

Ответы:

По вертикали: 1 – конфликтофобия, 2 – тревожность, 3 – доминирование, 4 – взаимопонимание, 5 – гонения, 6 – разрядка, 7 – конфликт, 8 – критика, 9 – личность.

По горизонтали: 1 – оппонент, 2 – мотивация, 3 – проблема, 4 – инцидент, 5 – рассогласование, 6 – неприязнь, 7 – цели, 8 – апатия, 9 – эскалация, 10 – девиант, 11 – агрессия, 12 – стресс.

УДК 316.653

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦИИ НА ТЕМУ «СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ
ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СИСТЕМЕ
НАУЧНОГО ЗНАНИЯ» ПО КУРСУ «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ
ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ»**

Н. А. Лебедева-Несевря

Пермский государственный университет, г. Пермь, Россия

**THE ABSTRACTS OF THE LECTURE ON THE TOPIC «THE SOCIOLOGICAL
APPROACH TO PUBLIC OPINION RESEARCH AT THE SYSTEM OF SCIENCES»
FOR THE COURSE «SOCIOLOGICAL PROBLEMS OF THE PUBLIC OPINION
RESEARCHES»**

**N. A. Lebedeva-Nesevria
Perm State University, Perm, Russia**

Summary. This paper represents an abstract of the first lecture for the course «Sociological problems of public opinion researches» that is included in the state standard of professional education on the speciality 020300 «Sociology». Two main questions are discussed: the subject of public opinion sociology and the specific of sociological approach to public opinion research.

Key words: public opinion sociology, public opinion research, theory of public opinion research.

***Предназначено для студентов, обучающихся
специальностям 020300 «Социология» и
080801 (351400) «Прикладная информатика в социологии»***

Вопрос 1. Общественное мнение как предмет научного исследования. Феномен общественного мнения, особенности его формирования, выражения, процессы влияния на различные сферы жизнедеятельности общества, а также динамика массовых суждений привлекают пристальное внимание науки. Это связано с тем, что в современном трансформирующемся, быстро изменяющемся социуме общественное мнение, всегда игравшее значительную роль в обществе, выходит на первый план. Оно становится не только объектом целенаправленного воздействия со стороны субъектов управления, но важным ориентиром социального развития, активным творцом протекающих социально-экономических, социокультурных преобразований. Способное проникать во все сферы жизнедеятельности общества, в период трансформации общественное мнение начинает особенно активно институционализироваться в политике, утверждая социальные практики и складываясь в виде формальных норм, функционировать в экономике, влиять на процессы потребления. Общественное мнение начинает реализовываться во все новых сферах, проявляет

ся в новых формах; меняются процессы его складывания, появляются нетипичные каналы выражения, обуславливая возможность обращения к исследованию данного феномена представителей самых разных наук.

Социологическому изучению общественного мнения предшествовал глубокий анализ данного феномена в рамках *философской науки*. Еще в философии Протагора понятие «общественное мнение» было выделено как самостоятельное и наполнено политическим («публичное мнение»), а затем социальным смыслом. Специфика исследования общественного мнения в современной философии заключается в постоянном прослеживании связи между общественным мнением, общественным сознанием и общественным бытием. Отсюда выделяются два варианта философского подхода к анализу общественного мнения – онтологический и гносеологический: первый трактует общественное мнение как особое состояние общественного сознания, второй – как специфическую познавательную форму, отражение общественного бытия в общественном сознании.

Понимаемое как массовое социально-психологическое явление, общественное мнение выступает предметом изучения *социальной психологии*. Специалисты-психологи рассматривают его как массовое явление группой психологии, психологическое состояние масс, социально-психологическое коммуникативное явление. Делая акцент на психологической основе общественного мнения, они исследуют, прежде всего, чувства, переживания, настроения масс. В процессе анализа структуры психологии больших социальных групп, учеными выделяются психический склад (как более устойчивое образование) и эмоциональная сфера (как более динамическое образование), находящие свое отражение в структуре общественного мнения [1].

Значительное внимание феномену общественного мнения уделяется в рамках *политологии*. Принятая ведущими экспертами Европы и Америки в 1948 году резолюция ЮНЕСКО в перечень проблем, изучаемых политологией, наряду с политическими институтами, международными отношениями, политической историей, политическими партиями включает и общественное мнение. Политологическое изучение общественного мнения предполагает анализ механизмов учета интересов, суждений, мнений различных социальных сил и групп для выработки взвешенной политики, принятия эффективных управленческих решений; исследование технологий формирования общественного мнения в предвыборный период; роль политической пропаганды в процессе складывания массовых оценок; особенности взаимодействия общественного мнения и власти.

Помимо перечисленных наук, имеющих сложившийся институциональный статус, общественное мнение изучается в рамках такой новой для нашей страны дисциплины, как «Связи с общественностью» («Public Relations», «PR»). Британский институт общественных отношений (IPR), созданный в 1948 году и объединяющий почти десять тысяч европейских специалистов в области PR, принял все еще действующее (хотя и с некоторыми дополнениями, внесенными в ноябре 1987 года) определение Public Relations. Под PR понимаются «планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью». Общественность организации – это работники компании, партнеры, потребители, органы власти, средства массовой информации. Все они либо вступают субъектами общественного мнения об организации, либо принимают активное участие в формировании общественного мнения. Поэтому в курсе «Теория и практика связей с общественностью» обязательным является

рассмотрение неформальных способов регулирования в области связей с общественностью: традиций, норм, морали, общественного мнения.

Практический PR следует понимать как технологию формирования общественного мнения, PR «программирует» общественное мнение, часто манипулирует массовым сознанием с целью создания требуемого общественного мнения, прогнозирует реакцию общественности на те или иные события. Кроме того, PR – это научная область, изучающая способы влияния на общественное мнение через различные каналы, исследующая роль средств массовой информации в его формировании и выражении.

Несмотря на то, что общественное мнение является предметом изучения многих наук, следует отметить, что его исследование в рамках социологии является наиболее комплексным, т. к. затрагивает в той или иной степени все аспекты существования феномена – от психологических до формально-институциональных.

Вопрос 2. Социологический анализ общественного мнения. Социологический подход к изучению общественного мнения основывается как на понимании его в качестве структурного элемента общественного сознания, так и на анализе социальной природы общественного мнения, осознании его места в социальной системе, функций и дисфункций в обществе.

С позиций социологического подхода общественное мнение интерпретируется в двух смыслах. Во-первых, как специализированная деятельность и результат этой деятельности. С позиций данного подхода общественное мнение можно определить как совместную заинтересованно-ценностную оценочную и вытекающую из нее практическую деятельность социальных субъектов и их (деятельностей) результат [2, с. 38]. Во-вторых, как социальный институт, когда общественное мнение понимается как сложившаяся, устойчивая практика реагирования населения на социально значимые события, принимаемые решения, а также учет этих реакций при осуществлении управленческой деятельности.

Принято говорить о том, что в современной социологической науке сформировалась самостоятельная специальная социология теории – социология общественного мнения, которая включает как теоретический, так и эмпирический уровень анализа предмета.

Предмет социологии общественного мнения определяется Г. В. Осиповым еще в «Рабочей книге социолога» как закономерности формирования общественного мнения под воздействием различных субъективных и объективных факторов общественного развития, его воздействие на жизнь общества на различных уровнях [3]. Энциклопедия социологии определяет предмет социологии общественного мнения как закономерности и механизмы формирования и функционирования оценочного отношения больших социальных групп, классов, народа в целом к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес [4].

Однако институционализированной в значительной степени социологию общественного мнения назвать нельзя. Подтверждений тому несколько.

Во-первых, в государственном образовательном стандарте высшего профессионального образования по специальности 020300 – «Социология» отсутствует такая дисциплина, как «Социология общественного мнения», вместо которой в цикле общепрофессиональных дисциплин значится курс «Социологические проблемы изучения общественного мнения».

Во-вторых, на научных конференциях, как правило, нет секции «Социология общественного мнения». Например, на III Всероссийском со-

циологическом конгрессе, прошедшем 21–24 октября 2008 года в Москве, функционировала лишь Сессия «Российское общество в зеркале общественного мнения», также не было заявлено секции «Социология общественного мнения» на XVII Всемирном социологическом конгрессе, проводимом под эгидой Международной социологической ассоциации (ISA) в июле 2010 года в г. Гетеборге (Швеция).

В-третьих, общественные организации, ассоциации, объединяющие российских социологов, не имеют исследовательских комитетов, специализирующихся на социологи общественного мнения. Так, среди 30 исследовательских комитетов Российского общества социологов имеющими отношение к проблематике общественного мнения можно назвать такие комитеты, как «Социология социальной коммуникации» и «Методология и методика социологии», а среди 33 исследовательских комитетов Российской Социологической Ассоциации – «Социологию коммуникативных систем» и «Методологию социологических исследований».

В-четвертых, по социологии общественного мнения практически не издается учебников и учебных пособий. Монографии отечественных исследователей общественного мнения, посвященные теоретическим аспектам изучения феномена – также редкость.

И, наконец, в-пятых, в социологическом сообществе не сложилось единого представления о том, что должно включаться в предметную область социологии общественного мнения. В целом, все аспекты анализа общественного мнения в рамках социологии можно поделить на две большие группы – теоретическое изучение общественного мнения и прикладной анализ общественного мнения (предполагающий владение методами сбора социологической информации). Различные научные школы и направления часто тяготеют к исследованию тех или других аспектов. Так, американская традиция социологического изучения общественного мнения, восходящая к первым опросам Дж. Гэллапа, проведенным в 1930-х годах, лежит в русле эмпирической социологии общественного мнения, тогда как советская школа изучения общественного мнения делала основной акцент на теоретическом анализе феномена. Подобные разночтения приводят, например, к тому, что курс «Социологические проблемы изучения общественного мнения», читаемый в отечественных вузах, часто сводится к обсуждению методологии и методики исследований общественного мнения, существенно обедняя содержание данной отраслевой дисциплины.

Общественное мнение является предметом изучения различных отраслей социологической науки – социологии коммуникаций, политической социологии, социологии управления, социологии духовной жизни, электоральной социологии, социологии потребления и ряда других.

В рамках социологии коммуникаций исследуются особенности и способы межличностной и межгрупповой коммуникации в процессе формирования общественного мнения, также возможности манипуляции общественным мнением с помощью средств массовой коммуникации. Социология управления рассматривает общественное мнение как один из социальных институтов управления, как фактор социального управления и способ манипуляции социумом. Электоральная социология концентрирует внимание на процессах формирования общественного мнения электората, особенностях жизненного цикла общественного мнения в предвыборный период. Наконец, значительное место общественному мнению в контексте анализа возможных способов его изучения отводится в рамках курса «Методика и техника социологических исследований». Здесь обсуждаются процессы выявления и изучения общественного мнения, анализи-

руются познавательные возможности различных методов изучения массовых оценок, определяются методика и техника обработки результатов исследований общественного мнения.

Таким образом, следует сделать вывод, что общественное мнение, выступая предметом междисциплинарного изучения, может рассматриваться сквозь призму социологического подхода. В данном случае в фокус исследования попадают закономерности и механизмы формирования и функционирования общественного мнения, особенности его существования как специфической социальной деятельности и социального института.

Библиографический список

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учебник для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2008.
2. Гавра Д. П. Общественное мнение как социологическая категория и как социальный институт. – СПб., 1995.
3. Осипов Г. В. Рабочая книга социолога. – М.: Наука, 1976.
4. Социология: Энциклопедия / сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терешченко. – М., 2003

Bibliography

1. Andreeva G. M. Social psychology: a textbook for high schools. – Moscow: Aspekt-Press, 2008.
2. Havre D. P. Public opinion as a sociological category and as a social institution. – SPb., 1995.
3. Osipov G. V. Workbook sociologist. – Moscow: Nauka, 1976.
4. Sociology: Encyclopedia / comp. A. A. Gritsanov, V. L. Abushenko, G. M. Evelkin, G. N. Sokolova, O. V. Tereshchenko. – M., 2003.