

План лекции

- 1. Элементы культуры, культурные универсалии, культурные образования.**
- 2. Понятие, субъект, объект, функции общественного мнения.**
- 3. Средства и этапы формирования общественного мнения. Слухи как неформальная коммуникация.**

Вопрос 1

Социология культуры изучает

- закономерности функционирования культуры в обществе: ее место и роль в обществе;
- содержание, формы и направления культурной деятельности;
- культурный уровень разных социальных групп;
- культурные потребности и уровень их удовлетворения;
- состояние, содержание и эффективность деятельности социальных институтов и учреждений культуры;
- особенности публики и репертуар культурных учреждений, проблемы управления в сфере культуры.

Цель социологического исследования культуры – установить производителей культурных ценностей, каналы и средства ее распространения, оценить влияние идей на социальные действия, на формирование или распад групп или движений.



Объект социологии культуры – язык, знания, нормы, ценности, мораль, религия, СМИ, обычаи, ритуалы, мода, стиль жизни, жанры искусства и пр.



Социальные функции культуры

стимулирования	культура представляет собой совокупность материальных и духовных ценностей, на достижение которых направлена человеческая деятельность
программирования	культура является совокупностью знаков и символов, которые фиксируют социальный опыт
реализации	в ходе активности человека, происходит воспроизводство уже имеющихся, и создаются новые культурные образцы
регулирующая	культура регулирует деятельность человека посредством традиций, ритуалов, ценностей, знаков

Закономерности в развитии культуры

- Зависимость типа культуры от природных и искусственных условий жизни общества и ее обратное влияние на их изменение.
- Преемственность в развитии культуры.
- Неравномерность развития культуры:
 - а) расцвет и упадок культуры не совпадают с эпохами расцвета и упадка в других сферах общественной жизни, например, в экономике;
 - б) сами виды культуры развиваются неравномерно.
- Особая роль личности, человеческой индивидуальности в культурном процессе.
- Качественные изменения в науке и технологии, открывают новые возможности для производства и распространения культурных ценностей.

Качественные скачки в развитии культуры:

- **появление письменности**, позволившее сохранять многие произведения культуры и обмениваться ими;
- **изобретение книгопечатания**, благодаря которому резко увеличился объем распространения культурной продукции;
- **современные достижения науки и техники** (телевидение, видео- и звукозапись, голография, новые материалы в архитектуре и пр.).
- достижение XX века – **внедрение персональных компьютеров** и глобальной сети «Интернет».

Показатели уровня развития культуры

- количество культурной продукции,
- наличие мировых образцов произведений искусства,
- сочетание новейших по форме произведений с традиционной культурой,
- высокий престиж культурной деятельности и деятелей культуры,
- престиж отечественной культуры за рубежом,
- широкое участие самодеятельных художников, музыкантов и т. д. в культурной жизни и пр.

Основные элементы культуры

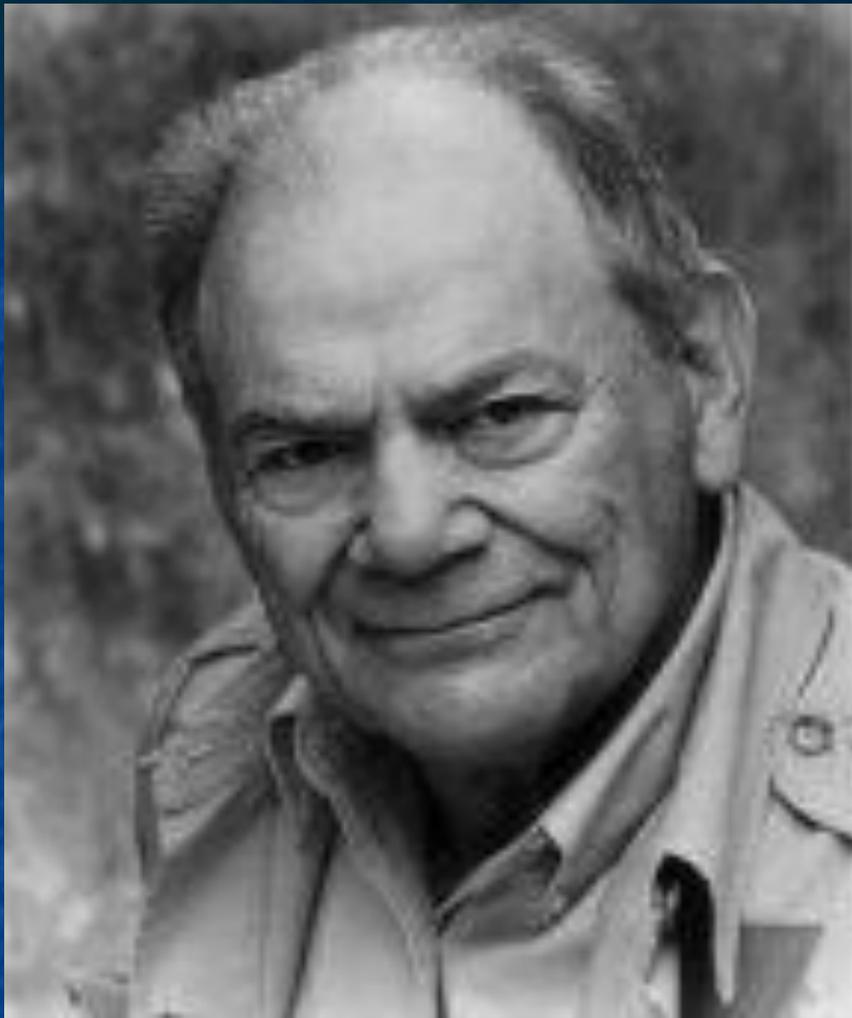
Язык - построенная определенным образом знаковая система; смыслы и значения, содержащиеся в языке, порождены социальным опытом и отношениями человека к миру.

Ценности - предпочтительные для индивида или группы значения явлений; представления о значимом, важном; позволяют различать желательное и нежелательное.

Нормы - это формы регуляции поведения в социальной системе; нравственные требования, регулирующие поведение людей посредством общих предписаний и запретов, распространяющихся на однотипные поступки.

Культурные универсалии — типовые аспекты жизни, которые проявляются во всех известных обществах. Общие явления, присущие всем человеческим культурам на всех этапах развития.

Культурные универсалии - это такие нормы, ценности, правила, традиции и свойства, которые присущи всем культурам, независимо от географического места, исторического времени и социального устройства общества.



в **1959** г. Джордж Мердок

проанализировал более
600 конкретных
культур и

выделил более **70**
универсалий

Джордж Питер
Мёрдок
1897-1985 гг.

- *возрастная градация,*
- *нательные украшения,*
- *календарь,*
- *соблюдение чистоты,*
- *общинная организация,*
- *приготовление пищи,*
- *кооперация труда,*
- *космология,*
- *ухаживание,*
- *танцы,*
- *декоративное искусство,*
- *гадание,*
- *толкование снов,*
- *разделение труда,*
- *образование и т. д.*

Уровень культуры, связанный с коллективной ментальностью того или иного народа включает убеждения, стереотипы и архетипы.

Убеждения	<i>это глубоко укорененные в сознании людей ценности, представления и установки.</i>
Стереотип	<i>это готовый, стандартный способ, рамка восприятия окружающего мира.</i>
Культурный архетип	<i>первичные социокультурные идеи, лежащие в основе этно- и национальных культур и достаточно устойчивые по отношению к социальной и даже исторической динамике общества.</i>

Культурный архетип – это первоначальный, образ, склад культурного поведения, задающий общую структуру личности и в системе культуры характеризующий ее как самостоятельный национальный или историко-культурный тип.

Архетип (от греч. *arche* - начало и *typos* - образ) - бессознательная форма восприятия фундаментальных структур обыденной жизни, используется для обозначения связи образов, переходящих из поколения в поколение (образы Бога, вождя, матери, ребенка, братьев, сестер и ситуации, отношения сына с родителями, рождения и смерти и т. д.).

Архетипы славянских народов

Позитивные элементы мира

Верх

Правый

Свой

Близкий

Сухой

Мужской

Доля

Светлый

Счастье

Жизнь

Главный

Негативные элементы мира

Низ

Левый

Чужой

Дальний

Мокрый

Женский

Недоля

Темный

Несчастье

Смерть

Неглавный

Специфические культурные образования



Субкультура – автономное целостное образование внутри господствующей культуры, определяющее стиль жизни и мышления ее носителей, отличающееся своими обычаями, нормами, системами ценностей.

Контркультура – конфликтная культура несущая социально-культурные установки, противостоящие фундаментальным принципам западной культуры.







*ввел в научный оборот
в 70-х годах 20 века понятие
культурного уровня*

***Культурный уровень** -
результат культурной
деятельности человека,
его активность в
использовании и создании
культурных ценностей.*

***Лев Наумович
Коган
1923 – 1997 гг.***

Объективные показатели и индикаторы культуры личности

- уровень образования;**
- объем и глубина усвоенных знаний, активность в освоении мирового и национального культурного наследия;**
- участие в создании и распространении культурных ценностей;**
- денежные и временные затраты на приобщение к миру культуры;**
- наличие технических средств, обеспечивающих доступ к сокровищнице культурных ценностей.**

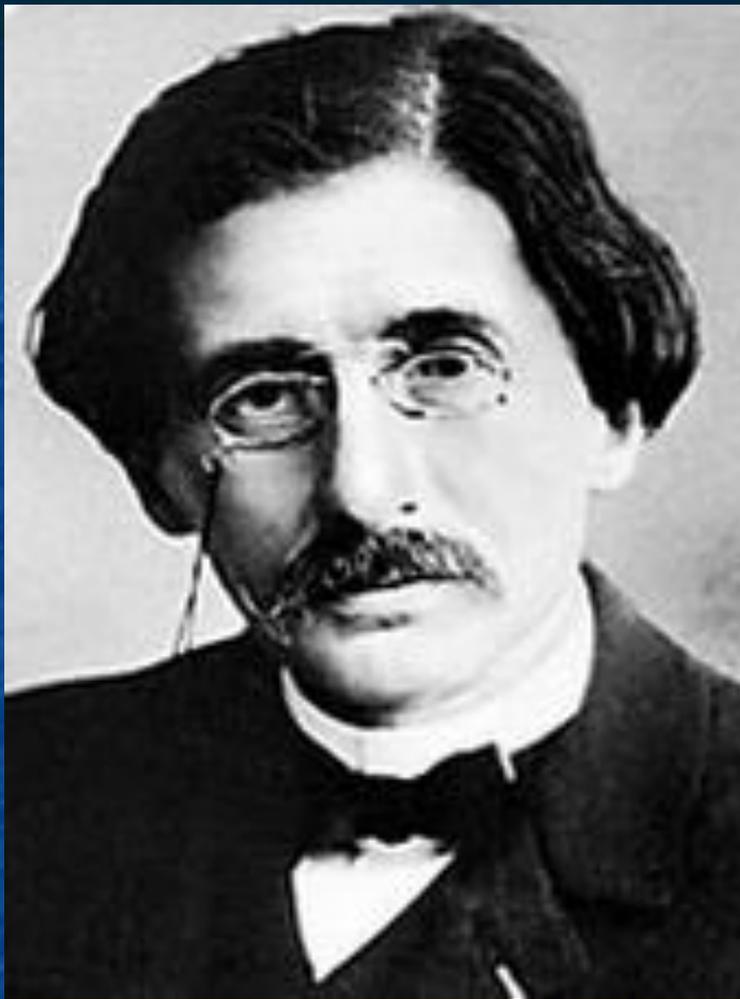
Субъективные показатели культуры личности

- наличие сформировавшейся установки в приобщении к миру культуры;
- наличие установки на постоянное расширение своего кругозора, пополнение объема и углубление знаний;
- художественные эстетические ценностные ориентации;
- нравственные ценности ориентации;
- наличие эстетического вкуса.

Вопрос 2

Общественное мнение — это состояние общественного сознания, представляющее собой явное или скрытое отношение социальной общности к явлениям, событиям и фактам общественной жизни, отражающее определенную коллективную позицию по проблемам, представляющим определенный интерес.

Может выступать в форме позитивных и негативных суждений.



**Жан Габриэль
Тард
1843-1904 гг.**

**Термин впервые прозвучал в
работе
«Общественное мнение и
толпа» 1902 г..**

**В 1759 г. впервые его
употребил Джон Солберн в
парламентской речи.**

Субъект общественного мнения — народное большинство — обладает внутренней структурой (классы, отдельные слои, группы и другие общности, отдельные личности).

В рамках этих общностей и формируется общественное мнение.

Объект общественного мнения — это то, по поводу чего складывается общественное мнение, значимые для большого числа людей **интересы, ценности, события, явления, решения и проблемы.**

Чем сильнее объект затрагивает интересы людей, тем рельефнее проявляется общественное мнение.

Основные признаки

- общественное мнение включает не все точки зрения, имеющиеся у людей, а лишь **связанные со значимой ситуацией**;
- общественное мнение по конкретным вопросам в одной ситуации может коренным образом отличаться от общественного мнения в другой ситуации;
- общественным мнение становится лишь в случае его публичного выражения или остается индивидуальной точкой зрения;
- общественное мнение должно обладать определенностью и сохраняться на протяжении определенного периода времени.

Функции общественного мнения

контрольная	общественное мнение контролирует институты власти и государства
консультативная	общественное мнение дает советы органам власти
директивная	решения по проблемам социальной жизни принимаются с помощью референдума
оценочная	общественное мнение дает оценку людям, событиям, решениям

Вопрос 3

В ходе развития общественное мнение проходит стадии **возникновения, формирования и функционирования.**

Возникает общественное мнение **стихийно**, в ответ на внешний стимул или **сознательно**, в интересах манипуляторов общественного мнения.



Динамика общественного мнения

- 1. Рождение**
- 2. Достижение определенной степени развития**
- 3. Смерть или реализация себя в конкретных проявлениях жизни.**



**Основные методы формирования —
внушение, убеждение, подражание.**

**Этапы формирования
общественного мнения:**

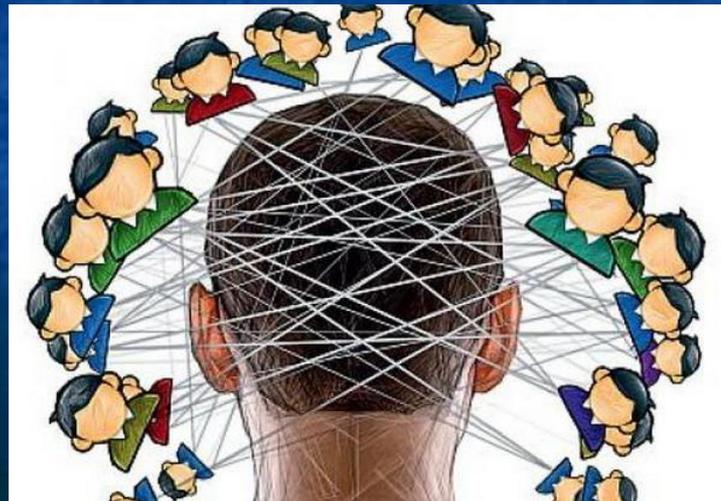
- зарождение индивидуальных мнений,
- обмен мнениями,
- кристаллизация общей точки зрения из многих мнений,
- переход к практическому состоянию.

Формы проявления общественного мнения

- **Проведение съездов, конференций, обсуждений, симпозиумов, семинаров, тренингов, коллоквиумов;**
- **Участие в выставках, торговых шоу, ярмарках;**
- **Собрания акционеров, встречи с общественными и государственными организациями, лоббирование**
- **Ответы на вопросы, публичные выступления, беседы, лекции, форумы, круглые столы, доклады;**
- **Митинги, протесты, демонстрации, забастовки и т.д. (т.е. массовые поведенческие проявления общественного мнения);**

Манипулирование общественным мнением – это один из способов господства и подавления воли граждан через программирование их поведения.

Данное воздействие направлено не на отдельных индивидов, а на общество в целом, оно ставит своей задачей изменение мнений, побуждений и целей людей в нужном манипуляторам направлении.



Требования к максимально эффективному формированию общественного мнения

- Точно определить социальный слой населения, на который нужно воздействовать, его демографические, социально-психологические признаки.
- Определить проблематику, выносимую на обсуждение, ее актуальность, учесть свойства и характеристики СМК.
- Наладить механизм общественных дискуссий, уважения к мнению меньшинства.
- Создать постоянно действующую систему фиксации и изучения общественного мнения в лице государственных, коммерческих и научных центров.
- Создать надежные правовые гарантии, дающие возможность общественному мнению осуществлять директивную и контролирующую функции.

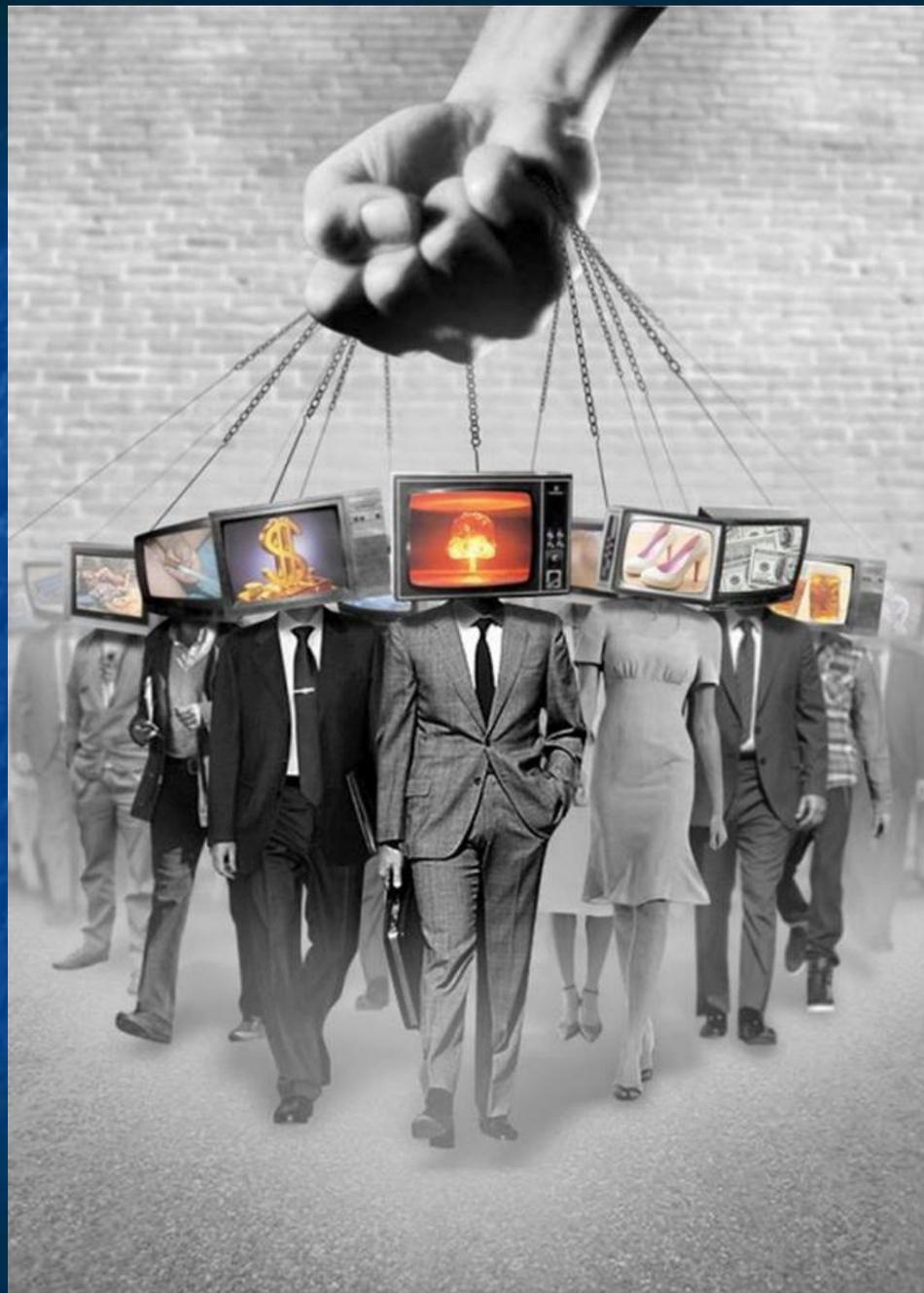
Основные средства формирования общественного мнения

- средства массовой информации,**
- устная пропаганда,**
- политическая агитация,**
- межличностное общение.**

Манипулятивные приемы в СМИ

- Манипулирование информационными потоками;
- Фабрикация фактов (прямая ложь) или дезинформация;
- Принцип демократии шума;
- «серая» пропаганда ;
- Повторение;
- Дробление проблемы;
- Срочность;
- Сенсационность;
- Формирование и распространение образов;
- Использование слов, относящихся к основным ценностям общества;

- Прием «сияющего обобщения»;
- Наклеивание ярлыков;
- Создание образа коллективного врага;
- Перенос положительного образа;
- Использование авторитетных групп и стремления людей отождествлять себя с обществом;
- «игра в простонародность», такой же, как все мы;
- Дополнительное свидетельство;
- Манипуляция посредством воздействия на эмоции;
- Использование пугающих тем и сообщений;
- «Использование фактора юмора.



Сформированное общественное мнение *имеет интегративный характер*, это не простая сумма мнений, а концентрированное выражение коллективного разума, сплав мнений общества.

Содержание сложившегося общественного мнения составляют лишь те оценки, которые разделяются большинством, даже если они не истинны.



Слухи — сведения, достоверность которых не установлена и которые передаются от человека к человеку посредством устной речи.

Слухи представляют собой **быстро распространяющееся по неформальным каналам сообщение**, в основе которого лежит подлинный факт, но которое отличается по содержанию от этого факта и несет в себе оттенок нереальности, искажения.

Факторы распространения слухов

- 1. проблемная ситуация, создающая информационную потребность;**
- 2. неудовлетворительность или отсутствие информации, информационная неопределенность;**
- 3. уровень тревожности индивидов.**

Виды слухов

по содержанию — политические, экономические, бытовые, экологические и т.п.;

по временной ориентации — касающиеся прошлого, настоящего, предсказывающие;

по типу происхождения — спонтанные, преднамеренные;

по отношению к реальности — рациональные, фантастические.

- **слух-мечта** - отражает надежды и стремления тех людей, среди которых он циркулирует;
- **слух-пугало** - выражает распространенные в обществе страхи и тревоги.

Такие слухи обычно возникают в периоды социального напряжения или острого конфликта;

- **слух-разделитель** - основан на распространенных в обществе негативных предрассудках относительно других социальных групп, что влечет за собой резко негативное отношение (вплоть до агрессии) к этим группам.

Результаты воздействия слухов

1. индивидуальный уровень:

- а) адаптация к среде;
- б) дезинтеграция индивида;

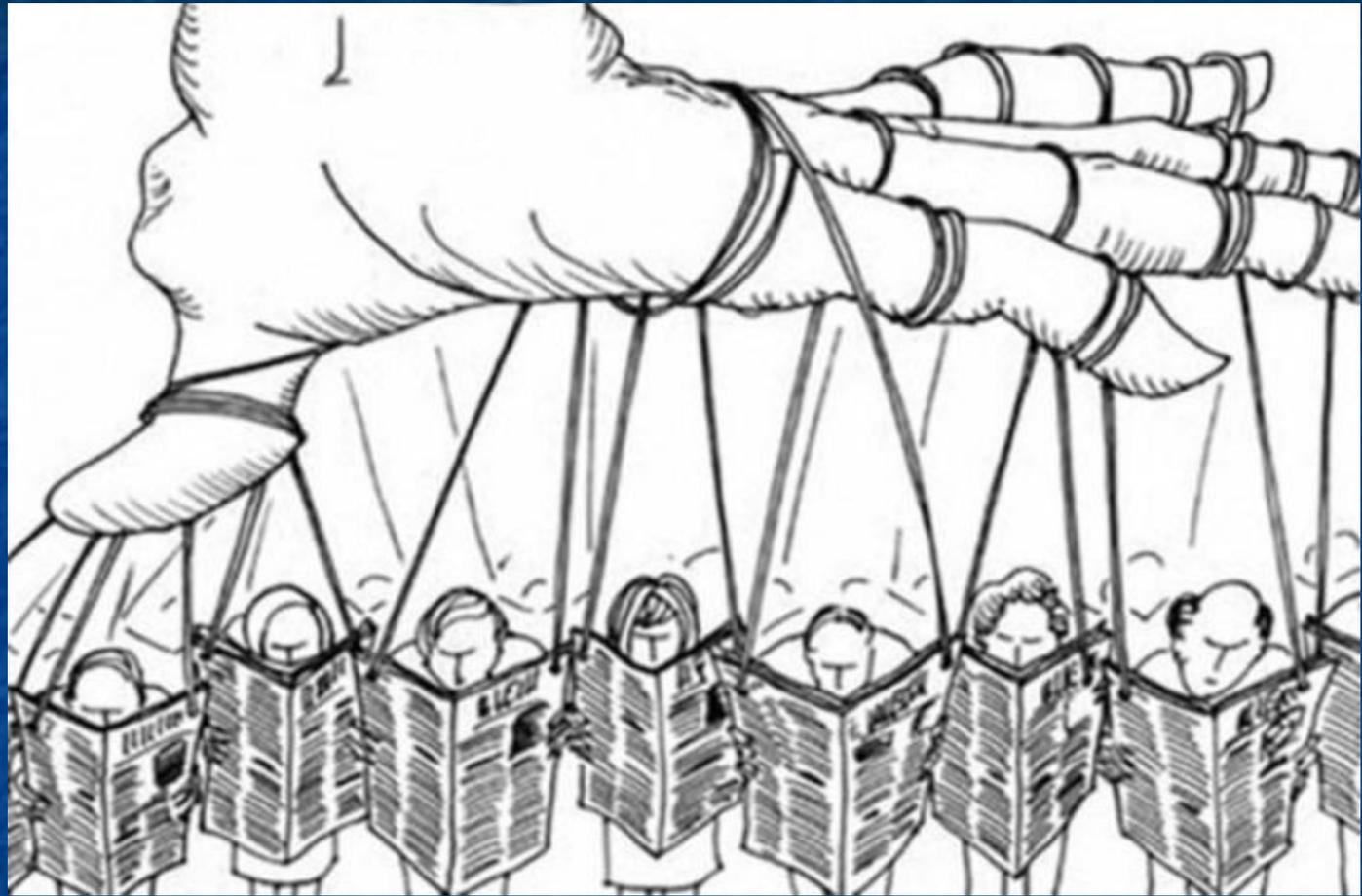
2. групповой уровень:

- а) сплочение;
- б) разобщение;

3) массовый уровень: изменения общественного мнения и коллективного поведения.

Профилактика слухов может быть сведена к распространению своевременной обширной и убедительной информации.





Спасибо за внимание!