Социологическое изучение общественного мнения

План

Введение

Понятие "общественное мнение". Сущность и признаки "общественного мнения". Объект и субъект "общественного мнения"

Формирование общественного мнения. Средства манипулирования "общественным мнением"

Сравните понятия "субъект общественного мнения" и "выразитель общественного мнения". Как вы понимаете термин "мнение общества"?

Заключение

Список литературы

## Введение

Словосочетание "общественное мнение" давно у нас на слуху. Это одно из тех социальных явлений, которые не испытывают сегодня недостатка внимания к себе. Его изучают и анализируют специалисты практически всех областей обществознания, о нем размышляют и пишут журналисты, за его симпатиями ревниво следят политики, руководители различных рангов. Общественное мнение изучают, формируют, прогнозируют, стремятся учесть в практике социального управления, одним словом, прилагают немало усилий к тому, чтобы завоевать его расположение.

Но что же такое общественное мнение и как оно формируется? Какие функции выполняет данное явление? Какие мыслительные процессы происходят в сознание каждого члена нашего общества, и как на это влияет общественное мнение? Оказывают ли пропаганда и средства массовой информации влияние на формирование общественного мнения?

Изучение общественного мнения является актуальной проблемой, так как общественное мнение является своеобразным регулятором тех процессов, которые происходят в обществе. Но нужно заметить, что порою результаты общественного мнения, могут быть недостоверными и ошибочными. В этом случае они лишь вводят в заблуждение народные массы, а иногда и оказывают скрытое влияние на сознание людей и формирования у них необходимого кому - либо мнения по тем или иным вопросам. Это также является важной иногда проблемой, иногда - целью, в том числе и для маркетинга.

## Понятие "общественное мнение". Сущность и признаки "общественного мнения". Объект и субъект "общественного мнения"

Общественное мнение - мнение определённой группы людей по какому-либо вопросу, разделяемое и выражаемое значительной частью данной группы.

Феномен ”общественное мнение” принадлежит к числу таких социальных явлений которые привлекают внимание мыслителей с давних времен. Макиавелли в своем "Государе" особо указывал на исключительную важность этого феномена. В том виде, в каком данная категория употребляется нами, она встречается у английского государственного деятеля и писателя Джона Солсбери. Происхождение словосочетания - англосаксонское., появилось оно в АНГЛИИ во второй половине XII в., а точнее в речи Солсбери в 1159 г. Из Англии этот термин пришел в другие страны, а в XVIII в. стал общепринятым.

Не обошел этот феномен своим вниманием и великий философ Г.Ф. Гегель. Он 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" (Гегель. Философия права.М., 1990, с.352). 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. Гегель выделил в нем целый ряд структурных элементов: первый - условия существования общественного мнения, второй - объект (содержание) общественного мнения, третий - носитель общественного мнения, четвертый - характер суждения, выступающего в качестве общественного мнения, пятый - соотношение “всеобщего” и "особенного" мнений, сочетание и "противоположность" в "явлении" элементов истины и лжи.

Представители разных сословий часто вкладывали в него различное содержание. Это происходило потому, что общественное мнение отражает реальное состояние общественного сознания, интересы, настроения и чувства классов и социальных групп общества. В общественном мнении проявляется конкретное состояние общественного сознания в тот или иной исторический отрезок времени. Содержание общественного мнения - показатель глубины отражения, познания этих процессов, выражения их оценки с точки зрения интересов социальной группы, класса, народа в целом. Общественное мнение и общественное сознание находятся в сложных связях и отношениях.

Общественное мнение невозможно отождествить ни с одной из форм общественного сознания. Предмет общественного мнения невозможно "втиснуть" в рамки какой-либо одной формы, так как общественное мнение может быть сформулировано по вопросам политики или права, морали или искусства, религии или науки и т.д. В силу этих обстоятельств общественное мнение может быть признано еще одной формой общественного сознания, ибо по своему предмету оно как бы пронизывает все формы сознания т.е. выступает как вид общественного сознания, однако, уступая ему в широте диапазона.

Еще одна очень важная сторона анализируемого вопроса - сущность, содержание общественного мнения.

Во - первых, рассматриваемый феномен является конкретным выводом определенной общности людей по тем или иным объектам, своего рода итог мыслительной деятельности людей.

Во-вторых, критериями отбора при формировании общественного мнения служат общественные интересы и потребности. Только те явления или факты общественной жизни становятся его объектами, которые приковывают к себе внимание, вызывают потребность в выработке по ним общего суждения.

В-третьих, массовые суждения людей обладают различной степенью объективности (истинности). Это объясняется тем. что мнения могут формироваться на основе как научных знаний, так и ложных взглядов и ошибочных представлений. В случае недостатка объективной информации люди компенсируют ее слухами, интуицией и так далее. Общественное мнение, не имеющее в своей основе твердого научного фундамента, может быть ошибочным. Суждение научной критики нередко заменяется предрассудками, выдаваемыми за общественно мнение.

В-четвертых, общественное мнение выступает в качестве побудительной силы, регулирующей поведение людей, их практическую деятельность. Этот феномен существует в сознании люде; и выражается публично, выступая, в свою очередь, как мощнее средство общественного воздействия.

Объект общественного мнения ограничен не только теми рамками, которые были приведены выше, не только его сущностью, а также некоторыми признаками, в соответствии с которыми само общественное мнение рассматривает то или иное явление действительности в качестве объекта для своих суждений.

*Общественный интерес.* Первый и важнейший из этих критериев, связан с категорией "общественный интерес". В соответствии с ним из всего бесконечного ряда явлений действительности предметом рассмотрения общественности становятся только те, которые представляют для общества непосредственный интерес.

Самое первое сопоставление личных и коллективных общественных интересов обнаруживает безусловное различие между ними. Оно может сказываться, к примеру, в их несовпадении, разногласии, даже антагонизме по содержанию.

*Дискуссионность.* Второй существенный признак объекта общественного мнения связан не столько со спецификой собственно общественного мнения, сколько со спецификой мнения как такового, как особого типа человеческого суждения. Эта специфика обнаруживается уже в сфере индивидуального сознания. Как известно, далеко не каждая сказанная человеком мысль может быть отнесена к разряду общественного мнения. Элементарная просьба или фраза никогда не станет общественным мнением. Дело в том, что предметом рассмотрения общественности становятся только те высказываниях, которые предполагают различие в оценках, суждениях, характеристиках, то есть, заключают в себе больший или меньший момент спорности, дискуссионности.

*Компетентность.* Данный критерий свидетельствует о том, что не каждая проблемы может достичь желаемых высказываний по её решению, то есть, некоторые члены общества владеют полной информацией по одному вопросу, некоторые - нет. Можно сказать, что члены общества, взятые в сумме, не обладают необходимой информацией для какого либо спора компетенцией - соответствующим объемом и уровнем знаний о предмете, а так же соответствующими, специфически научными, средствами его анализа.

Таким образом. не любое групповое, коллективное мнение является общественным, а лишь то, что соответствует следующим критериям (признакам) - социальный интерес, дискуссионность, компетентность. А его выразители - классы, социальные слои, содружество классов, народ. Значит, мнение можно классифицировать как индивидуальное; групповое, или мнение общественности (или общественное).

Мы уже говорили о том, что ещё Гегель выделял в обще общественном мнении целый ряд структурных элементов: условия существования общественного мнения, объект (содержание) общественного мнения, носитель (субъект) общественного мнения и так далее. Рассмотрим подробнее такие понятия, как "объект общественного нения" и "субъект общественного мнения".

Объектом общественного мнения являются конкретные темы, по которым высказывается или может быть высказана точка зрения индивида, группы или общественности, и процесс материального производства, и события, совершающиеся в сфере духовной жизни общества, и поведение болельщиков на стадионе, публики в театре, политических лидеров. Чаще всего в качестве объектов выступают политические идеи, правосознание, мораль, наука, искусство, религия, философия, экология и экономика и так далее.

Выделяют: объекты-факты - тот или иной факт действительности, объекты-события - набор фактов, составляющих содержательную сторону события, объекты-явления - процессы.

Субъект общественного мнения - это общество в целом, "творец мнений". Субъект общественного мнения является его носителем. Это может быть социальный класс, рабочая группа, нация.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что *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 (Основы социологии.М., 1993, с.130). Мнение общества являет собой подвижную структуру, и то, что было мнением индивида, может неожиданно стать мнением общества. Любой фактор, черта характера, настроение - все может повлиять на данный феномен. Это и называется "подвижность" мнения.

## Формирование общественного мнения. Средства манипулирования "общественным мнением"

Общественное мнение формируется при соблюдения следующих важных условий:

общественное мнение формируется тогда, когда на обсуждение народа выносится проблема, имеющая важное практическое значение, проблема (вопрос), которая затрагивает социальные интересы людей (экономической, социальной, политической, духовной жизни). Это очень важный момент.

общественное мнение чаще всего касается вопросов, связанных с политикой, правом, моралью, культурой и искусством, где больше спорного и затрагивающего наши интересы. Предметом рассмотрения общественности чаще всего выступают те формы общественного сознания, те вопросы, которые предполагают различия в оценках, характеристиках, заключают в себе момент дискуссионности.

и следующее условие формирования общественного мнения - уровень компетентности. Если человек незнаком с каким-либо обсуждаемым вопросом, то на просьбу высказать мнение чаще всего отвечает: "Я не знаю".

Основной причиной формирования общественного мнения является необходимость в естественной движущей силе для общества, а, как уже писалось, именно общественное мнение является глобальной движущей силой, ведь общественное мнение - это состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям и фактам социальной действительности.

Цель формирования общественного мнения - направленное намерение, неуемное стремление, неугасимая жажда привести в соответствие наблюдаемое, имеющееся, действительное с желаемым, требуемым; не приспособление к действительности, а стремление выразить к ней свое отношение, повлиять на течение событий и процессов, на разрешение конфликтов и противоречий.

Типология общественных мнений:

по степени развитости: *зарождающиеся, активно* *формирующиеся, вполне сложившиеся, угасающие* (утрачивающие актуальность);

по степени соответствия общественным потребностям: *актуальные* (современные), *прогрессивные* (устремленные в будущее), *реакционные (*характеризуют отставание общественного мнения от текущих общественных процессов);

по различным видам признаков и особенностей: индивидуальные, групповые, коллективные, общественные, истинные и ложные, устойчивые и изменчивые, ясные и расплывчатые, господствующие и оппозиционные, официальные и неофициальные, консервативные и новаторские, запоздалые и своевременные и т.д.

В социологии сложилось несколько концепций общественного мнения:

*монистическая* (существует единое (общее) общественное мнение, которое является истинным ("народ ошибаться не может"));

*мажоритарная (*существует мнение большинства, с которым необходимо считаться);

*плюралистическая* (единого, достаточно стабильного общественного мнения не существует).

Современные исследователи попытались "примирить" эти взгляды. Они полагают, что общественное мнение имеет монистически-плюралистическую природу (то есть, вначале возникает несколько различных мнений относительно того или иного объекта, затем из их числа вычленяется одно господствующее, которое разделяет большинство).

Именно из - за монистически-плюралистической природы появляется возможность манипулирования общественным мнением.

Социальное манипулирование рассматривается как процесс воздействия на социальные процессы для достижения определённых целей. В социальных системах он представляет собой воздействие субъекта манипулирования на объект манипулирования с целью перевода его в новое желательное состояние.

Если необходимые меры, в частности пропагандистские, приняты в период зарождения или на начальном этапе формирования общественного мнения, его значительно легче сориентировать в позитивном, нужном направлении либо локализовать, не дать перерасти в неверные убеждения.

Общественное мнение складывается из широко распространённой информации, например: мнений, суждений, убеждений, идеологий, слухов, сплетен, заблуждений.

В формировании общественного мнения большую роль играют средства массовой информации (СМИ), в частности: телевидение, радиовещание, печатные издания (пресса).

На общественное мнение влияют мнения людей, признаваемых обществом авторитетными и компетентными, личный опыт людей.

Для манипулирования общественным мнением характерны следующие функции: *экспрессивная* (в более узком смысле контрольная); *консультативная, директивная*.

*Экспрессивная функция* - самая широкая по своему значению. Общественное мнение всегда занимает определенную позицию по отношению к любым фактам и событиям в жизни общества, действиям различных институтов, лидеров государства. Эта особенность придает данному феномену характер силы, стоящей над институтами власти, оценивающей и контролирующей деятельность институтов и лидеров партий, государства. Объективным содержанием деятельности общественного мнения государственные институты, их лидеры ставятся в положение контролируемых. Обладая только одной моральной властью, общественное мнение бывает весьма эффективно по своим результатам.

Вторая функция - *консультативная*. Общественное мнение дает советы относительно способов разрешения тех или иных социальных, экономических, политических, идеологических, межгосударственных проблем. Это мнение будет справедливым, если, конечно, институты власти заинтересованы в таких ответах. Прислушиваясь к этим советам, "руководящие лидеры", группы, кланы вынуждены корректировать решения, методы управления.

*Директивная функция* общественного мнения проявляется в том, что общественность выносит решения по тем или иным проблемам социальной жизни, имеющие императивный характер, например, волеизъявление народа во время выборов, референдумов. Народ в данных случаях не только дает мандат доверия тому или иному лидеру, но и высказывает свое мнение.

Одним из основных регуляторов общественного мнения являются средства массовой информации.

Формирование общественного мнения и его выражение посредством печати, радио и телевидения - две взаимосвязанных стороны в деятельности СМИ. Печать, радио, телевидение обеспечивают общественному мнению гласность, присоединяют к нему свой авторитет, доводят до сведения социальных институтов. СМИ предоставляют всенародную трибуну для обмена индивидуальными и коллективными мнениями, совместного поиска решений, контроля их реализации.

Сами печать, радио и телевидения также находятся под воздействием общественного мнения, выраженного в редакционной почте, читательских конференциях, данных опросов аудитории.

За последние тридцать лет телевидение значительно усилило свое влияние на сознание людей, структуру повседневной жизни и поведения, на мировоззрения людей.

Сильные мира сего направляют поведение народных масс в нужное русло при помощи средств массовой информации. Особенно это проявляется в период предвыборных кампаний. Телевидение, в какой - то степени способствует изменению природы выборов. Иногда этот источник становится разработчиком определённых суждений, которые в последствие воспринимаются обществом как правильное решение какой - либо проблемы. Для достижения данного обстоятельства применяются такие средства воздействия на сознания людей как пропаганда и реклама.

Пропаганда - особый род социальной деятельности, основной функцией которой является распространение знаний, идей, художественных ценностей иной информации в целях формирования определённых взглядов, представлений и эмоциональных состояний, а через них - оказание влияния на поведение людей.

Так же можно сказать о том, что общественное мнение зависит от того общества, в котором оно формируется и развивается, от принципов этого общества, от культурных ценностей и степени демократизации общественного строя. В тоталитарном обществе общественное мнение выдаёт такую информацию, которую от него ожидают власти. Соответственно использование такого "общественного мнения" является обычной рекламой, способом воздействия на сознания людей. В плане воздействия с этой задачей хорошо справляется пропаганда, которая так же влияет на сознание общественных масс. Проводником же этого воздействия, как правило, в основном, выступают средства массовой информации. Можно сказать, что пропаганда, средства массовой информации, реклама и общественное мнение постоянно находятся в тесном взаимодействии.

## Сравните понятия "субъект общественного мнения" и "выразитель общественного мнения". Как вы понимаете термин "мнение общества"?

Достаточно часто при обсуждении проблемы субъекта общественного мнения встречаются два понятия: "субъект" общественного мнения и "выразитель" общественного мнения. Следует различать эти понятия.

Субъектом общественного мнения может являться только общество в целом, народ, международная общественность. В данном понятии "субъект" общественного мнения выступает "творцом мнений". ООН (Организация Объединённых Наций) - яркий тому пример. Это организация, занимающаяся постановкой и решением глобальных международных проблем, как, к примеру, терроризм. В тоже время, мнения лиц этой организации являются мнением общества.

"Выразители" же являются более узким понятием. Это небольшие социальные общности: отдельные государства и народы, организации и союзы, политические и общественные деятели, рядовые граждане ("лидеры мнений", "носители" мнений). Примером этому явлению могут послужить политические партии со своими лидерами, страна и её глава.

Следует отметить, что, как и во всех областях, понятие "общественное мнение" может носить также и негативную окраску. Например, когда объектом становится фашизм. "Выразители" представляют собой достаточно сильную организацию, и в период своего расцвета принесла немало негативных последствий. Не следует забывать об этом.

В разговоре о социологическом изучении общественного мнения допускается употребление словосочетания "мнение общества". Под ним подразумеваются мысли определенной группы людей, по какому - либо заинтересовавшему их вопросу, вызвавшему дискуссию. По сути, "мнение общества" также употребляемо с понятием "выразитель" общественного мнения, как понятие "общественное мнение" с понятием "субъект" На мой взгляд, мнение общества, или общественное мнение, оно всегда противопоставляется мнению индивида.

## Заключение

Существует такое понятие, как социальная установка - устойчивая предрасположенность, готовность индивида или группы к действию, ориентированному на социально значимый объект. Общественное настроение - более широкое, чем общественное настроение, понятие, характеризующее отношение людей к экономическому, политическому, социальному состоянию общества в определенный период времени. Но и социальное настроение формируется под влиянием политических, экономических, социальных и духовных факторов. Общественное мнение, определяемое общественным настроением, объединяет и побуждает к действию определенные группы и слои населения. Человечество добилось определенных успехов в управлении фирмами и другими деловыми организациями, но управлять обществом оно пока не научилось, о чем свидетельствует история.

Каждое общество на определенном этапе своего развития создает специальный институт, называемый государством. С этого момента жизнь каждого человека начинает существенно зависеть от мудрости государственных деятелей, от институтов, которые они создают, от принимаемых ими решений. Очевидно, что решения, принимаемые на государственном уровне должны быть максимально объективными и научно обоснованными, так как от них зависит судьба общества страны и каждого его члена, поэтому государственные деятели должны использовать в работе такие знания, изучать общественное мнение и все процессы, с ним связанные.

## Список литературы

1. Социология. Учебник для вузов. Под ред.В.Н. Лавриненко, М., "ЮНИТИ ", 1998.
2. "Философия права", Г.В. Гегель, М., 1990
3. Основы социологии.М., 1993
4. Менеджмент и маркетинг в социальной сфере.В.А. Бачук, "Книжный дом", 2003г.
5. Социология. Учебник для вузов. Ю.Г. Волков, М., 1998.
6. Социология общественного мнения.Л.Н. Короткова, М., 2000.
7. www.dobroe.ru
8. BRES (Большой Российский Энциклопедический словарь)