

УДК 316

Социология общественного мнения: проблемное поле методологии

И. Н. Кандричина, аспирант*

В статье анализируются методологические проблемы социологии общественного мнения. Рассматривается предмет социологии общественного мнения, роль и значение общественного мнения в современном обществе.

Methodological Problems of Contemporary Sociology of Public Opinion

I. Kandrichina, Postgraduate Student

The article is devoted to the analysis of methodological issues of sociology of public opinion. The author describes the subject of sociology of public opinion, the role and meaning of public opinion in contemporary society.

Социология как наука и социальный институт спроецировала на себе все процессы реорганизации общества, происходящие как в Беларуси, так и за ее пределами. На сегодня сложилась ситуация, когда имеющиеся теоретические и практические основания в социологическом знании перестали адекватно отвечать запросам общества. Особенно явно это проявилось в социологии общественного мнения, где осознание недостаточности имеющегося научного знания потребовало его резкого расширения. В условиях трансформации постсоветского общества изменяется массовое сознание, а вместе с ним общественное мнение, которое всегда служило индикатором интересов, потребностей и настроений граждан той или иной страны.

Остановимся на ключевых методологических проблемах социологии общественного мнения и покажем, как изменяется их понимание.

Социология общественного мнения – специальная социологическая дисциплина, предметом изучения которой является установление закономерностей и механизмов формирования и функционирования оценочного отношения больших социальных общностей (классов, групп, народа в целом) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес [1, с. 417].

Общественное мнение принадлежит к числу явлений, которые нелегко поддаются всестороннему анализу и строгому определению. Только в отечественной литературе можно встретить около двух десятков дефиниций общественного мнения. Если попытаться суммировать их, то можно сказать следующее: общественное мнение – специфическое проявление общественного сознания, сложное духовное образование, выражающееся в оценках

(как в вербальной, так и в невербальной форме) и характеризующее явное или скрытое отношение к актуальным проблемам действительности, присутствующее отдельным группам, социальным общностям или обществу в целом [1, с. 419].

Общественное мнение, не совпадая ни с одним из видов и форм общественного сознания, представляет их своеобразный срез («состояние сознания»). Оно обеспечивает на практике обратную связь в системе управления, является действенным каналом непосредственной демократии, эффективным средством социального управления и социального контроля. Без всестороннего изучения и учета общественного мнения невозможно общественное самоуправление, развитие демократических форм организации власти. Изучение и учет общественного мнения помогает поднять на соответствующий уровень культуру управления, недостаток которой негативно сказывается на темпах динамики всех сфер общества.

Как своеобразное явление духовной жизни, общественное мнение непосредственно связано с материальным носителем, который определяет реальную силу этого мнения, его черты и свойства. При этом, чем более широкие слои выступают носителем общественного мнения, тем большим социальным авторитетом и действенностью оно отличается, тем в большей степени заставляет с собой считаться. 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. Общественное мнение как социально-психологический феномен является активным стимулятором социальных действий и поступков масс, способным придать им широкий размах и стабильность в течение различного, нередко довольно продолжительного времени.

* Научный руководитель – доктор социологических наук, профессор Л. Г. Титаренко

Отметим, что объективные суждения нередко заменяются предубеждениями, выдаваемыми за общественное мнение. Общественное мнение выступает в качестве специфической побудительной силы, регулирующей поведение людей, их практическую деятельность. Выступая в качестве «материальной» регулирующей силы, оно относится к активной, то есть 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, выражается публично, выступая, в свою очередь, как мощное средство общественного воздействия. Общественное мнение представляет собой специфический продукт взаимодействия людей, своего рода соединение мнений, нивелированных, измененных, образовавших новое качество, не сводимое к простой сумме индивидуальных мнений.

В современных обществах привычными каналами выражения общественного мнения являются: процедуры выборов органов власти, участие масс в законодательной и исполнительной деятельности, пресса и иные средства массовой коммуникации, собрания, манифестации и т. д. Широкое распространение имеют также высказывания различных «лидеров мнений», вызываемые актуальными политическими и социальными интересами, а также референдумы, массовые обсуждения важных проблем, результаты которых могут фиксироваться в опросах населения.

Значение общественного мнения в постсоветском обществе существенно возросло, а роль его изменилась. Процессы усиления массовизации общественного сознания и «размывания» его структурных границ на фоне явной коммерциализации функций социологии общественного мнения понизили ее статус в системе социологического знания, изменили критерии профессиональной и социальной ответственности и, таким образом, нивелировали ее эффективность «в глазах» самого общественного мнения.

Отмеченные выше проблемы помогают понять, почему социология общественного мнения в своем развитии на современном этапе испытывает ряд трудностей методологического характера. Рассмотрим, в чем они заключаются.

Понимание предмета социологии общественного мнения

В современной научной литературе (как отечественной, так и зарубежной) существует множество

различных определений общественного мнения. Обобщая эти определения, можно выделить некоторые логические инварианты, которые так или иначе отражают существенные признаки этого феномена.

Во-первых, общественное мнение включает не все точки зрения, имеющиеся у отдельных индивидов, а лишь связанные с вопросом или ситуацией, в отношении которых данная совокупность индивидов выступает как общность.

Во-вторых, общественное мнение по конкретному вопросу и в конкретной ситуации может коренным образом отличаться от общественного мнения по другому вопросу и в другой ситуации или даже по тому же конкретному вопросу, но в другой ситуации. Иными словами, не существует и не может существовать абстрактного и внеисторического общественного мнения.

В-третьих, общественное мнение должно быть публично выражено, доведено до сведения общества или какой-либо общности людей. В противном случае оно остается индивидуальной точкой зрения отдельных лиц (хотя этих лиц может быть и достаточно много).

В-четвертых, общественное мнение дает о себе знать тогда, когда оно высказывается по проблемам, интересующим конкретное общество или конкретную общность людей.

В-пятых, общественное мнение складывается только при условии доступа общественности к информации, касающейся конкретного вопроса или группы вопросов. Необходимо при этом иметь в виду, что общественное мнение может возникать на основе информации, как отражающей реальное положение вещей, так и искажающей действительность.

В-шестых, общественное мнение, не являясь чем-то неизменным, должно обладать достаточной интенсивностью, определенностью и сохраняться на протяжении определенного отрезка времени, что и дает возможность фиксировать его в качестве общественного феномена.

До настоящего момента не до конца осознается то обстоятельство, что общественное мнение – это категория, наполненная принципиальным инструментальным и концептуальным для социологии значением. Более того, сама социология как дисциплина, особенно ее прикладной уровень, конституировалась параллельно с разработкой своего специфического метода познания – изучения общественного мнения.

Понимание субъекта общественного мнения

Принято считать, что субъект общественного мнения – народное большинство – обладает внутренней структурой, детальное знание которой важно в прикладных исследованиях. Элементы

структуры субъекта общественного мнения – классы, социальные слои, нации, другие социальные общности, а также отдельные личности. В рамках этих общностей формируется общенародное мнение, и они же являются его выразителями. Включенность той или иной социальной группы в структуру субъекта общественного мнения обусловлена важностью обсуждаемой проблемы для данной группы. Специфика восприятия происходящего, разница в интересах и социальном опыте отдельных выразителей общественного мнения детерминируют разнообразие реально функционирующих мнений, столкновение интересов, их борьбу и изменение в сторону согласования или поляризации разных точек зрения. Но это лишь монистическая трактовка общественного мнения.

Объективные основания современности способствуют развитию концепции плюрализма в оценке субъектов общественного мнения. Все дело в том, что зачатки процессов капитализации (очевидно неоднородных в странах постсоветского пространства) все же предполагают внедрение различных форм собственности, что само по себе создает «размытость» границ общественного мнения и отход от стереотипов доминирующего большинства как единственно реального субъекта. Помимо актуальных экономических процессов, немаловажную роль в отходе от монистической трактовки общественного мнения (М. К. Горшков [2], А. К. Уледов [3] и др.) сыграли декларируемые принципы демократизации нашей жизни: открытость, гласность, плюрализм мнений, права меньшинств, политическое и экономическое равенство, политическое участие и др. В этих новых условиях жизнедеятельности общества объективно задается принципиально иная (плюралистическая) трактовка общественного мнения (Б. А. Грушин [4], Д. П. Гавра [5] и др.), где его количественная (большинство-меньшинство), равно как и качественная (продвинутое-непродвинутое) определенность не имеют существенного значения. Иными словами, мнение меньшинства как субъекта общественного мнения так же значимо в отражении его актуального содержания, как и мнение доминирующего большинства. В реальной жизни большинство это может быть доминирующим не в абсолютном смысле, а лишь в относительном. Например, как пишет Ж. М. Грищенко, рейтинг Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко был стабильным на протяжении целого ряда лет и составлял в среднем 42%. При этом, как поясняет Ж. М. Грищенко, оппозицию поддерживало в эти годы в среднем 16% населения, а оставшиеся 38% респондентов не отдавали явного предпочтения никому из политиков [6]. Очевидно, что в данном

конкретном случае мы можем говорить лишь об относительном большинстве (т. е. в сравнении с другими позициями и субъектами, совершенно равноправно представленными в конкретном эмпирическом срезе общественного мнения).

Таким образом, если сравнивать доперестроечный этап развития нашего общества с периодом сегодняшним, то в методологическом плане в исследовании общественного мнения можно говорить о переходе от парадигмы монизма к плюралистической парадигме. Для социологов понимание этого методологического различия очень важно. До настоящего времени доминирующей в нашей методологии оставалась монистическая трактовка общественного мнения, ограничивающая его количественно через утверждения субъекта как «мнения всего народа или его большинства», а качественно через отражение содержания актуально-политической и потому значимой для всего общества тематики [3].

Разрыв между общесоциологической методологией и практикой прикладных исследований общественного мнения

Этот недостаток наглядно проявляется в некорректном использовании той или иной общесоциологической парадигмы при написании программы прикладного исследования общественного мнения, при оперировании общесоциологическими понятиями и категориями при анализе полученной информации.

В качестве примера можно привести попытки некоторых социологов включить в содержательное поле общественного мнения тематику, находящуюся вне рамок компетенции массового сознания (например, определение рейтингов политических партий, о которых основная масса населения вообще ничего не знает, или зондаж общественного мнения по узкопрофессиональным экономическим проблемам развития). Подобные вопросы можно адресовать лишь узкой группе экспертов, а не массовому сознанию. Поэтому корректным методом их изучения будет экспертный опрос, а не исследование общественного мнения.

В ряде случаев общесоциологическая методология вообще не используется. Этот тезис можно подтвердить отсутствием программного обеспечения исследовательской практики. Погоня за оперативностью данных не позволяет таким социологам-практикам решать первоочередные методологические и методические вопросы программы исследования (такие, как операционализация и эмпирическая интерпретация основных понятий), что незамедлительно ведет к отсутствию валидности и надежности всего инструментария.

Еще одной стороной данной проблемы является так называемое «приспособление» теоретических положений социологии общественного мнения к решению политически ангажированных задач [7]. Как подчеркивает Т. В. Селезнева, в практике изучения общественного мнения никогда нельзя забывать о нравственной стороне исследовательской деятельности, которая определяется Социологическим кодексом. Согласно этому кодексу, социолог должен абстрагироваться от личных симпатий-антипатий, политических пристрастий при проведении исследований. Теоретико-методологическая позиция социолога должна состоять в том, чтобы помочь ему выйти за рамки исследуемой системы и посмотреть на нее «со стороны», по возможности объективно и непредвзято. Социолог выступает в качестве исследователя общественного мнения как ученый-профессионал, выявляющий и артикулирующий выявленное мнение. И в этом смысле он сам может квалифицироваться как субъект общественного мнения. В данной ситуации особое значение приобретает ответственность, его профессиональная и гражданская позиция.

Разрыв между социальными теориями и верификацией их отдельных положений в исследовательской практике

Многие социальные теории, которые используются в качестве теоретико-методологической базы прикладного изучения общественного мнения, представляют собой, как отмечает М. К. Горшков [2], конгломерат нечетких предположений, неадекватно определенных понятий. Такие теории не стимулируют проверочные исследования, а исследования не способны в достаточной степени подтвердить достоверность теории. Установление формально точных дефиниций является необходимым, но недостаточным условием для выработки безупречных теоретических построений.

Столь же важным является точный выбор необходимых понятий, которые обозначают явления, события или объекты, для объяснения которых данная теория должна быть применена. Главный источник разрыва – современное состояние социальных теорий. К основным недостаткам общих социологических теорий можно отнести следующие: неточность и недостаточная определенность формулировок основных понятий и категорий; отсутствие определения точного смысла связей между явлениями, выраженных в общих понятиях теории; отсутствие точного определения смысла объяснительных механизмов, постулируемых данной теорией; необеспеченность внутренней согласованности теорий в случае, когда в них отсутствует картина логической дедуктивной связи

между различными составляющими их положениями или по причине недедуктивности их внутренней структуры.

Чем более многообразными и сложными являются объекты или явления, которые подлежат изучению, и чем в большей степени они могут быть определены с помощью общеизвестных категорий, тем менее вероятно, что такие социальные объекты можно будет объяснить с помощью лишь одной научной теории. Многие реальные, естественно различимые объекты, явления и процессы социальной действительности относятся к разряду «мультитеоретических объектов» – такие, например, как семья, город. Они не могут быть глубоко объяснены лишь одним законом или одной теорией. Но одновременное использование различных подходов, школ и парадигм в теоретическом и методологическом анализе не всегда обосновано и целесообразно. Так, например, использование при изучении общественного мнения феноменологической парадигмы и качественных методов, которые зародились в ее рамках, помогает понять конкретные результаты исследования субъективных феноменов (например, мотивов, установок, ценностных ориентаций субъекта).

Однако и феноменологическая социология – не панацея от методологических неувязок в изучении тех или иных субъективных процессов и явлений. Сложность в том, что феноменология всегда сопряжена с углублением в субъективный мир респондента, с пониманием и интерпретацией его личностных оценочных суждений, которые могут оставаться единичными. Возникает вопрос, как эти суждения вписать в контекст общественного мнения, в особенности, если трактовать последнее как мнение большинства, т. е. в рамках парадигмы монизма? Уход в феноменологическую методологию – еще одно подтверждение размытости границ общественного мнения и невозможности его ограничения мнением толпы. Углубление в тонкости мотивации явления вынуждает признать важность мнения даже двух-трех процентов населения, что не всегда целесообразно при изучении общественного мнения.

Проблема проведения сравнительных социологических исследований

Актуальность и необходимость сравнительной социологии на современном этапе обуславливается развитием международного сотрудничества, взаимопроникновением культур, динамикой социальной жизни, процессами глобализации и потребностью социологов в получении и сравнении информации об идентичных социальных процессах и явлениях, социальных сдвигах в различных социальных слоях и группах, регионах и странах.

Но существуют определенные трудности сравнительных социологических исследований – прежде всего, проблемы выработки адекватных исследовательских стратегий и условий применимости различных методов сбора данных, изучения рамок сравнимости и эквивалентности при измерении подобию (различий) характеристик в совокупностях, выработки сопоставимых показателей, обеспечения лингвистической эквивалентности и т. д.

При проведении международных сравнительных исследований необходимо учитывать тот факт, что каждое общественное явление существенным образом связано с определенной социально-экономической системой, условиями и образом жизни людей той или иной страны. Некоторые внешне аналогичные социальные явления и процессы в различных обществах имеют различное значение и различные функции. Кроме того, в различных системах возникают, существуют и развиваются новые, исторически уникальные явления, которые могут играть важную роль, а ряд количественных показателей в различных социальных системах может отличаться качественными детерминантами. Недоучет данного явления приводит к одномерности сравнительного анализа, осуществленного лишь на основе количественных данных. Важным условием адекватного проведения сравнительного социологического исследования является не только сопоставление общих явлений с их статистикой включенности в систему, но также и их историко-генетического движения.

Значительный рост интереса к регулярному социологическому изучению общественного мнения – одна из ярких примет демократических преобразований в российском и белорусском обществах [6]. Однако политический фактор активизации исследования мнений и настроений людей зачастую перевешивает фактор строгой научности данной процедуры. В результате, чуть ли не любое социологическое исследование называют «опросом общественного мнения» и, как следствие, на «выходе» выявляют все что угодно, только не существенные характеристики этого феномена [8, с. 104]. Между тем, чтобы правильно разработать программу и методический инструментарий социологического исследования общественного мнения, необходимо учитывать исключительное разнообразие его существенных сторон и исходить из научного понимания того, какова природа самого изучаемого явления.

В последнее десятилетие наблюдается процесс «упрощения» в изучении общественного мнения. Такое упрощение может проявляться в том, что за общественное мнение, составляющее специальный срез отражения общественного сознания, признается любое мнение людей в любой ситуации, порой выражающее эмоциональные реакции населения, которые могут составлять сумму единичных

мнений, никаким образом не обоснованную. Такое общественное мнение обосновано лишь собственными самоощущениями, не более того. Конечно, за этим общественным мнением тоже стоит реальность бытия, которая эти ощущения диктует. Например, в исследованиях, проведенных Институтом социологии НАН Беларуси накануне президентской избирательной кампании 2006 г., была получена информация о материальном положении населения, которая интерпретировалась в передачах белорусского телевидения как факт, что 62 % населения самоидентифицируется как средний класс. Данный вывод нельзя принять за объективный факт, так как он был сделан лишь на основе самооценок респондентов, которые (самооценки) не совпадают с научным определением этого понятия.

Все вышесказанное дает основание сделать вывод о необходимости оптимизации теоретико-методологических основ социологической деятельности, особенно в эмпирических исследованиях, так как сохранение устаревшего опыта на эмпирическом уровне социологических исследований общественного мнения может привести к стиранию границ предметной области социологии общественного мнения.

Анализ сложившейся ситуации показывает, что методологический подход в исследованиях общественного мнения в социологии постсоветских стран (включая Беларусь) существенно изменился за последнее десятилетие. Однако социология общественного мнения пока еще не обрела статуса, соответствующего значимости этой отрасли знания, занятой изучением одного из самых сложных феноменов общественного сознания и деятельности.

Список цитированных источников

1. *Титаренко, Л. Г.* Социология общественного мнения: учеб. пособие для студентов вузов / Л. Г. Титаренко; под ред. А. Н. Елсукова. – 2-е изд., испр. – Минск, 2000.
2. *Горшков, М. К.* Российское общество в условиях реформации: мифы и реальность (социологический анализ 1992–2002) / М. К. Горшков. – М., 2003.
3. *Уледов, А. К.* Духовная жизнь общества / А. К. Уледов. – М., 1980.
4. *Грушин, Б. А.* Мнение о мире и мир мнений / Б. А. Грушин. – М., 1967.
5. *Гавра, Д. П.* Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт / Д. П. Гавра. – СПб., 1995.
6. *Грищенко, Ж. М.* Онтология успеха и поражения / Ж. М. Грищенко // Социологические исследования – 1998. – № 9.
7. *Селезнева, Т. В.* К проблемам социологии общественного мнения. Материалы международной научной конференции «Ломоносов – 2003» / Т. В. Селезнева – М., 2003.
8. *Горшков, М. К.* Прикладная социология / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги. – М., 2003.

Дата поступления статьи в редакцию: 30.03.2008 г.