

История социологии общественного мнения



В античности искали разницу между истинным и вымышленным, аристократией и плебсом.



- У Платона – общественное мнение = аристократии
- Софисты впервые начали за плату обучать манипуляциям с о.м. в Риме трибуны профессионально занимались риторикой
- Н. Макиавели – правителю надо внушать любовь и страх, государь должен обо всем спрашивать... выслушивать правдивые ответы, и беспокоится если кто то боится ему говорить правду.
- Ф. Бэкон – отделял мнение низкообразованной толпы основанное предрассудках как препятствующее познанию

Т. Гобс считал что есть неписанный договор: задача государства – благо народа, а общества – поддержка короля. Знание мнения = нужд народа. Знание нужд = умению управлять.

- Д. Локк считал что и народ и власть равны перед законом. Народ имеет право не поддерживать и критиковать плохое правительство. «закон мнения» - поведение человека зависит от оценки которую он получает от общества.
- Ш. Монтескье – патриотизм развивается при демократии, а добродетель держится на религии
- Руссо – власть должна зависеть от мнения и контроля народа

- Г. Гегель – противопоставил мнение всего народа (субъекта)- мнению многих. В о. м. есть и заблуждения и истина.
- В целом 3 подхода к о.м.
- 1. о. м. создают лидеры и мыслители(Платон, Макиавелли)
- 2 о.м. создают умные классы и элиты (Блумер)
- 3. о.м. создают простые люди. А)народ как единый суверен (Руссо, Гегель), б)народ как масса, толпа (Ле Бон), в) народ как общественность - группа с неким признаком но без общего интеллекта(Тард)

- Начало эмпирической социологии о.м. 19 в. положили «соломенные опросы» по поводу результатов президентских выборов США (Д. Селден). Выборки были всегда нерепрезентативны. Напр. «Литературное обозрение» рассылало анкеты подписчикам с 1916 до 1936.
- **Габриэль Тард** в «общественное мнение и толпа» предложил исследование роли СМИ и их воздействие на аудиторию газет. Тард разделил публику-общность (субъект формирующий о.м. через потребление одной информации и выработку одних оценок) и толпу. О.м. =

- Густав Ле Бон – «психология народов и масс»- изучал как из набора индивидов возникает «душа толпы». Толпа – субъект массового сознания и о. м. Выделил психологические свойства толпы: внушаемость, соц-псих. заражение, подражательность. Принципы: 1) подчинение «я»- коллективному бессознательному, 2) эффект заражения.
- Ф. Теннис – сравнил функции современного о. м. и религии общин
- У. Липпман – «о.м.»люди ограничены и ленивы поэтому выбирают упрощенные схемы –стереотипы, которые подменяют истину. Только развитие о.м. может поменять их мышление.
- Г. Блумер – интеракционист. О.м.- формируется как коллективное поведение, спор групп по проблемам, общественность противостоит неосознанной массе.

- а в 20-30х гг. 20 в. Джордж. Гэллоп разработал метод опроса читателей газет и создал свой институт о.м. Изучал рынки и полит. мнения электората. Основал Гэллоп инт.
- Арчибальд Кроссли - разработчик методов опроса и выборки радиоаудитории, рекламы.
- Э. Роупер исследование рынков, угадали по опросам президента в 1936 но провалились в 1948 г. начал исследование радио аудитории. Открыл центр и базу о.м. при ун-те Коннектикута
- Хэдли Кэнтрил – советник президентов, ЦРУ, сената, изучал психологические установки, восприятие, роль пропаганды, методики опросов.
- .

● Юрген Хаберманс – «Публичная сфера» считал что о.м. может сформироваться в сообществе где: есть универсальный подход(общие правила), рациональная дискуссия, пренебрежение рангом.

Сегодня везде о.м. инструмент манипуляции элит массами, а демократия с учетом о.м. это идеал но нигде он не достигнут.

Пьер Бурдьё – считал что о.м. это динамическая система постоянно меняющейся раскладки сил, а «голая цифра» ничего не объясняет. О. м. не является суммой индивидуальных мнений. Опросы фабрикуют мнения в угоду элит, а не фиксируют их.

Элизабет Ноэль Нойман – методики её института демоскопии дают погрешность результатов 0-1%. Феномены «Спирали молчания» и «сдвига последней минуты». СМИ формируют страхи и о.м.

Современные центры изучения о.м.



- Работает Гэллап инт.- 60 организаций и Роупер-цэнтр с огромной базой данных по о.м.
- Global market inst. (GMI) 37 языков 14000 клиентов 13млн. респондентов
- Taylor Nelson Sofres (TNS) В 2006 70 стран 14000 сотрудников , онлайн опросы болие 16 млн.
- С 2001 г. в Евросоюзе работает Евробарометр
- В СССР Б. Грушин, Ю. Левада – ВЦОМ в России левада –центр:
- У нас институт социологии НанБ, НИСЭПИ.