

Общественное мнение ПР

- 1.Общественность и её мнение
- 2.Суть общественного мнения
- 3.Установка и общественное мнение
- 4.Изучение общественного мнения
- 5.Типы исследования общественного мнения
- 6.Социологические исследования

Программы ПР рассчитаны на то, чтобы:

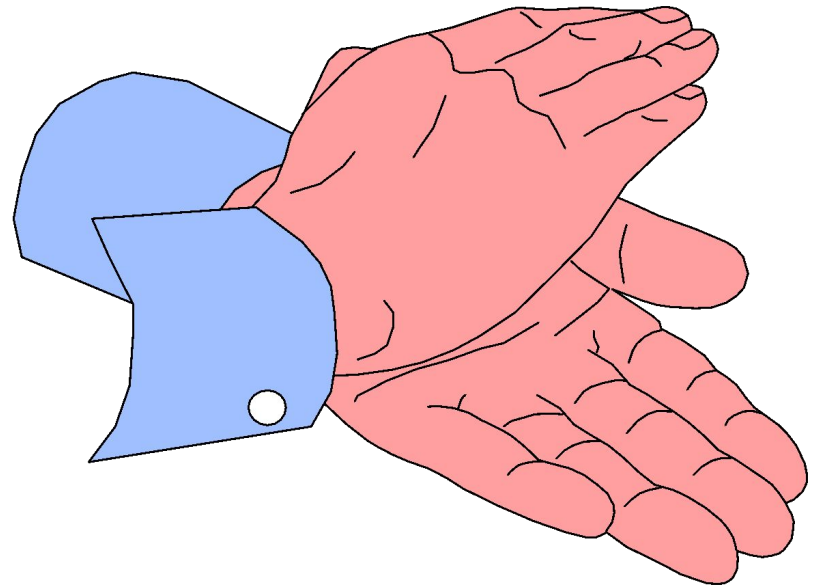
1. *Убедить* людей изменить своё мнение относительно проблемы, товара, организации или человека;

2. *Кристаллизовать* мнение, не сложившееся окончательно;

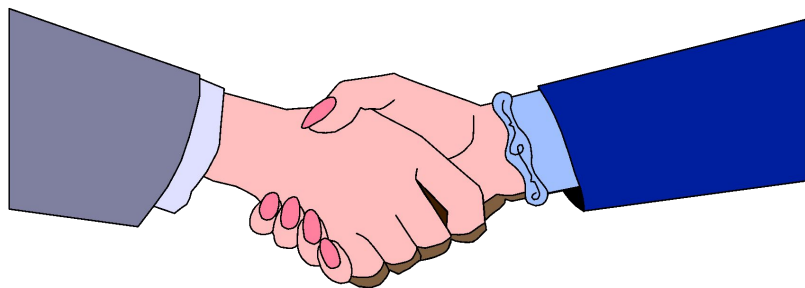
3. *Усилить* существующее общественное мнение.

Американец Дж. Ловелл:

- «Давление общественного мнения
- подобно атмосферному»



Ещё его называют:



- «Неизвестным богом, перед которым сгорают от ненависти»

Понятие «**общественное мнение**» означает совокупность взглядов индивидов на определённую проблему. Э.Бернайз называл общественное мнение «понятием, описывающим едва уловимую, подвижную и неустойчивую совокупность индивидуальных суждений».

Два основных концепта этого понятия:

1. общественность - это группа людей, объединённых общим интересом в определённой области;

2. мнение - ясно выраженная установка человека относительно конкретного вопроса. Когда установка становится достаточно устойчивой, она всплывает на поверхность в виде мнения.

Характерные признаки общественного мнения:

- **1. Направленность.**
Общая качественная оценка проблемы
- **2. Интенсивность**
- **3. Стабильность.**
Длительность направленности
- **4. Информационная насыщенность.** Каким объёмом знаний об объекте владеют люди.
- **5. Социальная поддержка**

Индивидуальные ориентации

содержат в себе восприятие индивидом проблем или объектов в определенных обстоятельствах и восприятие значения мнения других людей об этих же проблемах или объектах.

Коориентация

Когда ориентации двух и более индивидов направлены как на одни те же проблемы или объекты, так и друг на друга, эти индивиды пребывают в состоянии «**коориентации**»

С точки зрения индивидуальной ориентации

- Согласие
- МОЖНО
- сравнить с **предрасположенностью,**
- а понимание с -
- **устойчивостью.**



**Признаки и обстоятельства жизни индивида,
лежащие в основе установки и индивидуальной ориентации:**

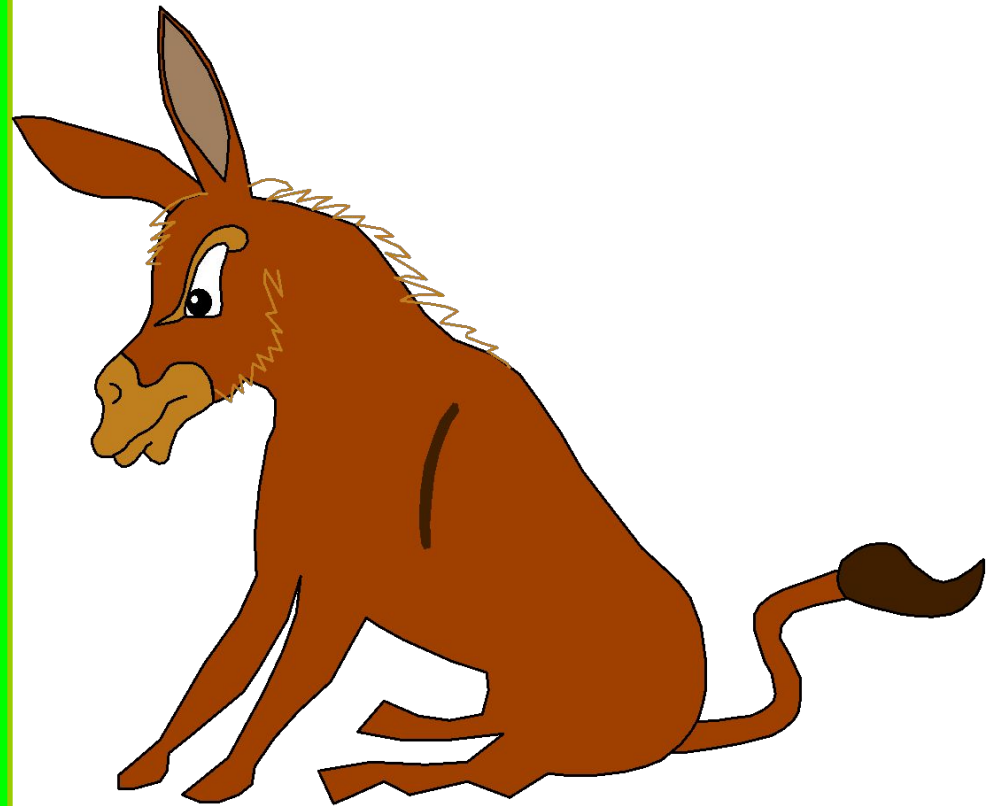
- 1. Личностные** - физические и психологические особенности, включая рост, вес, возраст
- 2. Культурные** - окружение и жизненный уклад района, культурные особенности региона.
- 3. Образовательные** - уровень и качество образования
- 4. Семейные** - происхождение людей. Основные знания дети получают в первые семь лет жизни.
- 5. Религиозные** - система верований в бога или сверхъестественные силы
- 6. Социально-классовые** - положение в обществе
- 7. Национальные, расовые** - этническая или расовая принадлежность

Пятиуровневая иерархия потребностей

1. Физиологические потребности (самый низкий уровень). Пища, вода, дыхание, сон и т.д.
2. Экзистенциальные потребности (второй уровень). Потребность в безопасности, защите, комфорте, покое.
3. Социальные потребности. Третий уровень. Привязанности, любовь и преданность.
4. Потребности престижа. Четвёртый уровень. Признание, доверие и лидерство.
5. Высший уровень - потребности в самовыражении или потребность стать тем, кем кем способен стать

Наблюдение

- Один из основных методов изучения общества, которым и ныне пользуются социальные науки.



Типы исследования общественного мнения

* **Социологические исследования.** Их задача - выяснить установки и мнения людей, то есть соображения по поводу определённого субъекта.

* **Коммуникативный аудит.** Его задача - осмысление несогласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организаций и целевыми группами общественности.

* **Неформальные исследования.** К ним относятся накопление фактов, анализ различных информационных материалов и др., то есть методы не требующие непосредственного вмешательства в работу объектов исследования.

Социологические исследования

- **Описательные (дескриптивные) исследования.**

- Моментальный снимок ситуации.

Опросы

- общественного мнения.

-

- **Проблемные (аналитические) исследования.**

Цель - разъяснить каким образом сложилась та или иная ситуация.

- «Почему?»

Социологические исследования,

в том числе опросы общественного мнения, как правило, состоят из четырёх элементов:

- 1.Выборки.
- 2.Анкетны (опросника)
- 3.Интервью.
- 4.Анализа результатов.

Случайный (стохастический) отбор

1. Простая случайная выборка. Предоставляет равные возможности быть отобранным всем представителям населения. Делается это, как правило, с помощью компьютера.

2. Систематизированная случайная выборка. Похожа на случайную. Но тут определяется случайная начальная точка в общем списке, от которой исследователь, пользуясь определённым шагом отбирает фамилии в выборку.

3. Стратифицированная случайная выборка. Используется для изучения разных сегментов (групп) населения.

4. Выборка, сформированная путём кластерного отбора. Существует два вида: 1/ Пригодные и 2/ Квотные