

Социология общественного мнения



Понятие общественное мнение

Общественное мнение – это состояние массового сознания, заключающее в себе отношение различных групп людей к событиям и фактам действительности

Общественное мнение – оценочно-познавательная деятельность социальных общностей, находящая выражение в коллективно выработанных и широко распространяемых суждениях, эмоциях, поведенческих установках по поводу общественно значимых проблем и явлений



История термина «общественное мнение»

- Термин «public opinion» появился в Англии во второй половине 12 века в публикациях писателя и общественного деятеля Дж.Солсбери. В 18 веке это понятие стало общепринятым и возник знаменитый афоризм «Глас народа – глас Божий»
- Прикладное изучение общественного мнения началось в 19 веке в США. Наиболее авторитетным центром изучения общественного мнения в США является международная сеть Дж. Гэллапа, а в Европе Институт демоскопии в Германии, которым много лет руководила Э.Ноэль

Структура общественного мнения

- **Объекты ОМ** (отдельные факты, события (комплекс фактов), социальные явления или процессы)
- **Субъекты ОМ** : субъекты-создатели «творцы» мнений и субъекты-носители – «лидеры» мнений и массовая публика. Субъектом ОМ может быть как общество в целом, так и отдельные социальные группы

Кроме того в структуре ОМ выделяют

- **рациональный компонент** (знания субъекта об объекте)
- **ценностный компонент** (социальные оценки объекта)

Источниками ОМ являются:

- Молва, слухи
- Индивидуальный опыт людей
- Общественный опыт как опыт группы, ближайшего окружения
- СМИ

Основные функции общественного мнения

Функции общественного мнения

Регулятивная – позволяет поддерживать и изменять существующую систему норм и ценностей

Социализации – позволяет формировать систему норм и ценностей

Оценочная – показывает отношение людей к социальным явлениям

Контрольная – оказание морального воздействия общества на власть с целью изменить соц. процессы

Защитная – позволяет обеспечивать права и свободы человека

Консультативная – получение информации и предложений по решению социальных проблем

Директивная – предписывает принятие тех или иных решений на основании волеизъявления людей

Социально-психологические свойства общественного мнения

- ОМ отражает реальное состояние общественного сознания, интересы и настроения различных групп общества
- ОМ показывает конкретное состояние общественного сознания в тот или иной период времени
- ОМ концентрирует внимание на отдельных сторонах социальных процессов (избирательность)
- ОМ отражает позицию большинства, которая не всегда может быть истинной
- ОМ присуще внутреннее единство
- Сила и авторитет ОМ обусловлены его опорой на большинство общества

Характеристики общественного мнения

Основные
характеристики
общественного
мнения

Интенсивность

(пассивное одобрение или неодобрение, вербальная поддержка или возмущение, активное содействие Или протест)

Направленность
(положительная, нейтральная, отрицательная)

Действенность
(созидание, безразличие, разрушение)

Динамика общественного мнения

```
graph TD; A[Динамика общественного мнения] --- B[Стадии изменения общественного мнения]; B --- C[Возникновение]; B --- D[Формирование]; B --- E[Функционирование];
```

Стадии
изменения
общественного
мнения

Возникновение

(наличие интереса
к объекту мнения,
обращение к
источникам
информации,
выражение
оценок на различных
уровнях)

Формирование
(взаимодействие
индивидуальных
и групповых оценок
и образование
общего мнения)

Функционировани
е

(реальные
практические
действия как
результат
предшествующих
стадий)

Формы выражения и каналы воздействия ОМ на ситуацию в обществе

- Выборы
- Участие в общественных организациях
- Референдумы
- Пресса
- Выборочные опросы
- Массовые обсуждения, публичные слушания

История опросов общественного мнения в России

В 1987 году был создан ВЦИОМ (Всероссийский Центр изучения общественного мнения) , первым руководителем которого стала Т. Заславская.

Ее заместителем был известный российский социолог Б.Грушин – автор нескольких книг по проблемам общественного мнения.

В настоящее время наряду со ВЦИОМ крупнейшими Центрами изучения общественного мнения являются ФОМ (фонд общественное мнения) , Левада-центр (Центр носит имя известного российского социолога Ю.Левады, который долгое время возглавлял ВЦИОМ)