



Общественное мнение

ХАРАКТЕРИСТИКИ, ФУНКЦИИ, КОМПОНЕНТЫ, УСЛОВИЯ
ФОРМИРОВАНИЯ, ЭТАПЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА, ВИДЫ



Общественное мнение -
характеристика

Определение

Общественное мнение социальной общности есть специфический способ проявления состояния сознания этой общности, в котором опосредствованно и обобщенно отражается отношение большинства ее членов к фактам, событиям, явлениям в объективной или субъективной действительности, вызвавшим их интерес и дискуссий, и которое воплощается в оценочных суждениях или практических действиях членов данной общности.

Проще говоря, 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.

Внимание к общественному мнению важно!

Во-первых, как своеобразное явление духовной жизни, общественное мнение непосредственно связано с материальным носителем, который определяет реальную силу этого мнения, его черты и свойства: с людьми. При этом, чем более широкие слои выступают носителем общественного мнения, тем большим социальным авторитетом и действенностью оно отличается, **тем в большей степени заставляет собой считаться.**

Во-вторых, в каждом конкретном случае общественное мнение уходит своими корнями в те или иные потребности и интересы людей, заявляя самим фактом своего существования о важности их учета и удовлетворения.

В-третьих, общественное мнение как социально-психологический феномен является активным **стимулятором социальных действий** и поступков масс, способным придавать им широкий размах и стабильность в течение различного, нередко довольно продолжительного времени.

В-четвертых, практика действительных, неформальных выборов руководящих органов, руководителей всех рангов, включая лидеров мнений и потребительский выбор, вольно или невольно заставляет держать руку на пульсе общественного мнения даже тех, кто недостаточно полно понимает важность изучения и учета общественного мнения в повседневной практической работе.

Содержание общественного мнения

- 1) ОМ - это конкретный вывод определенной общности людей по тем или иным объектам, своего рода итог мыслительной деятельности людей;
- 2) критериями отбора при формировании общественного мнения служат общественные интересы и потребности. Только те явления или факты общественной жизни становятся его объектами, которые привлекают к себе внимание, вызывают потребность в выработке по ним общего суждения;
- 3) массовые суждения людей обладают различной степенью объективности (истинности). Потому 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 т. д. Общественное мнение, не имеющее в своей основе твердого научного фундамента, может быть ошибочным. Суждение научной критики нередко заменяется предрассудками, выдаваемыми за общественное мнение;
- 4) ОМ выступает в качестве специфической побудительной силы, регулирующей поведение людей, их практическую деятельность. Выступая в качестве «материальной» регулирующей силы, оно относится к активной, т. е. овладевшей массами, части общественного сознания. Общественное мнение в этом случае не только отражает определенный уровень знаний людей по тому или иному вопросу, но и фиксирует их активное отношение к объекту мнения, образуя подобие сплава рационального, эмоционального и волевого компонентов. Этот феномен существует в сознании людей и выражается публично, выступая, в свою очередь, как мощное средство общественного воздействия;
- 5) общественное мнение представляет собой специфический продукт взаимодействия людей, своего рода соединение мнений, нивелированных, измененных, образовавших новое качество, не сводимое к простой сумме индивидуальных мнений.

Общественное мнение как порождение объективных

УСЛОВИЙ

Общественное мнение не может существовать вне системы экономических, социально-политических, идейно-нравственных отношений. Оценочные суждения, содержащиеся в этом феномене, имеют социальный характер. Г.В. Плеханов в «Очерках по истории материализма»: «общественное мнение имеет свои корни в социальной среде и в конечном счете в экономических отношениях; это не противоречит тому, что всякое данное «общественное мнение» начинает стареть, как только начинает стареть вызывающий его способ производства».

Функции общественного мнения

ФУНКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ РАЗЛИЧАЮТСЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ХАРАКТЕРА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МНЕНИЯ ТЕХ ИЛИ ИНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ ИЛИ ОТДЕЛЬНЫХ ЛИЦ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ОТ ХАРАКТЕРА ВЛИЯНИЯ, ВОЗДЕЙСТВИЯ ПЕРВОГО НА ВТОРЫХ, ОТ СОДЕРЖАНИЯ ВЫСКАЗЫВАЕМОГО МНЕНИЯ, ОТ ЕГО ФОРМЫ. ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ХАРАКТЕРНЫ СЛЕДУЮЩИЕ ФУНКЦИИ: ЭКСПРЕССИВНАЯ (В БОЛЕЕ УЗКОМ СМЫСЛЕ КОНТРОЛЬНАЯ); КОНСУЛЬТАТИВНАЯ; ДИРЕКТИВНАЯ.



1. **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. Этот эффект будет безусловно выше, если он подкрепляется разнообразными формами контроля со стороны трудящихся.



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.

3) **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. Императивные высказывания занимают в политике весьма значительное место.

.

Виды ОМ

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СОДЕРЖАНИЯ СУЖДЕНИЙ, СФОРМИРОВАННЫХ ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, МНЕНИЕ МОЖЕТ БЫТЬ ОЦЕНОЧНЫМ, АНАЛИТИЧЕСКИМ, КОНСТРУКТИВНЫМ И РЕГУЛЯТИВНЫМ.

Оценочное мнение выражает отношение к тем или иным проблемам или фактам. В нем больше эмоций, чем аналитических выводов, умозаключений.

Аналитическое и **конструктивное** общественное мнение тесно связаны между собой: принятие какого-либо решения требует глубокого и всестороннего анализа, для чего необходимы элементы теоретического мышления, а порой и напряженной работы мысли. Но по своему содержанию аналитическое и конструктивное мнения не совпадают.

Смысл **регулятивного** общественного мнения состоит в том, что оно вырабатывает и внедряет определенные нормы общественных отношений и оперирует целым сводом не писанных законом норм, принципов, традиций, обычаев, нравов и т. д. Обычно оно реализует тот кодекс правил, который закреплен в нравственном сознании людей, групп, коллективов.

Критерии вовлечённости объектов в общественное мнение

ЧТО ИМЕННО СТАНОВИТСЯ ПРЕДМЕТОМ ОМ И ПРИ КАКИХ УСЛОВИЯХ? ОСНОВУ СОДЕРЖАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ СОСТАВЛЯЮТ СОБЫТИЯ, ПРОЦЕССЫ, ЯВЛЕНИЯ, ФАКТЫ, КОТОРЫЕ ОТВЕЧАЮТ НЕКОТОРЫМ ТРЕБОВАНИЯМ (КРИТЕРИЯМ).

Первый критерий связан с **интересами** субъекта. В соответствии с этим критерием объектом общественного мнения могут стать лишь те явления, которые затрагивают интересы личности или социальной группы как разновидности тех или иных групп общественности.

Второй критерий связан с **многозначностью** явлений. В соответствии с этим критерием в объект общественного мнения могут быть включены лишь те явления, которые имеют неоднозначное толкование.

Третий критерий связан с **компетентностью** субъекта. В соответствии с этим критерием объектом общественного мнения могут стать лишь те явления, которые доступны знанию и осмыслению людей, составляющих субъект общественного мнения.



Общественное мнение может также выступать в форме позитивных или негативных суждений. Например, потребность в социальном одобрении – один из трёх определяющих факторов принятия решения, согласно нейроэкономике.

Структура общественного мнения

Компоненты в структуре общественного мнения: а)

рациональный

Основу рационального компонента общественного мнения составляют знания об объекте. При этом особое значение имеют полнота, достоверность и точность знаний об объекте общественного мнения. В PR-деятельности важную роль в формировании положительного общественного мнения по отношению к базисному субъекту играет информация. Например, если в качестве базисного субъекта выступает организация, то существенное значение в рассматриваемом контексте будет иметь информация о самой организации, ее руководстве, деятельности, продукции, внешних организационных связях и т. д.

Компоненты в структуре общественного мнения: б)

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ

Основу эмоционального компонента общественного мнения составляют эмоциональное восприятие объекта и эмоциональные переживания, которые проявляются в коллективных (групповых) чувствах и настроениях. Коллективные (групповые) чувства как определенные переживания и коллективные (групповые) настроения как общее эмоциональное длительное состояние людей могут иметь положительную или отрицательную направленность, что в свою очередь будет проявляться в вербальных и особенно невербальных оценочных суждениях.

Компоненты в структуре общественного мнения: в) волевой

Основу волевого компонента общественного мнения составляют общественная воля и воля личностей, входящих в субъект общественного мнения. Воля как элемент психики человека представляет собой способность к выбору цели деятельности и внутренним усилиям, необходимым для ее осуществления.

Опросы как форма проявления волевого компонента.

Другие формы активности «граждан».



Жизненный цикл общественного мнения

ТРИ СТАДИИ

1. Стадия возникновения и формирования общественного мнения.

Этапы:

а) зарождение индивидуальных мнений

На этапе зарождения проявляется широкий интерес множества индивидов к потенциальному объекту общественного мнения, происходит формирование индивидуальных заинтересованных оценочных суждений, возникает потребность выразить свою оценку, обменяться мнением с другими индивидами.

б) обмен мнениями На этапе обмена мнениями идет активное обсуждение проблемы, происходит столкновение мнений в форме дискуссий и споров. В ходе дискуссий идет процесс зарождения групповых мнений, среди которых выделяются свои лидеры.

в) кристаллизация общей точки зрения и объективация сложившегося мнения

На этапе кристаллизации общей точки зрения в ходе продолжающихся дискуссий и борьбы групповых мнений происходит интеграция всех индивидов или их большинства вокруг единой точки зрения, которая сформировалась в процессе обсуждения на основе совпадающих оценочных мнений.

2. Стадия функционирования общественного мнения

а) этап объективации

На этапе объективации происходит переход сформировавшегося общественного мнения от отражательного состояния к преобразующему. На этом этапе включается так называемый блок готовности, который характеризуется ориентацией людей на реализацию социальной оценки в актах поведения;

и б) этап активности

На этапе активности наблюдаются активные массовые действия субъектов общественного мнения, их участие в массовых акциях в поддержку или в осуждение тех или иных социальных действий, ставших объектом общественного мнения.

3. Стадия убывания общественного мнения

а) этап спада

На этапе спада происходит снижение интереса к объекту общественного мнения у большинства людей. Это может быть вызвано различными факторами, например разрешением проблемы или, напротив, осознанием невозможности удовлетворения тех или иных потребностей. На этом этапе начинает резко снижаться интенсивность общественного мнения, размывается монолитность большинства;

и б) этап отмирания

На этапе отмирания мнение теряет свое качество общественного явления. Оно превращается в конгломерат оценочных суждений разрозненных индивидов и отдельных групп. Объект общественного мнения перестает представлять массовый интерес. Общественное мнение с утратой своего субъекта и объекта прекращает функционирование.



Характеристики, отражающие
качественную определенность ОМ

Направленность общественного мнения отражает общую качественную оценку проблемы, отношение к ней в виде суждений следующего типа: «положительно — отрицательно — безразлично», «за — против — не определился», «за — против — при условии». В наиболее упрощенной форме направленность мнения выражается в ответе «да» или «нет» на вопрос анкеты. В целом именно уточнение направленности является основным и наиболее распространенным способом измерения общественного мнения.

Интенсивность общественного мнения является показателем его силы независимо от направленности. Формой измерения интенсивности (и одновременно направленности) общественного мнения могут служить следующие ответы респондентов на вопросы анкеты: «полностью согласен — согласен — мне все равно — не согласен — абсолютно не согласен».

.

Стабильность общественного мнения отражает длительность времени, на протяжении которого значительная часть респондентов неизменно проявляет одни и те же направленность и интенсивность чувств. Фиксация стабильности мнения требует сопоставления результатов не менее чем двух разведенных во времени исследований.

Информационная насыщенность общественного мнения указывает на объем знаний об объекте мнения, которым владеют люди. Опыт подтверждает, что наиболее информированные о проблеме люди высказывают и более четкое мнение о ней. Люди, больше знающие о проблеме и имеющие более четкое мнение о ней, поступают более предсказуемо.

Социальная поддержка общественного мнения свидетельствует о степени уверенности людей в том, что их мнение разделяют другие, принадлежащие к данной социальной среде. Степень социальной поддержки служит мерилom консенсуса людей по той или иной проблеме.



Факторы, влияющие на индивидуальные установки

Индивидуальные установки формируются у каждого индивида под влиянием ряда факторов, которые следует учитывать в процессе управления общественным мнением. К числу таких факторов относятся:

а) Личностные — физические и психологические особенности индивида, включая рост, вес, возраст и социальный статус.

б) Культурные — окружение и жизненный уклад конкретного района или географической местности. Кандидаты на выборные политические должности, разрабатывая свои программы, как правило, учитывают конкретные культурные особенности регионов, где они баллотировались.

в) Образовательные — уровень и качество образования индивида.

г) Семейные — дети первоначально воспринимают вкусы, предубеждения и политические предпочтения своих родителей.

д) Религиозные — системы верований в сверхъестественные силы.

е) Социально-классовые — положение в обществе. Вместе с изменением социального статуса людей меняются и их установки. Например, студенты вузов, которые не очень заботятся о том, чтобы заработать на жизнь во время учебы, резко меняют свои установки, попадая на рынок труда.

ж) Национальные или расовые — этническая или расовая принадлежность, происхождение человека влияют на формирование его установок.

Направленность установок ЛИЧНОСТИ

В контексте управления общественным мнением важно учитывать установки трех видов: положительные, отрицательные, нейтральные (отсутствие установки).

Исследования показывают, что в отношении к определенному вопросу большинство людей занимают нейтральную позицию — это пассивное большинство, остающееся нейтральным и индифферентным.

Механизмы взаимодействия с людьми с различными установками

в процессе формирования общественного мнения

... объясняет теория когнитивного диссонанса Леона Фестингера. В своих исследованиях он пришел к важному выводу: люди не проявляют интереса к информации, полностью не отвечающей их собственной точке зрения или диссонирующей с ней, и наоборот, склонны искать дополнительную информацию, соответствующую их собственным установкам или созвучную с ними.

Трудно изменить мнение человека, решительно выступающего против определенной точки зрения. И наоборот, легко добиться поддержки со стороны человека, упорно отстаивающего какое-то мнение. Из теории когнитивного диссонанса следует, что в процессе формирования общественного мнения легче всего повлиять на людей с неопределенными установками.

Основным направлением влияния на установки людей является **мотивированная коммуникация**. Иначе говоря, через систему мотивации личности можно добиться определенных целей в процессе формирования ее установок. В основе мотивации как совокупности мотивов, побуждающих к достижению цели, прежде всего лежат потребности личности