Социология общественного мнения

Лекция 4

Формирование общественного мнения

- **Уолтер Липпман**
- «Средний человек» не способен компетентно судить о все усложняющихся в мире процессах, т.к. ему не хватает на это знаний и времени
- Преодолевая разнообразие мира, человек систематизирует знание о нём в категории. Эти категории, — фикции, стереотипы, элементы псевдосреды, с помощью которых человек приспосабливается к своему окружению

Формирование общественного мнения

- В результате, каждый человек в отдельности, может хорошо знать лишь небольшой фрагмент реальности, быть специалистом или экспертом только по каким-то узким проблемам. А опросы общественного мнения включают в себя вопросы заведомо более широкого тематического спектра. Поэтому получается, что на какой-то вопрос продуманные и обоснованные ответы могут давать лишь немногие респонденты

Формирование общественного мнения

- У. Липпман разделяет **общественное мнение** и **Общественное Мнение**

- **общественное мнение** - это то знание об окружающем мире, которое касается самих людей или интересно им, вытекающее из поведения других людей или всего того, что называется общественными событиями

Формирование общественного мнения

- **Общественное Мнение** - это образ реальности, в соответствии с которым действуют группы людей или индивиды, действующие от имени групп, например, государственные деятели

Формирование общественного мнения

- **Джон Цаллер**
- предложил модель, состоящую из четырех утверждений, аксиом о том, как индивиды реагируют на политическую информацию, с которой они сталкиваются, и как трансформируют эту информацию в общественное мнение

Формирование общественного мнения

- **Аксиома восприятия**
- Чем выше уровень когнитивной вовлеченности индивида, тем более вероятно, что он будет воспринимать, то есть обращать внимание и понимать, политические сообщения, связанные с тем или иным вопросом

Формирование общественного мнения

- **Аксиома сопротивления**
- Люди склонны критически воспринимать аргументы, не согласующиеся с их политическими предрасположенностями, но только лишь в той мере, в какой они обладают контекстной информацией, необходимой для понимания отношений между этими аргументами и своими политическими предрасположенностями

Формирование общественного мнения

- **Аксиома доступности**
- Чем ближе по времени данное представление было актуализовано, обсуждалось или обдумывалось, тем меньше времени требуется для актуализации этого и аналогичных представлений в памяти, сознании. Чем больше времени прошло с тех пор, как индивид обращался к своему суждению и к идеям, связанным с ним, тем менее вероятно, что они будут мобилизованы

Формирование общественного мнения

- **Аксиома реакции**
- Индивиды отвечают на вопросы интервью, обдумывая только те суждения, которые оказываются немедленно доступны или мобилизованы в их сознании

Формирование общественного мнения

- **Пьер Бурдьё**
- «Общественное мнение не существует»
- Под сомнение поставлены три постулата, имплицитно задействованные в опросах
- 1) все люди могут иметь мнение (производить мнение)
- 2) все мнения значимы
- 3) существует консенсус в отношении проблематики опроса, то есть согласие, что вопросы заслуживают быть заданными

Формирование общественного мнения

- **Джовани Сартори**
- Различает два способа формирования общественного мнения:

- 1) взаимодействие с основными группами окружающих (семья, одногодки, класс, партия), которое приводит к **идентификации** личности

Формирование общественного мнения

- 2) мощное воздействие потока информации из СМИ на индивида, в результате которого создаётся **обоснованное мнение** и собственная идея о происходящих событиях

Формирование общественного мнения

- **Лидеры общественного мнения**
- — способность говорить и действовать во имя общего блага и универсальных принципов;
- — способность интерпретировать события и проблемы: добавляя деталей в тех вопросах, которые СМИ или политики описали слишком банально, или наоборот упрощая те, которые являются слишком сложными для восприятия общественности

Формирование общественного мнения

- Функция лидеров мнений состоит не столько в посредничестве в отношениях между политической сферой, средствами массовой информации и гражданами, сколько в ориентировании граждан в общественной дискуссии, помогая обогатить их опыт и качество полученной информации

Формирование общественного мнения

- **Bubble-up**
- Общественное мнение образуется при «бурлении» социума. Первоначальный стимул этого «бурления» происходит от действия лидеров мнения, которые организуют и структурируют общественные дебаты вокруг возникающих вопросов для того, чтобы создать очень сплоченное ядро мнений

Формирование общественного мнения

- **Two-step flow (**П. Лазарсфельд**)**
- Сначала сообщение СМИ воспринимаются активной частью аудитории — «лидерами мнений», а затем от них межличностными каналами транслируются пассивной части
- Лидеры добавляют свои собственные интерпретации к сообщениям СМИ, чтобы в конечном итоге влиять на общественное мнение

Формирование общественного мнения

Спираль молчания (Элизабет Ноэль-Нойман)

Общественное мнение — это ценностно окрашенное, в частности имеющее моральную окраску, мнение и способ поведения, которые, если речь идёт об устоявшемся, закрепившемся согласии, например догме или обычае, — следует демонстрировать прилюдно, если не хочешь оказаться в изоляции, или которые в проходящих состояниях можно прилюдно демонстрировать, не боясь изоляции

Формирование общественного мнения

Человек с меньшей вероятностью выскажет свое мнение на ту или иную тему, если чувствует, что находится в меньшинстве, так как боится возмездия или изоляции (игнорирования). Этот страх служит началом спирали и затем всё увеличивается

Теория распространяется преимущественно на вопросы нравственности и мнений

Формирование общественного мнения

1) Люди боятся быть отвергнутыми людьми из их социального окружения, что называется «страхом изоляции»

2) Люди постоянно наблюдают за поведением окружающих, отмечая для себя, что получает одобрение, а что — неодобрение от общества

3) Люди неосознанно издают собственные угрозы изоляции, показывая сигналы одобрения или неодобрения

Формирование общественного мнения

4) Угрозы изоляции избегаются при помощи склонности воздерживаться от заявлений о чём-либо, что может, по мнению человека, вызвать возражения

5) Люди больше склонны публично утверждать то, что, как они считают, будет принято положительно

Формирование общественного мнения

6) Спиральный эффект начинается, когда люди высказываются уверенно, оппозиция чувствует ещё больший страх изоляции и ещё больше убеждена в необходимости хранить молчание, так как они — в меньшинстве. Эти чувства становятся всё более интенсивными в геометрической прогрессии и с той, и с другой стороны

Формирование общественного мнения

7) Чтобы привести в действие спираль, в проблеме должна быть ощутимая нравственная составляющая

8) Если есть общественный консенсус, спираль не будет активизирована. Обязательно должны иметься в наличии две противостоящие стороны

9) СМИ оказывают большое влияние на этот процесс

Формирование общественного мнения

10) Страх и угроза изоляции являются подсознательными процессами

11) Спираль молчания имеет власть над общественностью только ограниченное время

12) Если какая-либо тема активизирует спираль молчания, это означает, что этот вопрос представляет большую угрозу общественному согласию