

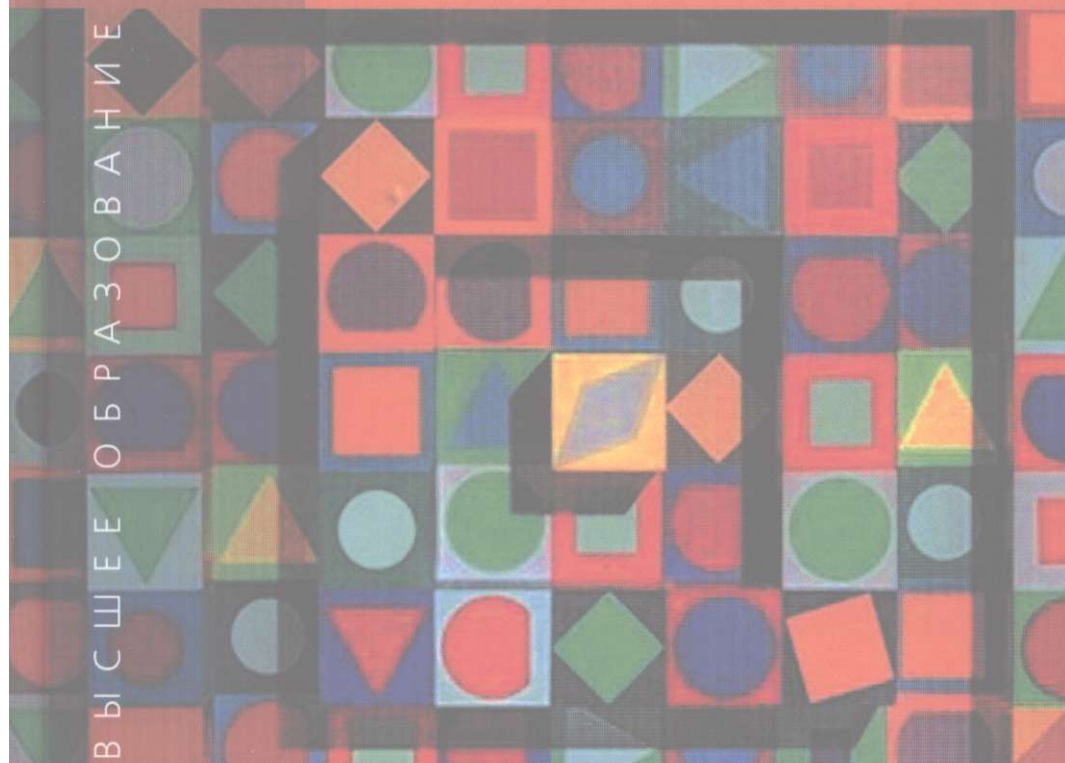
60.5
к 59



Г. И. Козырев

СОЦИОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ



Г.И. Козырев

СОЦИОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

*Рекомендовано учебно-методическими комиссиями
кафедры политической социологии РГГУ
и кафедры социологии РХТУ им. Д.И. Менделеева
в качестве учебного пособия для студентов
высших учебных заведений, обучающихся по специальности
«Социология» (бакалавриат и магистратура)*



znanium.com

Соответствует
Федеральному государственному
образовательному стандарту
3-го поколения

Москва
ИД «ФОРУМ» - ИНФРА-М
2017

УДК 316(075.8)
ББК 60.5я73
К59

ФЗ Издание не подлежит маркировке
№ 436-ФЗ в соответствии с п. 1 ч. 4 ст. 11

Рецензенты:

доктор социологических наук,
профессор кафедры политической социологии *Л.Н. Вдовиченко*
доктор философских наук, профессор,
заведующая кафедрой социологии РХТУ им. Д. И. Менделеева *С.А. Губина*

Козырев Г.И.

К59 Социология общественного мнения учебное пособие / Г.И. Козырев. - М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. - 224 с. - (Высшее образование).

ISBN 978-5-8199-0607-1 (ИД «ФОРУМ»)

ISBN 978-5-16-010075-3 (ИНФРА-М)

Учебное пособие представляет собой авторский курс по социологии общественного мнения, предназначенный для подготовки бакалавров и магистров по направлению социология. Учебное пособие подготовлено в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования третьего поколения. В нем содержится необходимый теоретический, методический и практический материал для проведения преподавателем занятий со студентами и для самостоятельного изучения ими социологии общественного мнения. Учебное пособие также может быть полезным аспирантам, преподавателям социальных, экономических и политических дисциплин, а также всем интересующимся проблемами формирования, функционирования и выявления общественного мнения.

УДК 316(075.8)
ББК 60.5я73

ISBN 978-5-8199-0607-1 (ИД «ФОРУМ»)
ISBN 978-5-16-010075-3 (ИНФРА-М)

©Козырев Г.И., 2017
©ИД «ФОРУМ», 2017

Оглавление

Предисловие	3
-----------------------	---

Часть первая. ПОНЯТИЕ И ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Глава 1. СОЦИОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ КАК ОТРАСЛЬ ЗНАНИЙ И УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА	5
---	----------

1.1. Социология общественного мнения: понятие, объект, предмет и методы исследования	5
1.2. Функции социологии общественного мнения	7
1.3. Роль и место социологии общественного мнения в структуре социологических и других общественных дисциплин	8
1.4. Цели и задачи «Социологии общественного мнения» как учебной дисциплины в системе вузовского образования	9

Глава 2. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИОЛОГИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ.	12
---	-----------

2.1. Предыстория возникновения социологии общественного мнения	12
2.2. Возникновение и развитие современных подходов к изучению общественного мнения	16
2.3. Начало эмпирических исследований общественного мнения («соломенные» опросы, Дж. Гэллап и др.)	21
2.3. Исследования общественного мнения в России	23

Часть вторая. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

Глава 3. ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА, ДИНАМИКА И ФУНКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ	31
---	-----------

3.1. Общественное сознание	31
3.2. Понятие и сущность общественного мнения	35

3.3.	Структура общественного мнения	39
3.4.	Динамика общественного мнения	41
3.5.	Функции общественного мнения	42
Глава 4.	СУБЪЕКТЫ И ОБЪЕКТЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ	46
4.1.	Субъекты общественного мнения	46
4.2.	Объекты общественного мнения	53
4.3.	Общественное мнение как социальный институт	56
4.4.	Мировое общественное мнение	61
Глава 5.	ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ	67
5.1.	Объективные основания формирования общественного мнения	67
5.2.	Факторы формирования общественного мнения	72
5.3.	Стадии и механизмы формирования общественного мнения	76
5.4.	Формы и каналы проявления общественного мнения	79
Глава 6.	ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ В СТРУКТУРЕ ВЛАСТИ И УПРАВЛЕНИЯ	83
6.1.	Зависимость включенности общественного мнения в процесс принятия политических решений от формы политического режима	83
6.2.	Реальные практики «влияния» общественного мнения на процесс принятия политических решений	88
6.3.	Общество потребления и социальный контроль	94
 Часть третья. ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ		
Глава 7.	ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ	101
7.1.	Средства массовой коммуникации (СМК): понятие, сущность, структура	101
7.2.	Теоретические обоснования роли СМК в процессе формирования и функционирования общественного мнения	105
7.3.	Роль средств массовой коммуникации в процессе формирования общественного мнения	112
7.4.	Использование СМК в процессе манипулирования общественным мнением	117

Глава 8. ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ.	123
8.1. Конструирование «жертвы» как способ создания управляемой конфликтной ситуации.	123
8.2. Формирование образа врага.	129
8.3. Окна Овертона — насилие над здравым смыслом.	138
Глава 9. ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА В ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ И МИРОВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ.	144
9.1. Понятие и сущность информационной войны.	144
9.2. Практики ведения информационной войны и манипулирования общественным мнением.	149
9.3. Методы ведения информационной войны и манипулирования общественным мнением.	156
 Часть четвертая. ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ОБЪЕКТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	
Глава 10. МЕТОДЫ ВЫЯВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ.	161
10.1. Методологическая, методическая и организационная подготовка исследования.	161
10.2. Основные виды социологического исследования, используемые в ходе выявления общественного мнения.	166
10.3. Методы сбора социологической информации, используемые в ходе выявления общественного мнения.	170
10.4. Методы обработки и анализа социологической информации, используемые в ходе выявления общественного мнения.	178
Литература.	181
Приложение 1. Конструирование «жертвы-этнoса» как способ управления сербско-косовском конфликтом (1998—1999 гг.).	185
Приложение 2. Конструирование «многофункциональной жертвы» как способ создания управляемой конфликтной ситуации и предлог для начала конфликта.	188
Приложение 3. Пример организации флешмоба.	191

Приложение 4. Информационная война: План Даллеса по уничтожению СССР.	194
Приложение 5. Исследование Левада-центра: Доверие россиян институтам власти и общества в 2013 году.	196
Приложение 6. Отзыв на фильм «Царь».	198
Приложение 7. Американцы устали от пропаганды гомосексуализма	199
Приложение 8. Задания к главе 10.	210
Приложение 9. Словарь основных терминов и понятий.	212