

# **Общественность как носитель общественного мнения**

Доцент ОмГПУ Н.В.  
Вагенляйтнер

В качестве рабочего понятия будем использовать определение М. А. Шишкиной

## **Общественность –**

субстанциональный субъект публичной сферы, выступающий как совокупность индивидов и социальных общностей, которые функционируют в публичной сфере и которыми движут некие общие интересы и ценности, имеющие публичный статус

Первым признаком общественности является *публичность ее социального функционирования.*

Признаками публичности являются:

- связь с какой-либо общностью людей в деятельностном аспекте (общественное мнение, общественные дела и т. д.);
- наличие общих интересов (общее благо);
- общеизвестность, открытость общему доступу

Вторым признаком  
общественности является  
ее *характеристика как  
субъекта социального  
взаимодействия*. В этом  
аспекте общественность  
представляет собой  
субстанциональный субъект  
(индивиды (личности) и  
общности людей)

То есть,

общественность – это  
субстанциональный субъект  
социального  
взаимодействия,  
функционирующий в  
публичной сфере на  
основе публичного статуса

Знание об общественном мнении –  
междисциплинарное.

Как отмечает Б.А. Грушин, общественное  
мнение представляет собой  
**органический сплав социальных,  
психологических, идеологических и  
других элементов** [Грушин, Б.А. Мир  
мнений и мнение о мире /Б.А.Грушин. –  
М., 1967. - С.18]

К истории вопроса

Сам термин англосаксонского происхождения, встречается у английского государственного деятеля и писателя XII в. Дж. Солсбери для обозначения моральной поддержки парламента со стороны населения страны. Из Англии этот термин пришел в другие страны, а с конца XVIII в. стал общепринятым



# Гегель

считал общественное мнение «проявлением публичного сознания», фокусирующим массовые всеобщие воззрения, формой проявления «здорового человеческого смысла», отражающей состояние наиболее важных общественных дел

# Структурные элементы ОМ по Гегелю

- условия существования общественного мнения,
- объект (содержание) общественного мнения,
- носитель (субъект),
- характер суждения, выступающего в качестве общественного мнения,
- соотношение «всеобщего» и «особенного» мнений,
- сочетание и «противоположность» в «явлении» элементов истины и лжи

- Активная научная разработка социологических и социально-психологических аспектов общественного мнения велась со второй половины XIX в.
- В начале XX в. определилась основа современного социологического подхода к общественному мнению как средству интеграции индивидов в социальную общность

Теоретические основы исследования общественного мнения были заложены в книге американского журналиста **Уолтера Липмана** «**Общественное мнение**», опубликованной в 1920 г.

Основным в работе Липмана было следующее положение: ***общественное мнение - это то, как общественность воспринимает сообщения СМИ***

Среди исследователей конца XIX – начала XX в в., специально занимающихся проблематикой общественного мнения можно назвать французского социолога Г.Тарда, проф. МГУ В. М. Хвостова, американского ученого Лоуэлла

В. М. Хвостов в работе  
«Общественное мнение и  
политические партии» (1906 г.)  
связывал процесс зарождения  
общественных суждений с  
интересами классов и социальных  
групп, ролью политических партий в  
жизни России

отечественные социологи П.А.

Сорокин, Н.Н. Головин и др. Среди современных исследователей общественного мнения (вторая половина XX в.) – М.К. Горшков , А.К. Уледов , Б.А. Грушин и другие

**Соотношение понятия  
"общественное мнение" со  
смежными понятиями**



# *Мнение*

– это суждение об определенном объекте, факте, явлении и событии, принимаемом решении и т.д.

- индивидуальное;
- групповое;
- общественное.

Все три вида мнения тесно связаны между собой. Общественное мнение может существовать только через индивидуальные мнения, однако не является простой суммой частных мнений, которыми люди обмениваются в узком кругу семьи или друзей. Оно носит интегративный характер, выражая точку зрения широких социальных групп

**Общественное мнение тесно связано с явлением общественного сознания.**

Общественное сознание можно определить как систему духовных (*рационально-логических, эмоциональных, связанных с воображением, иррациональных* и т.п.) способов отношения людей к миру и самим себе, возникающую в процессе жизнедеятельности различных типов и видов социальных общностей и «обслуживающую» эту

жизнедеятельность.

# Структура содержания общественного сознания

- **теоретическое** (логическая система знаний и представлений об окружающей действительности) И **обыденное** (результат социального опыта людей, практического освоения действительности, связанное с условиями жизни людей) **СОЗНАНИЕ**;
- **общественная психология** (эмоциональное отношение людей к какому-либо событию, явлению, факту);
- **идеология** (совокупность идей, теорий, ценностей и мировоззренческих установок)

Выделяют также *ряд форм*, в которых реализуется общественное сознание:

- политические идеи;
- правосознание;
- мораль, религия;
- философия, наука;
- искусство

и т.д.

Предмет общественного мнения невозможно отождествить с какой-либо конкретной формой общественного сознания.

Оно может быть сформировано по вопросам политики или права, морали или искусства, религии и науки и т.д.

**Т. е., общественное мнение по своему предмету пронизывает все формы и уровни общественного сознания, т.е. выступает как вид общественного сознания, однако уступая ему в широте диапазона**

# Массовое сознание

– особый специфический вид сознания общества, свойственный значительным множествам людей («массам»), определяемый как совпадение в какой-то момент основных и наиболее значимых компонентов сознания большого числа разнообразных «классических» групп общества (больших и малых), однако **несводимый к ним**

[Политология: Энциклопедический словарь / Общ. Ред. и сост.: Ю.И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та. – 1993. – С. 166]

**Безоценочное** представляет собой совокупность сведений (знание, традиций, обычаев, обрядов), передающихся из поколения в поколение и принимаемых как некая социальная норма, призванная регулировать поведение людей. Эта норма не вводит массовое сознание в состояние критического отношения к себе самой (*так надо*)



**Оценочное** состояние массового сознания предполагает реакцию, определенное отношение к получаемой информации (приятие, неприятие, желание следовать или желание избежать действий). Такое состояние массового сознания, характеризующееся оценочностью, ***является общественным мнением***

Таким образом,

**ОМ – это состояние массового сознания, связанное с высказыванием (как в вербальной, так и невербальной форме оценочных суждений по социально значимым проблемам**

# Признаки и свойства общественного мнения

## Направленность

указывает на общую качественную оценку проблемы, отношение к ней в виде суждения типа «положительно – отрицательно – нейтрально», «за – против – не определился», «за – против – может быть» (*да/нет в анкете*)

# Интенсивность

показатель того, насколько люди серьезно относятся к своему мнению независимо от его направленности.

Формой измерения интенсивности (и одновременно направленности) могут служить ответы респондентов на вопросы анкеты типа «полностью согласен – согласен – мне все равно – не согласен – категорически не согласен»

# Стабильность

длительность времени, на протяжении которого значительная часть респондентов неизменно проявляют одну и ту же направленность и интенсивность чувств.

Фиксация стабильности мнения требует сопоставления результатов не менее двух наблюдений в различные моменты времени

# **Информационная насыщенность**

показывает, каким объемом знаний об объекте мнения владеют люди.

Например, у стойких приверженцев тех или иных кандидатов зачастую имеется твердое мнение о своих избранниках, несмотря на то, что они располагают весьма скудной информацией, которая подкрепляла бы их предрасположенность

# Субъект и объект общественного мнения

# Субъект ОМ

все множество социальных групп и слоев (или их массовую совокупность), формирующих и выражающих свои оценочные суждения по поводу объектов, затрагивающих их интересы  
*(территориальная или национальная общность, население территории или какая-либо его часть; мировое сообщество, народ в целом, социально-классовые, социально-территориальные, профессиональные, демографические общности людей, а также первичные*



*Выразителями общественного мнения могут быть любые объединения людей, организации, средства массовой информации (газеты, радио, телевидение и т.д.), а также отдельные люди.*

Большое значение в этом процессе имеют **лидеры мнений** – меньшинство индивидуумов в какой-либо области социальной жизни, оказывающие влияние на идеи других

# Объект ОМ

– это то, по поводу чего складывается ОМ.

Это любые явления природного и социального мира.

Общественное мнение чаще, быстрее и энергичнее реагирует на явления социального мира, нежели на явления природного мира, ведь социальная реальность – непосредственная, ближайшая сфера интереса ОМ

Реально объектом общественного мнения становится весьма ограниченный круг проблем. Критерием его выделения является актуальность проблемы

- Факт
- Событие
- Явление (процесс)

# Основные функции общественного мнения

Впервые типология функций общественного мнения разработана Б.А. Грушиным.

Исследователь классифицирует функции в зависимости от

- 1) характера взаимодействия мнения и тех или иных социальных институтов или отдельных лиц, в первую очередь, характера влияния, воздействия первого на вторых;
- 2) содержания высказываемого мнения;
- 3) его формы

# характер взаимодействий

*экспрессивная* (ОМ всегда занимает определенную позицию по отношению к фактам социальной жизни);

*Консультативная* (ОМ «дает совет» относительно способов разрешения тех или иных проблем с точки зрения интересов большинства);

*директивная* (ОМ «выносит решение» по тем или иным проблемам, имеющее строго императивный характер)

# содержание и воздействие

- *оценочная функция*
- *аналитическая*
- *конструктивная*
- *регулятивная функция*

# формы высказанного общественного мнения

- *позитивная функция.* Здесь общественное мнение играет роль субъекта, так или иначе программирующего социальные процессы;
- *негативная функция.* В ней проявляется роль субъекта, выступающего с негативным заявлением и не предлагающего взамен никакой своей программы



Наиболее полную систему функций общественного мнения представил **Д. П. Гавра.**

Все функции общественного мнения он подразделяет (классифицирует) на две группы: *функции общественного мнения как **социального явления** и как **социального института***

В

группу *неинституциональных*

*функций*

исследователь относит

воспитательную, социального

контроля и регуляции,

социализации, ориентации в мире и

его объяснения (при ее реализации

общественное мнение

удовлетворяет потребности

индивидов в непротиворечивой

картине мира, социальной

реальности)

# Группу *институциональных функций*

составляют функция легитимации, оценочная, информационная, регулятивная, контрольная, директивная, целеполагающая, защитная (общественное мнение берет под опеку либо отдельных лиц, либо социальные институты), консультативная, номенклатурная (возможность общественного мнения участвовать в формировании политической и управленческой номенклатуры)

# **Каналы выражения общественного мнения**

- средства массовой коммуникации,
- массовые опросы населения,
- референдумы,
- голосование на выборах органов власти,
- письма,
- обращения в органы власти/различные организации,
- собрания,
- МИТИНГИ,
- демонстрации,
- пикеты,
- забастовки,
- массовые беспорядки и др.

- Общественное мнение также могут выражать лоббистские структуры, общественные организации, движения, политические партии

# **Структура общественного мнения**

Базисная структура общественного мнения с позиций гносеологического подхода имеет три компонента:

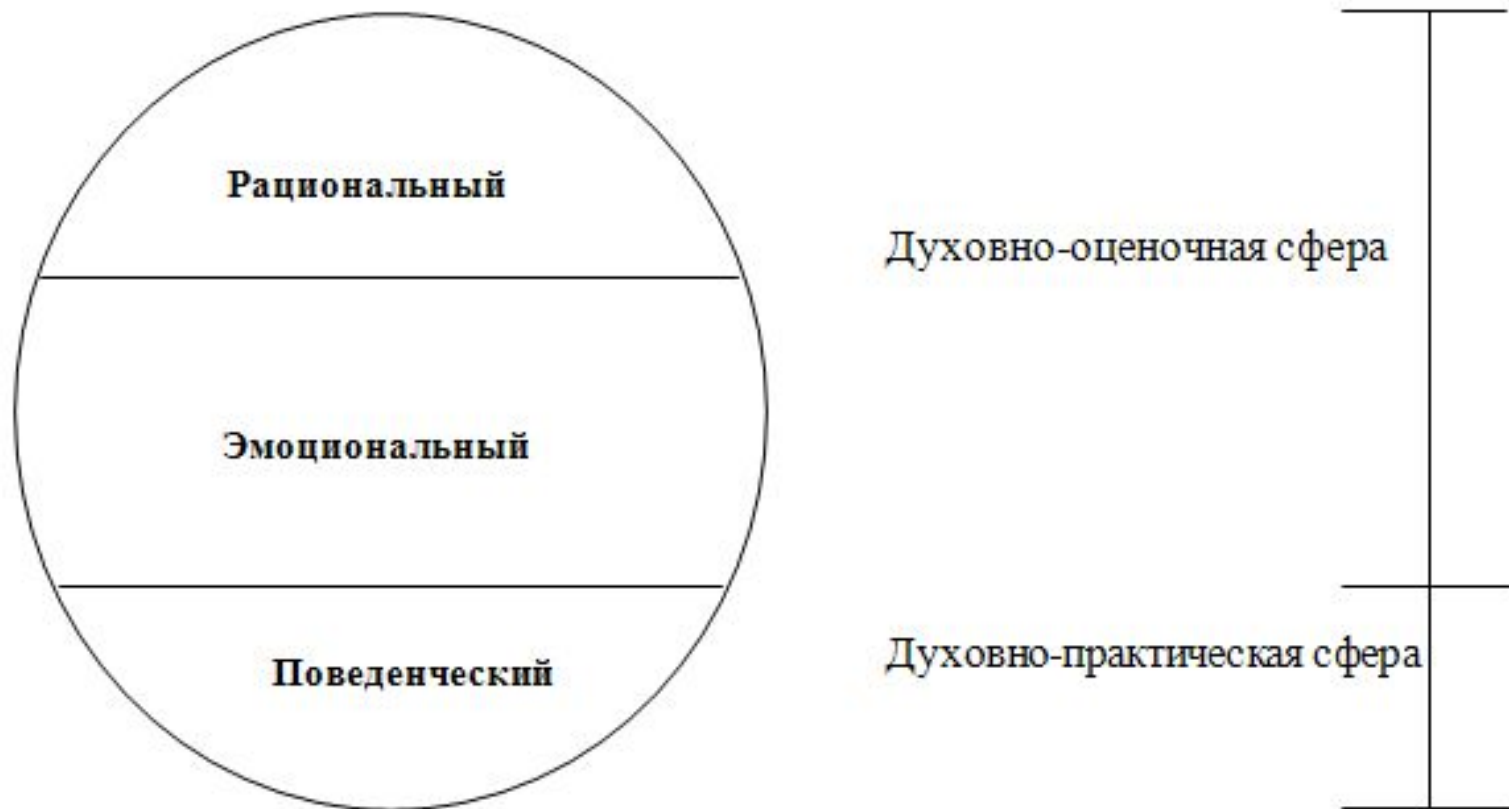
- *рациональный,*
- *эмоциональный*
- *волевой (или поведенческий)*

Такое трехблочное расчленение объекта изучения является общепринятым в теории общественного мнения, им широко оперируют А. Уледов, М. Горшков, О. Иванов, Р. Сафаров и др.

[Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П. Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.]



Схематично *структуру общественного мнения* можно представить так:



Сидоренко В.А. Общественное мнение.  
Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во СКАГС, 2009. 70 с.

# Рациональной

**Рациональный (познавательный, интеллектуальный) компонент** является определяющим.

Это конкретные сведения, относящиеся к области рационального знания людей о фактах и событиях, явлениях и процессах, ставших объектом пристального общественного внимания.

Сюда следует отнести также ценностные ориентации, оценочные суждения, нормы, правила, предпочтения и т.п.

## Эмоциональный компонент

– это чувства, переживания, настроения, образующиеся в обществе по поводу актуальных социально значимых событий.

Эмоциональный компонент определяет выразительность общественного мнения, придает общую направленность переживаемым в нем идеям, взглядам, знаниям

Рациональный и эмоциональный компоненты представляют собой **оценочно-ценностную сторону общественного мнения, то есть социальную оценку.**

Она проявляется через конкретные *оценочные суждения* общественного мнения (общественные суждения), в которых выражено отношение субъекта мнения к объекту действительности.

Оно и выступает как *духовно-оценочное отношение* (см. выше схему структуры ОМ)

## Поведенческий (волевой) компонент

формируется на основе социальной оценки. Рационализируясь и получая эмоциональную подпитку, общественные волевые побуждения выражают само *стремление субъекта* к практическому осуществлению оценочных суждений, представленных в общественном мнении.

Это не что иное, как факт глубокого понимания людьми значимости занятой ими позиции, готовности провести ее в жизнь (духовно-практическая сфера)

Таким образом, общественное мнение, будучи изначально оценочным общественным суждением, обладает способностью **стимулировать практическую деятельность людей** (от обращения в СМИ до проведения акций протеста и неповиновения)  
(по материалам Сидоренко В.А. Общественное мнение.

Учебное пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во СКАГС, 2009. 70 с.;  
Социология общественного мнения : учебное пособие / сост. Е.П.  
Селькова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. – 84 с.)