионности*». Общественное мнение, как правило, формируется в тех случаях, когда возможны альтернативные оценки, разные мнения. Абсолютные истины (например, Днепр впадает в Черное море) не относятся к суждениям общественного мнения.
4. Критерий *«компетентности*». Общественное мнение, в отличие от, например, общественного настроения – это всегда компетентное суждение. Некомпетентность суждений, которые претендуют на статус общественного мнения, может быть органичной и неорганичной. Органичная некомпетентность связана с тем, что общество в целом не может компетентно судить обо всех проблемах его жизнедеятельности (это, в первую очередь касается научных проблем, например – медицины или экономики). Неорганичная некомпетентность связана с недостаточной информированностью общественности по данной проблеме, когда в принципе общественность может получить и усвоить эту информацию.

**Каналы выражения** общественного мнения делятся на три, кардинально различающиеся по своим информационным свойствам, группы:

1. *опосредованные* каналы выражения общественного мнения, которые характеризуются тем, что общественное мнение распространяется через них опосредовано, через фигуру «ретранслятора». К ним относятся средства массовой информации, средства массовой устной пропаганды, средства наглядной агитации, заседания и документы органов управления. Общественное мнение здесь испытывает влияние «ретранслятора», и поэтому может искажаться.
2. *прямые* каналы выражения общественного мнения, которые характеризуются тем, что общественное мнение распространяется через них и поступает в органы управления прямо, не проходя отбор через фигуру «ретранслятора». К ним относятся собрания, средства информационного давления (митинги, демонстрации, забастовки), личные контакты руководства с населением, письма. Общественное мнение здесь может быть достаточно объективным, однако вряд ли способно репрезентативно отражать мнение различных социальных общностей. Например, опыт показывает, что письма в редакции газет, мерии и исполкомы пишут люди с определенной ментальностью и в них, чаще всего, содержится негативная информация. Поэтому по ним невозможно судить об общественном мнении в целом.

3) *специализированные* каналы выражения общественного мнения представляют собой группу методов научного анализа общественного мнения. К ним относятся разнообразные опросы населения, референдумы и выборы. Очевидно, что информация, получаемая, через эти каналы является наиболее качественной и надежной, поскольку обладает принципиальными возможностями быть объективной и репрезентативной. Однако в нашем обществе работники органов управления чаще всего пользуются опосредоваными и прямыми каналами изучения общественного мнения и очень редко – специализированными (об этом свидетельствуют результаты социологических исследований).

**2. Функции общественного мнения**

Общественное мнение – важнейший элемент общества, поэтому оно выполняет ряд значимых для его жизнедеятельности функций. Выделяют две группы функций общественного мнения:

1. Функции, отражающие взаимодействие общественного мнения с другими социальными институтами и населением. К ним относятся:

* *информационная*. Состоит в том, что общественное мнение является важнейшим поставщиком информации о субъективном мире людей, их отношении к событиям, явлениям действительности. (Когда человек узнает что-либо о необычном событии, он чувствует себя некомфортно, до тех пор, пока не узнает, как к этому событию отнеслись его знакомые, друзья, коллеги и т.д.)
* *регулятивная*. Общественное мнение вырабатывает (самостоятельно или «переносит» из науки, религии, идеологии) и насаждает в обществе определенные нормы, ценности, установки, модели поведения. (Многие люди в Украине сегодня руководствуются установкой, выработанной общественным мнением: «Плохо быть бедным, надо что-то делать, чтобы стать состоятельным человеком»)
* *управленческая.* Общественное мнение выступает источником информации о субъективном мире людей, необходимой для подготовки и принятия управленческих решений.

1. Функции, отражающие взаимодействие общественного мнения с органами управления, его учет в процессе принятия управленческих решений. К ним относятся:

* *экспрессивная*. Общественное мнение, независимо от того, в каких условиях ему приходится функционировать, всегда занимает определенную позицию по отношению к фактам, событиям жизни общества, деятельности органов управления. Иначе говоря, общественное мнение выступает в качестве «контролера» за деятельностью органов управления.
* *консультативная*. Общественное мнение участвует в процессе подготовки и принятия решений органами управления, дает совет, консультирует по поводу путей и методов решения проблем жизни общества.
* *директивная.* Общественное мнение иногда само выносит решение по тем или иным общественным проблемам, имеющим обязательный характер. Речь идет о выборах, референдумах, функционировании различных форм прямой демократии в трудовых коллективах, по месту жительства населения и т.д.
* *побудительная*. Общественное мнение через митинги, забастовки, демонстрации побуждает органы управления к принятию решений. Эта функция занимает промежуточное положение между консультативной и директивной, и не всегда рассматривается как самостоятельная функция. Однако ее нельзя отождествлять ни с директивной (так как здесь само общественное мнение не принимает решений), ни с консультативной (так как здесь общественное мнение не дает «советы», которые могут быть приняты, а могут – нет), а прямо и активно «давит» на органы управления, заставляя их принимать решения. (Вспомните, например, реакцию правительства Украины на шахтерские забастовки или акции протеста студентов).

Таким образом, через реализацию вышеперечисленных функций проявляется (более или менее результативно) воздействие общественного мнения на процессы социального управления обществом.

**3. Опыт изучения общественного мнения**

Прежде всего, необходимо отметить, что нельзя отождествлять социологию общественного мнения (специальную социологическую дисциплину) и само общественное мнение с опросами общественного мнения и получаемой в ходе их проведения информацией. Ведь феномен общественного мнения существовал задолго до появления опросов, и сейчас и ранее информация об общественном мнении «добывается» не только с помощью опроса. Поэтому ряд социологов проводят различия между социологическими исследованиями и опросами общественного мнения. Все чаще опросы общественного мнения называют *поллингами*, а специалистов, которые их осуществляют – *поллстерами.*

Первые опросы общественного мнения появились в еще в ХІХ веке, позже они были названы «соломенными опросами» (strow polls). Это был неофициальный подсчет голосов избирателей, которым занимались в период избирательных компаний газеты и журналы. Известно, что первый из таких опросов был осуществлен летом 1824 года газетой «Хэррисберг Пенсилвэниэн», которая через своих корреспондентов выяснила настроения общественности в нескольких округах в отношении четырех кандидатов на президентский пост и верно определила кандидата, набравшего наибольшее число голосов.

Всемирную известность получила деятельность журнала «Литерари Дайджест», который рассылал миллионы бюллетеней сначала своим подписчикам, а затем владельцам телефонов и автомобилей (то есть лицам, списки которых имелись с указанием адресов). В 1924, 1928 и 1932 годах журнал правильно предсказал результаты выборов. Но на выборах 1936 года журнал, как и используемый им метод постигла катастрофа. Журнал предсказывал победу Лэндону со счетом 57,1% голосов и поражение Рузвельту со счетом 42,9%. В действительности Рузвельт одержал победу, получив 62,5% голосов. Ошибка, допущенная журналом в предсказании результатов выборов, составила 19,6%. Ошибка была связана с тем, что владельцами автомобилей и телефонов в то время были люди с высоким уровнем доходов, а Рузвельта поддерживали менее состоятельные слои населения. Это была ошибка методики «соломенных», то есть бессистемных, нерепрезентативных опросов. Их время завершилось, и начался переход к научному, профессиональному изучению общественного мнения.

Новый этап в изучении общественного мнения связан с именем американского социолога Дж. Гэллапа, успешный опрос которого был осуществлен в ходе тех же президентских выборов, на которых потерпел поражение «Литерари Дайджест». Он проанализировал выборку, предсказал ошибку журнала и обосновал вывод о победе Рузвельта. Институт Гэллапа существует и сегодня, он имеет более 30 филиалов во многих странах мира, в том числе в последние годы и в Украине. Институт Гэллапа еженедельно фиксирует результаты изучения общественного мнения и публикует их в специализированном журнале «The Gallup Report: политические, социальные и экономические тенденции». Постепенно центры изучения общественного мнения создаются во всех демократических странах мира. Благодаря работам Гэллапа и других социологов, был сделан вывод о том, что общественное мнение по социальным, экономическим и политическим вопросам может бать определено, причем достаточно объективно, с использованием действительно научного метода.

К сожалению, отечественная социология общественного мнения, как и социология в целом, развивалась очень медленно в связи с политическими особенностями нашего общества, которые и обусловили гонения на социологию. Те редкие опросы общественного мнения, которые проводились в первые годы советской власти, были вскоре прекращены и снова начаты лишь с началом возрождения социологии с 60‑х годов ХХ века. Первый центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) был создан в Москве в 1988 году. На базе филиалов ВЦИОМа после распада СССР был создан и первый центр изучения общественного мнения в Украине «СОЦИС Лтд». В Украине сегодня существует множество различных организаций и служб, которые изучают общественное мнение.

**Список литературы**

1. Анурин В Ф Эмпирическая социология: Уч. пособие для вузов. М:, 2003
2. Гормонов М.К. Общественное мнение. История и современ. М., 1988.
3. Ерасов Б.С. Социальная культурология / Изд‑е третье, доп. и перераб. М.: Аспект Пресс, 2000.
4. Иванов О. И Методология социологии. Уч.-мет. пос. – СПб: социол. общество Ковалевского, 2001.
5. Квасова И.И. Социология культуры. Учебное пособие. М.: изд-во РУДН, 2005.
6. Краткий словарь по социологии / Под ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина. М: 1989
7. Лавриненко В.Н. Социология. М. 1998.
8. Лямцев В.Н, Тарутин В.А. Общественное мнение и идейно-воспитательная работа. Киев. 1988.
9. Мирошниченко И.В. Социология. М: А-Приор, 2009. – 128 с.
10. Общественное мнение: методологические рекомендации для проведения социологических опросов / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М., 1980.
11. Общественное мнение: роль, воз-ти, пути и методики изучения и формирования. Барнаул. 1989.
12. Основы современного социального управления. М.: Экономика, 2000.
13. Укледов А.К. общественное мнение и пропаганда. М, 1980.