

Министерство образования Российской Федерации  
Амурский Государственный Университет  
Факультет социальных наук  
Кафедра социологии

Магницкий Ю.Г.

Социологические проблемы общественного мнения

Учебно - методическое пособие для  
студентов специальности 020300 «социология»

Благовещенск 2003 г.

ББК \_\_\_\_\_

---

Автор: кандидат философских наук, доцент  
Ю.Г. Магницкий

Рецензенты: Никитин Геннадий Викторович  
кандидат философских наук, доцент

Протокол № \_\_\_\_\_

Протокол № \_\_\_\_\_

Публикуется по решению \_\_\_\_\_

---

С(М) \_\_\_\_\_ Магницкий Ю.Г.

«Социологические проблемы общественного мнения»

Учебно-методическое пособие для студентов-социологов АмГУ  
(специальности 020300)

Благовещенск 2003 г. \_\_\_\_\_ с

Пособие содержит: тематические лекционные разработки, планы семинарских занятий, контрольные вопросы, списки литературы, темы дипломных и курсовых проектов.

ББК \_\_\_\_\_

Амурский государственный университет:  
Факультет социальных наук  
Кафедра социологии

## Предисловие

«Социологические проблемы общественного мнения» - специальная (отраслевая) социологическая дисциплина, предметом изучения которой является установление механизмов и закономерностей формирования и функционирования оценочного отношения больших социальных общностей (классов, страт, групп, народа в целом) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес. Термин «общественное мнение», возникший в Англии в конце XVIII в., постепенно приобрел не только прагматически-обиходный, но и научный смысл.

Как известно, на словосочетание «общественное мнение», давно пребывающее на слуху человеческой цивилизации, весьма часто ссылаются политические деятели, журналисты, парламентарии, представители общественности и маркетинга, менеджмента и культуры, образования и искусства. В целом актуальность общественного мнения обусловлена тем, что это – регулятор отношений между людьми, инструмент социального управления, фактор воспитания. Однако в социологии вряд ли найдется другая категория, содержание которой было бы столь размыто, сложно, вызывало бы беспрецедентно горячие споры, т.е. явилось бы до такой степени проблемным.

Эффективному и практически результативному изучению указанной проблематики общественного мнения в аспекте социологической науки и посвящено данное учебно-методическое пособие, представляющее интерес как для студентов социологической специализации Амурского государственного университета, так и для более широкой читательской аудитории, обращающей пристальное внимание на злободневные общественно-значимые вопросы современности и на их отражение в массовом и индивидуальном сознании.

## С Т А Н Д А Р Т

Социальные проблемы изучения  
общественного мнения

Специальная теория, предмет  
изучения которой – законо-

мерности и механизмы  
формирования и функцио-  
нирования оценочного отно-  
шения социальных групп,  
классов, народов к актуаль-  
ным проблемам действитель-  
ности, представляющий  
общественный интерес.

Теоретические и прикладные

исследования общественного  
общественного мнения.

Общественное мнение в со-  
циальном и государственном  
управлении. Пресса и  
общественное мнение.

### 1.0 Цели и задачи курса

1.1 Цель преподавания учебной дисциплины «Социологические проблемы изучения общественного мнения»

Данный курс предназначенный для студентов социологической специальности, в т. ч. специализирующихся в сфере изучения общественного мнения, преследует двоякую цель – обобщить теоретические основы и практические задачи социологии общественного мнения и обосновать ее предмет как специальной дисциплины.

### 1.2. Задачи изучения

- ознакомление с предметом, структурой, главными функциями и основным комплексом теоретических и прикладных проблем данной отрасли социологической науки;
- выявление аспектов конкретного применения знания основ данной дисциплины в сферах политики, экономики, социально-культурной жизни общества и др.
- овладение соответствующими методическими приемами, техникой, процедурами конкретного социологического исследования феномена общественного мнения;
- научение использовать знания, умения и навыки в области общественного мнения для участия в проведении избирательных

кампаний, осуществлении рекламной, имиджмейкерской работы, деятельности в сфере Паблик Рилейшнз, в формировании публицити организаций и отдельных лиц, в журналистско-социологической практике и т.д.;

- применение данных опросов общественного мнения для реализации адекватных и эффективных реализаций в СМИ, для принятия верных и взвешенных решений в сфере менеджмента, маркетинговой деятельности, общественно значимой практики в целом.

1.3. Перечень дисциплин с указанием разделов, усвоение которых необходимо для эффективного усвоения основ «Социологических проблем изучения общественного мнения».

Философия	Раздел «Сознание»; «Человек»; «Личность»; «Общество»; «Человек в информационно-техническом мире»; «Мир повседневности»; «Деловая жизнь людей»; «Проблемы и перспективы современной цивилизации».
Социология	Раздел «Социология коммуникаций»; «Социология СМИ»; «Паблик Релейшнз (связь с общественностью)»; «Имидж и имиджмейкерская деятельность»; «Социология публицити»; «Личность и общество»; «Социальная структура общества»; «Социология конфликта»; «Социология политики»; «Общество как социокультурная целостность»; «Социальное прогнозирование и проектирование»; «Экономическая социология»; «Социология управления»; «Социальные организации»; «Социальные институты и группы»; «Опросы общественного мнения»; «Методы, техника и процедуры проведения конкретных социологических исследований».
Социальная психология	Раздел «Социальная психология общения и отношений»; «Социальная психология групп и группового взаимодействия»; «Социальная психология личности»; «Социометрия»; «Стратометрия»; «Трансактный анализ»; «Социальная психология конфликта»; «Политическая социальная психология»; «Социальная психология менеджмента»; «Социальная психология

программи- маркетинга»; «Нейролингвистическое роование»; «Социальная психология коммуникаций»; «Методология, методика и техника проведения конкретных социально-психологических исследований».

Политология Раздел «Политическая структура общества»; «Политические партии, движения, объединения»; «Общественное мнение и избирательные компании»; «СМИ и проблемы политики».

1.4. Перечень основных умений и навыков, приобретаемых студентами при изучении дисциплины «Социологические проблемы изучения общественного мнения».

1. умения применять теоретические знания в данной сфере к решению практических вопросов в контексте изучения общественного мнения;
2. овладение навыками проведения конкретных социологических исследований важных аспектов общественного мнения и адекватного использования полученных эмпирических данных в широком спектре практических задач стабилизации и позитивного развития окружающей действительности;
3. умение осуществлять глубокий и объективный анализ факторов общественного мнения для принятия адекватных управленческих решений.

## 1.0. «Сетка часов»:

## 1.1. Лекционные занятия:

№№ п.п.	Тема лекции	часы
1	Социология общественного мнения как важная отрасль социологической науки.	2
2	Возникновение и развитие социологии общественного мнения: историческая ретроспектива.	2
3	Общественное мнение как срез видов и форм общественного сознания.	2
4	Ключевые понятия и категории социологии общественного мнения.	2
5	Основные цели и современные требования социологического исследования общественного мнения.	2
6	Многообразие видов опросов и главные мировые //российские центры изучения общественного мнения.	2
7	Проблема социальных коммуникаций и феномен общественного мнения.	2
8	Работа СМИ в аспекте главных принципов изучения общественного мнения.	2
9	Общественное мнение в период // процессе избирательных компаний и особенности деятельности масс-медиа.	2
10	Проблематика обнародования массовых опросов населения.	2
11	Общественное мнение и Паблик Рилейшнз.	2
12	Общественное мнение и слухи в обществе: источники, виды, динамика.	2
13	Социально-психологические детерминанты конструирования социального мира: в аспекте изучения общественного мнения.	2
14	Методологические проблемы опроса: аспект КСИ общественного мнения.	2
15	Виды и специфика массового количественного опроса в процессе изучения общественного мнения.	2
16	Внеопросные, качественные методы сбора и анализа социологической информации по проблемам общественного мнения.	2
17	Организационно-методические проблемы осуществления КСИ общественного мнения.	2

18	Возможности и перспективы социологии общественного мнения.	2
1-18	Всего:	36

## 1.2. Семинарские // практические занятия.

№№ п.п.	Темы семинаров	часы
1	Предмет, функции, структура общественного мнения.	2
2	История возникновения и развития социологии общественного мнения: в зарубежных и отечественных условиях.	2
3	Общественное мнение, общественное сознание, общественное бытие.	2
4	Субъект и объект общественного мнения.	2
5	Социология общественного мнения как отрасль социологической науки в современных условиях.	2
6	Опросы населения (по изучению общественного мнения) и работа зарубежных и российских исследовательских центров.	2
7	Особенности массовой коммуникации в аспекте исследования общественного мнения.	2
8	Главные вопросы медиа-оценки результатов КСИ общественного мнения.	2
9	Пресса и общественное мнение в период общенациональных выборов.	2
10	Освещение итогов КСИ общественного мнения в современных СМИ.	2
11	Проблемы PR-рекламных технологий в аспекте изучения и использования факторов общественного мнения.	2
12	Слухи и общественное мнение.	2
13	Социальное познание и общественное мнение.	2
14	Массовый опрос населения как способ исследования общественного мнения и проблематика его методологии.	2
15	Разработка программы, плана, опросников КСИ общественного мнения.	2
16	Расчеты объема выборочной совокупности, вероятностной // случайной ошибки репрезентативности: аспект КСИ общественного мнения.	2
17	Принципы расчета стоимости КСИ общественного мнения.	2
18	Настоящее и будущее социологического изучения общественного мнения.	2

1-18	Всего:	36
------	--------	----

## 2.0. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

### 2.1 Лекции.

Тема 1. Социология общественного мнения как важная  
отрасль социологической науки 2 часа.

Социология общественного мнения – специальная социологическая дисциплина и ее основные проблемы. Предмет социологии общественного мнения. Определение, главные функции и признаки общественного мнения. Общее представление о структуре общественного мнения и ее элементах. Функции общественного мнения и его социологическое понимание. Место и значение социологии общественного мнения в ряду других отраслей социологического знания, других социальных наук.

Тема 2. История возникновения и развития социологии  
общественного мнения: историческая ретроспектива. 2 часа.

Появление термина «общественное мнение» в Англии XVIII века. Распространение понятия «общественное мнение» в другие страны и современное состояние его социологического изучения на Западе.

Социология общественного мнения в России II половина XIX века – начало XX века, в СССР в первой половине XX столетия. Зарождение и положение данной дисциплины в Советском Союзе в 60-80-е гг. XX века, ее развитие и проблемы в современной РФ.

Тема 3. Общественное мнение как срез видов и форм  
общественного сознания. 2 часа.

Общественное мнение и общественное сознание: термины и понятия. Общественное мнение как фактор обеспечения обратной связи в системе управления, действенный канал непосредственной демократии, эффективное средство управления социальными процессами и социального контроля. Изучение и учет общественного мнения – важнейший инструмент и механизм общественного самоуправления, развитие демократических форм организации власти. Развитие общественного мнения и внимание к нему как важнейший аспект обеспечения общественного уровня культуры менеджмента.

Тема 4. Ключевые понятия и категории социологии  
общественного мнения.

2 часа.

Субъект общественного мнения (народное большинство) и его внутренняя структура, главные ее элементы. Разнообразие реально функционирующих мнений, столкновение интересов, их борьба и изменение в сторону согласования или поляризации разных точек зрения и их особенности.

Объект общественного мнения, его содержательная сущность. Значимость объекта общественного мнения и рельефность его проявлений. Внутренняя структура, организация объектов общественного мнения и точки зрения о фактах, событиях, явлениях и процессах ( как характеристиках общественного бытия).

Стадии возникновения, формирования и функционирования общественного мнения. Основные формы, способы и этапы его формирования. Интегративный характер сформированного общественного мнения. Социальные оценки, социальные установки и волевые моменты, как ведущие элементы структуры общественного мнения. Единство рациональных, эмоциональных и волевых аспектов общественного мнения, его качественно-количественные характеристики и основные сферы проявления.

Тема 5. Основные цели и современные требования социологического  
исследования общественного мнения.

2 часа.

Сложность и многообразие задач в аспекте изучения общественного мнения. Необходимость оперативного отклика ученых на запросы социальной практики в настоящее время.

Методико-методологическая база (в т.ч. составление опросников) как основа изучения общественного мнения. Главные недостатки постановки вопросов при разработке и проведении опросов (анкетирования, интервью) населения. Институт Гэллопа и его пятимерный план. Пять аспектов мнения и пять категорий вопросов. Их содержательная суть и значение.

Тема 6. Многообразие видов опросов и главные мировые // российские  
Центры изучения общественного мнения.

2 часа.

Открытые общенациональные и региональные, конфиденциальные и экспериментальные опросы. Проблемы публикации их результатов и задачи адекватного воздействия на формирование общественного мнения. Особенности работы ведущих мировых организаций и фирм, «открыто» обследующих общественное мнение (институт Дж. Гэллапа, фирма Л. Харриса,

служба «Янкелович, Скелли энд Уайт», ВЦИОМ, фонд «Общественное мнение» и др.).

Избирательные кампании и опросы «закрытого» типа, их универсальная применимость, опросы населения и политика. Международный опыт осуществления различных форм исследования общественного мнения.

Тема 7. Проблема социальных коммуникаций и феномен общественного мнения.

2 часа.

Типы коммуникаций. Межличностная коммуникация, ее сущность и функции. Условия обеспечения эффективности межличностной коммуникации.

Массовая коммуникация (теоретический, прагматический и экспериментально-прикладной аспекты). Сущность и функции массовой коммуникации, теории, проблемы и направления ее изучения. Моделирование массовой коммуникации, факторы ее активного воздействия на людей. Средства массовой коммуникации (СМК) и средства массовой информации (СМИ) в процессе формирования и реализации общественного мнения. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Массовая коммуникация и реклама. Массовая коммуникация и речевая деятельность.

Конкретно-прикладные задачи социологии коммуникации во взаимосвязи с социологией общественного мнения (общая характеристика).

Тема 8. Работа СМИ в аспекте главных принципов изучения общественного мнения.

2 часа.

Свобода печати, ее право на информацию. СМИ и правительство. СМИ и доверие общества. Доступ общественности к СМИ. Предвзятость СМИ и политические пристрастия. Власть СМИ и их качественный аспект. Объективность журналистики и факторы общественного мнения. Новый коммуитаризм, пропаганда СМИ и формирование, воздействие общественного мнения.

Глобализация взаимосвязи и взаимовлияния функционирования СМИ и общественного мнения. Опросы населения и деятельность СМИ в общемировом, общенациональном, региональном масштабе.

Тема 9. Общественное мнение в период // процессе избирательных кампаний и особенности деятельности масс-медиа.

2 часа.

Освещение аспектов общественного мнения в отечественных СМИ последних лет и избирательные кампании 1999-2004 гг. в РФ. Вклад СМИ в

современные предвыборные марафоны. Проблемы центрально-российской и региональной социологии СМИ и социологии общественного мнения. Правовая проблематика, база функционирования СМИ при их воздействии на общественное мнение. 25 способов проиграть выборы (чего нельзя делать на выборах). Опыт работы Би-Би-Си, американских, французских, немецких, японских информагентств в ходе избирательных кампаний. Отношение экспертов к опросам общественного мнения. Проблемы работы в СМИ с результатами опросов населения.

Тема 10. Проблема обнародования массовых опросов населения.

2 часа.

«Три угла» общественного мнения. Аналитическая журналистика и интерпретация результатов опросов населения. Характерные черты опросов в современных условиях. Кто заказывает и кто проводит опросы. Опросы: выборка и формулировка вопросов. Источники ошибок при опросах и проблематика псевдоопросов. Основные правила освещения опросов в СМИ (цифры в контексте, политические исследования, опросы на выходе из избирательных участков и прогнозы и т.д.). Будущее опросов населения и обнародование их итогов в СМИ.

Тема 11. Общественное мнение и Паблик Рилейшнз.

2 часа.

Понятие, сущность, философия Паблик Рилейшнз (ПР) в системе политики, маркетинга, менеджмента (аспект проявлений общественного мнения). Правовые основы отношений с общественностью. ПР в организации, политобъединении, госструктуре, на предприятии. ПР в формировании политической общей культуры, культуры бизнеса. Связи с общественностью и кризисное управление.

ПР, паблисити, имидж и вопросы их прямой и обратной связи с факторами общественного мнения.

Тема 12. Общественное мнение и слухи в обществе: источники, виды, динамика.

2 часа.

Определение и классификация слухов. Факторы возникновения и распространения слухов. Результаты воздействия слухов на общественное мнение. Профилактика и дезавуирование слухов.

Аспект слухов в проявлениях общественного мнения и феномен толпы. Виды толпы и формы ее активности.

Тема 13. Социально- психологические детерминанты конструирования социального мира: в аспекте изучения общественного мнения.

часа.

Процесс производства социальной информации. Общая характеристика процесса работы с социальной информацией. Искажение социальной информации на стадии внимания. Проблемы кодирования социальной информации. Способы хранения социальной информации.

Психологическая составляющая работы с социальной информацией. Социальная составляющая социального познания.

Элементы картины социального мира. Социальная идентичность: образ «Я». Социальная идентичность: временные и средовые компоненты. Подход к анализу доминантных элементов социального мира.

Воздействие социальных институтов на конструирование образа социального мира. Семья. Школа и группы сверстников. СМИ и другие социальные институты.

Конструирование образа социального мира в условиях нестабильности и социологические методы получения информации.

Тема 14. Методологические проблемы опроса: аспект КСИ (конкретного социологического исследования) общественного мнения. 2 часа.

Исторический опыт становления метода опроса. Познавательные возможности метода опроса. Вопрос как инструмент получения эмпирических данных. Открытые и закрытые вопросы, другие типы вопросов. Получение информации о респондентах, их главных социальных позициях.

Тема 15. Виды и специфика массового количественного опроса в процессе изучения общественного мнения. 2 часа.

Опрос как основной метод социологической информации о состоянии общественного мнения.

Анкетный опрос. Социологическое интервью и его особенности как разновидности метода опроса. Групповой опрос. Почтовый опрос. Телефонный опрос. Опрос через Интернет и другие электронные СМИ. Социометрический опрос. Метод экспертного опроса.

Тема 16. Внеопросные качественные методы сбора социологической информации по проблемам общественного мнения.

2 часа.

Метод наблюдения: его разновидности, основные области применения и особенности.

Методы фокус-группы и индивидуального глубинного интервью: их характерные черты. Метод проективных технологий.

Социологический эксперимент. Его проблематика и планирование.

Метод анализа документальных источников. Виды документов и методы их анализа. Использование статистических источников в социологических исследованиях общественного мнения. Виды статистических источников.

Сочетание и комбинирование методов сбора информации об общественном мнении в оперативном социологическом исследовании.

Тема 17. Организационно – методические проблемы осуществления КСИ общественного мнения. 2 часа.

Нормативный подход к планированию в организации социологических исследований. Организация постоянной сети интервьюеров в социологических службах. Организация работы полевой лаборатории. Общее представление об особенностях организации теоретико-прикладного исследования общественного мнения и главных характеристиках методики и этапов его развертывания.

Тема 18. Возможности и перспективы социологии общественного мнения. 2 часа.

- Противоборство накапливания профессиональных знаний, опыта и расширение «пакета заказов» на проведение опросов из коммерческих соображений. Маркетинговые и политические КСИ. Качественные и количественные исследования факторов общественного мнения;
- Следование процессам, обозначившимся в развитых демократиях Запада. Создание и развитие российской службы «полстеров» в условиях развития рыночного общества в РФ.
- Отпочкование исследований общественного мнения от основного корпуса социологии как научной дисциплины (место между социологией, социальной психологией, политологией);
- Разработка адекватных теоретико – методологических подходов к предмету данной дисциплины;
- Дальнейшее расщепление дисциплины с полным отмежеванием маркетинговых опросов (качественные методы столь же эффективны в сравнении с количественными);
- Улучшение качества прогнозов;

- Развитие процесса профессионального университетского образования в области социологии и отраслевых дисциплин (в т.ч. социологии общественного мнения);
- Повышение социологической грамотности потребителей информации об общественном мнении.

## 2.2 План семинарских занятий

Семинар № 1 Предмет, функции, структура социологии общественного мнения. 2 часа.

1. Сущность и особенности формирования общественного мнения, его социологическое понимание.
2. Функции и структура общественного мнения в аспекте социологии.
3. Общественное мнение как социальный феномен и объект социологического интереса.

Литература к семинару №1

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Лавриненко В.Н. и др. Социология. М. 1998. с 258-271

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996. с 297-315

Семинар № 2 История возникновения и развития социологии общественного мнения за рубежом и в отечественных условиях. 2 часа.

1. Социологическое изучение общественного мнения за рубежом.
2. Социология общественного мнения в России.
3. Изменение парадигмы социологии общественного мнения: сегодня и завтра.

Литература к семинару №2

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Лавриненко В.Н. и др. Социология. М. 1998. с 258-271

Социология в России (под ред. Ядова В.А.) М. 1996. с 515-540

Семинар №3 Общественное мнение, общественное сознание, общественное бытие. 2 часа.

1. Социально-философские проблемы фактора общественного мнения.
2. Общественное мнение и социум.
3. Индивидуальное, групповое, массовое сознание в аспекте феномена общественного мнения.

## Литература к семинару №3

Философия (под ред. Губина В.Д. и др.) М. 1997. с 133-284, 345-421.

Философия Радугин А.А. М. 1996. с 264-312

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Лавриненко В.Н. и др. Социология. М. 1998. с 258-271

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996. с 297-315

## Семинар №4 Субъект и объект общественного мнения.

2 часа.

1. Сущность и характерные черты субъекта общественного мнения.
2. Содержание и особенности объекта общественного мнения.
3. Соотношение субъекта и объекта общественного мнения.

## Литература к семинару №4

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Лавриненко В.Н. и др. Социология. М. 1998. с 258-271

Конецкая В.Л. Социология коммуникации. М. 1997

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М. 2001

## Семинар №5 Социология общественного мнения как отрасль социологической науки в современных условиях.

2 часа.

1. Особенности современного развития человечества, Россия и социология.
2. Методы и роль общественного мнения в развитии социума в конце XX века.
3. Социология общественного мнения и глобализация цивилизации.

## Литература к семинару №5

Мир на пороге XXI столетия ( под ред. В.И. Купцова) Чебоксары, 1993

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996. с 297-315

Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. Киев. 1999

## Семинар №6 Опросы населения ( по изучению общественного мнения) и работа зарубежных и российских исследовательских центров.

2 часа.

1. Особенности и значение опросных технологий в исследовании общественного мнения.
2. Виды опросов, комбинированные методы в аспекте изучения общественного мнения.
3. Зарубежные социологические фирмы и характерные черты их работы.

4. Особенности деятельности российских социологических центров и КСИ по изучению общественного мнения.

Литература к семинару №6

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439  
 Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии. М. 1996  
 Андриенков В.Г. и др. Методы сбора информации в социологических исследованиях. В 2-х т. М. 1990

Семинар №7 Особенности массовой коммуникации в аспекте исследования общественного мнения. 2 часа.

1. Массовая коммуникация в различных аспектах.
2. Массовая коммуникация и общественное мнение.
3. СМК, СМИ в структуре общественного мнения.

Литература к семинару №7

Лавриненко В.Н. и др. Социология. М. 1998. с 258-271  
 Конечкая В.П. Социология коммуникации. М. 1997  
 Блэк С. Введение в Паблик Рилейшнз. М. 1998  
 Ворошилов В.В. Журналистика. М. 1999

Семинар №8 Главные вопросы медиа-оценки результатов КСИ общественного мнения. 2 часа.

1. Особенности работы СМИ в системе изучения общественного мнения.
2. Позитивы и негативы в деятельности СМИ по обнародованию данных КСИ общественного мнения.
3. Законодательство и нравственные нормы в русле публикаций по проблематике общественного мнения.

Литература к семинару №8

Ворошилов В.В. Журналистика. М. 1999  
 Журналистика на выборах. М. 1996  
 Моисеев В.Л. PR: теория и практика. Киев. 1996  
 Социология в России. С 525-536

Семинар №9 Пресса и общественное мнение в период общенациональных выборов в России (1995-2004 г.г) 2 часа.

1. Пресса и общественное мнение в виде избирательных компаний.
2. PR – технологии и выборы в аспекте социологии общественного мнения
3. Выборы и пресса 1995-1996, 1999-2000, 2001-2004 г.г. в России, Приамурье в системе общественного мнения.

## Литература к семинару № 9

Подборка местной и центральной прессы, PR-материалов за указанные периоды.

Моисеев В.А. PR: теория и практика. Киев. 1999

Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Киев. 2000

## Семинар №10 Освещение итогов КСИ общественного мнения в современных СМИ. 2 часа.

1. Особенности интерпретаций данных КСИ в современной российской прессе.
2. Зависимость программирования, реализаций методик КСИ и адекватность обнародования их результатов в СМИ.
3. Проблема повышения уровня достоверности публикаций данных КСИ в современной российской прессе.

## Литература к семинару №10

Социология в России. С 525-536

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М. 2001

Ворошилов В.В. Журналистика. М. 1999

Социология журналистики. Под ред. С.Г. Кирконосенко. М. 1998

## Семинар №11 Проблемы PR-рекламных технологий в аспекте изучения и использования факторов общественного мнения. 2 часа.

1. Общественное мнение в системе PR.
2. Имидж, публицити: суть, формирование, виды и феномен общественного мнения.
3. PR-компания и проблемы имиджеологии (в аспекте изучения и использования фактора общественного мнения).

## Литература к семинару №11

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. Киев. 1999

Почепцов Г.Г. Имиджеология: теория и практика. Киев. 1998

Социология журналистики. Под ред. С.Г. Кирконосенко. М. 1998

## Семинар №12 Слухи и общественное мнение. 2 часа.

1. Проблематика толпы и слухов в системе общественного сознания.
2. Особенности изучения слухов, больших социальных групп в современной социологии.
3. Влияние слухов на формирование общественного мнения.

## Литература к семинару № 12

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996. с 297-315

Моисеев В.А. PR: теория и практика. Киев. 1999

Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. Киев. 1999

Социология журналистики. Под ред. С.Г. Кирконосенко. М. 1998

Семинар №13 Социальное познание и общественное мнение. 2 часа.

1. Сущность социального познания.
2. Общественное мнение как функция и структурный элемент социального познания.
3. Массовое сознание в аспекте социального познания.

## Литература к семинару №13

Андреева Г.М. Психология социального познания. М. 1997

Конечкая В.П. Социология коммуникации. М. 1997

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996. с 353-453

Семинар №14 Массовый опрос населения как способ исследования общественного мнения и проблематика его методологии.

2 часа.

1. Опрос как вид получения первичной социологической информации (в аспекте изучения общественного мнения) и вопросы его методологии и методики.
2. Анкетирование и интервью при исследовании факторов общественного мнения.
3. Социометрия, экспертный опрос, фокус-группы в изучении социальных настроений населения.
4. Интернет-опрос, опрос телефонный и прессовый.

## Литература к семинару №14

Андреевков и др. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Т. 1-2.

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996. с 353-453

Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М. 2001

Семинар №15 Разработка программы, плана опросников КСИ общественного мнения. 2 часа.

1. Программа КСИ и ее основные элементы при изучении общественного мнения.
2. Главные задачи и алгоритмы плана КСИ (в аспекте исследования проблем общественного мнения)
3. Основные требования к анкете //тексту интервью в процессе изучения общественного мнения.

Литература к семинару №15

Лавриненков В.Н. и др. Социология. с 256-271

Ротман Д.Г., Булова С.Н., Веремеева Н.П. и др. Оперативные социологические исследования. Минск. 1997

Социология в России. С 515-540

Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии.

Семинар №16 Расчет объема выборной совокупности вероятностно // случайной ошибки репрезентативности в аспекте КСИ общественного

мнения.

2 часа.

1. Генеральная и выборочная совокупность, особенности выявления // расчета последней.
2. Репрезентативность и параметры расчета возможной (вероятной) статистической погрешности при исследовании вопросов общественного мнения.
3. Проблемы достоверности, точности, надежности, валидности результатов КСИ общественного мнения.

Литература к семинару №16

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Лавриненков В.Н. и др. Социология. с 258-271

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.2001

Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии. М. 1996

Ротман Д.Г. и др. Оперативные социологические исследования. Минск, 1997

Семинар №17 Принципы расчета стоимости КСИ общественного мнения.

2 часа.

1. Особенности подготовки и проведения КСИ общественного мнения в аспекте финансирования.
2. Экономика и менеджмент КСИ общественного мнения: расчеты и реальность.
3. Характерные черты контракта по организации и проведению КСИ общественного мнения и требования к нему.

## Литература к семинару №17

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996. с 353-453

Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии. С 158-163

Ротман Д.Г. и др. Оперативные социологические исследования. Минск, 1997

Андреев и др. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Т. 2. М. 1990

Семинар №18 Настоящее и будущее социологического изучения  
общественного мнения.

2 часа.

1. Социология общественного мнения вчера и сегодня.
2. Современные технологические инновации в эмпирических исследованиях общественного мнения.
3. Тенденции изменения социологической парадигмы и перспективы изучения общественного мнения социологической наукой будущего.

## Литература к семинару № 18

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 435-439

Социология в России. С 585-626

Лавриненков В.Н. и др. Социология. с 266-271

## 3.0 Тематика дипломных работ

## Тема 1 «Потребление и стиль жизни приамурских горожан»

## Литература

Статистические сборники по Амурской области. Благовещенск. ЦСУ. 1995-2004

Социология в России. Под ред. Ядова В.А. М. 1996 С 119-322

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М. 2001

Осипов Г.В. и др. Социология. М. 1996

## Тема 2 «Инвестиционное поведение населения Амурской области»

## Литература

Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии. М. 1996 с 126-170

Ротман Д.Г. и др. Оперативные социологические исследования. Минск 1997

Бартенев С.А., Большакова И.И., Булатов А.С. и др. Экономика. М. 1997

Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 428-439

### Тема 3 «Отношение жителей г. Благовещенска к политическому курсу современного российского руководства.

#### Литература

- Ротман Д.Г. и др. Оперативные социологические исследования. Минск 1997
- Политическая социология. Под ред. Сомова Г.П. Ростов//Дону 1997
- Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. Киев. 1999
- Гобозов И.А. Философия политики. М. 1998
- Панарин Л.С. Философия политики. М. 1994
- Гаджиев К.С. Политическая наука. М. 1994
- Гозман Л.Я., Шестопад Е.Б. Политическая психология. Ростов//Дону 1996
- Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М. 1996
- Доган М., Пеласси Д. Сравнительная политическая социология. М. 1994

### Тема 4 «Состояние и перспективы вузовского образования в Амурской области»

#### Литература

- Статистические сборники по Амурской области РФ. Благовещенск. ЦСУ. 1995-2004
- Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии. М. 1996
- Лавриненков В.Н. и др. Социология. М. 1998 с 168-257
- Елсуков Л.Н. и др. Социология. Минск. 1998. с 358-371, 390-398, 428-553
- Социология в России. Под ред. Ядова В.А. М. 1996 С 345-368

## 4.0 Учебно-методические материалы

### а) нормативные документы:

- Постановление Правительства РФ от 13.04.92 г., №244: «О развитии гуманитарного образования в РФ»;
- Закон об образовании» принят Госдумой РФ 05.07.95 г.;
- Закон РФ «О средствах массовой информации». М. 2003.
- Конституция РФ. М.: Республика, 1994.

### б) Основная литература:

- Андреева Г.М. Психология социального познания. М. Аспект Пресс, 1997.
- Андреев В.Г., Войнова В.Д., Гайдис В.П. и др. Методы сбора информации в социологических исследованиях. В 2-х томах. М. Наука, 1990.

- Беседы о масс-медиа. М. Вагриус, 1997.
- Доти Д Паблицити и паблик рилешнз. М.: Филинь, 1996.
- Елсуков А.Н., Бабосов Е.М., Данилов А.Н. и др. Социология. Минск. Тетра Синтез, 1998. стр. 428-439.
- Журналист на выборах. М., Ноу-Хау, 1996.
- Конецкая В.П. Социология коммуникаций. М. МУБиУ, 1997.
- Осипов Г.В., Москвичев Л.Н., Кабыша А.В. и др. Социология. М. Аспект Пресс, 1996.
- Паблик Рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса / Под ред. З.А.Уткина. М. Тандем, 1999.
- Ротман Д.Г., Бурова С.Н., Веремеева Н.П. и др. Оперативные социологические исследования. Минск. Веды, 1997.
- Социология в России / Под ред. В.А.Ядова. М. ИСРАН, 1996. стр. 515-540.
- Шереги Ф.Э., Горшков М.К. Основы прикладной социологии. М. Интерпракс, 1996.
- Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М. Добросвет, 2001

#### Дополнительная.

- Алешина И.В. Паблик Рилешнз для менеджеров и маркетеров. М.: Тандем, 1997.
- Социология и пресса в период парламентских и президентских выборов 1995 и 1996 гг. М.: АПН, 1998.

#### 5.0 Контрольные (проблемно-тематические) вопросы

1. Общественное мнение как социальный феномен и объект социологического интереса.
2. Сущность, история возникновения и развития социологии общественного мнения за рубежом, в СССР, в России.
3. Механизм формирования, функции, проблемы изучения общественного мнения.
4. Общественное мнение как срез видов и форм общественного сознания.
5. Ключевые понятия и категории социологии общественного мнения.
6. Основные цели и требования социологического исследования общественного мнения в условиях современности.
7. Многообразие видов опросов и главные мировые центры изучения общественного мнения.
8. Проблематика социальной коммуникации и феномена общественного мнения.

9. Некоторые принципы изучения общественного мнения в аспекте деятельности СМИ (в т.ч. в процессе избирательных компаний).
10. Проблематика обнародования результатов изучения общественного мнения.
11. Общественное мнение и PR.
12. Общественное мнение и слухи в обществе: источники, виды, динамика.
13. Социально-психологические детерминанты конструирования социального мира в аспекте изучения общественного мнения.
14. Методологические и методические вопросы проведения КСИ (конкретных социологических исследований) общественного мнения.
15. Анализ и использование результатов КСИ общественного мнения.
16. Организационно-методические проблемы опроса и др. методов получения данных КСИ общественного мнения.
17. Возможности и перспективы социологии общественного мнения.
18. Общественное мнение и реклама. Маркетинговые исследования.
19. 5-мерный план Дж. Гэллага в изучении общественного мнения.
20. Главные этапы, сферы, направления формирования и распространения общественного мнения.

#### 6.0 Формы отчетности.

- Доклады студентов (на очередных еженедельных семинарах)
- Контрольные работы (в конце каждого месяца)
- Коллоквиумы (2 раза в течении семестра)
- Экзамен (в конце соответствующего семестра // уч. года).



Юрий Георгиевич Магницкий  
Доцент, кандидат философских наук

Социологические проблемы общественного мнения  
Учебно-методическое пособие

Издательство АмГУ.

Подписано к опубликованию \_\_\_\_\_

Формат \_\_\_\_\_ Усл. печ. л. \_\_\_\_\_; уч. изд. л. \_\_\_\_\_

Тираж \_\_\_\_\_

Заказ \_\_\_\_\_