

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ КОНСОЛІДОВАНОЇ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В ЦІЛЮВИХ ГРУПАХ

С. М. Іванченко, м. Київ

Проблема формування громадської думки вивчається в контексті питання її носіїв та суб'єктів. Аналізуються різні підходи до понять, за допомогою яких виділяються суб'єкти громадської думки. Як такий суб'єкт виокремлюються цільові групи, які уособлюють інтереси певної соціально-демографічної або професійної групи, наприклад освітня. З'ясовано, що способи формування громадської думки залежать від того, на який – індивідуальний чи колективний – суб'єкт вони спрямовані. У разі спрямованості на індивідуальний суб'єкт використовують технології збільшення поінформованості громадян (техніка “збагачення” громадської думки); на колективний – техніки, звернені до групових феноменів (лідерство, груповий тиск, групова ідентифікація). Групова ідентичність розглядається як важливий чинник консолідації громадської думки, а формування Ми-ідентичності – умова процесу консолідації.

Ключові слова: громадська думка, колективний суб'єкт, спільнота, групова ідентичність, консолідація.

Проблема. Проблему формування громадської думки сучасні дослідники розглядають здебільшого в контексті характеру впливу на свідомість громадян – маніпулятивного чи неманіпулятивного. Проте існує ще один важливий аспект – це питання носіїв, або суб'єктів, громадської думки. Прийнято вважати, що громадська думка – це думка суспільства загалом, де суб'єктом є народ або великі соціальні групи. Проте коли мова заходить про вимірювання громадської думки, то зазвичай опитують окремих індивідів, а замість узагальнення відбувається механічний підрахунок – відсоток “за”, відсоток “проти”. При цьому не враховують те, що в реальному житті індивіди виступають як представники певних груп та спільнот, які впливають на формування колективної думки своїх членів. П. Д. Фролов вважає, що громадська думка існує на двох рівнях – індивідуальному та надіндивідуальному, а також у двох формах – об'єктивній і суб'єктивній. З позиції соціальної психології громадська думка – це надіндивідуальне утворення, яке перевершує просту суму індивідуальних думок [1]. Коли йдеться про консолідовану громадську думку, то вважають очевидним, що її суб'єктом є певна цілісність, а не просто механічна сукупність індивідів. Поняття консолідації вимагає також окремого розгляду, але ми обмежимося тим, що вважатимемо громадську думку консолідованою за наявності в суспільстві консенсусу (згоди більшості зацікавлених сторін щодо спірних питань).

У літературі використовують різні поняття, які описують сукупність людей як колективний суб'єкт або спільноту чи групу як ціле. Ми будемо говорити про цільові групи, під якими розуміємо будь-які об'єднання громадян, що мають спільний інтерес або на які спрямована дія тих чи тих соціальних перетворень. Наприклад, якщо говорити про реформу вітчизняної освіти, то цільовими групами тут виступають ті, хто надає освітні послуги (учителі, педагоги); ті, хто їх отримує (учні, студенти), а також посередники (менеджмент освіти) та деякі інші групи (наприклад, батьки учнів).

Мета статті: проаналізувати категорії, за допомогою яких виокремлюються суб'єкти громадської думки, для визначення шляхів формування консолідованої громадської думки серед цільових груп, зокрема освітан.

Найбільш загальним є поняття “група”, під яке підпадають будь-які реальні і умовні, великі і малі групи, колективи, об'єднання, угруповання тощо. У соціології найчастіше такими виступають демографічні групи – за статтю, віком, освітою тощо.

У російській (радянській) психології широко використовується категорія “колективний суб'єкт” як характеристика колективу, опосередкована спільною діяльністю [2]. На думку А. Л. Журавльова, колективний суб'єкт має такі ознаки: взаємозв'язок і взаємозалежність; здатність групи до різних форм активності; здатність групи до саморефлексії – утворення образу “ми”, а отже – Ми-ідентичності. Форми існування колективного суб'єкта за формальними ознаками – це діада, мала група, група середніх розмірів (підприємство, цех, навчальний заклад, збори та мітинги), великі соціальні групи; суспільство як організована сукупність індивідів, малих, середніх та великих груп [3].

Ще одна категорія, яку використовують для визначення суб'єкта громадської думки, – спільнота. В. О. Васютинський аналізує спільноту як соціально-психологічну категорію: це відносно велика номінально-реальна соціальна група, що вирізняється за наявності суб'єктивно значущої спільної ознаки [4]. Спільнотою є соціально-психологічному розумінні можна вважати будь-які соціальні сукупності, до яких індивід належить реально чи потенційно. У психологічному розумінні стосунки індивіда та спільноти вибудовуються на підставі спільних інтересів, квазіспільних інтересів (наприклад, у разі зовнішньої загрози) та колективної ідентичності.

Російський дослідник М. С. Мансуров вважає, що суб'єктом громадської думки не може бути народ, тому що вона охоплює різні класи, верстви населення [5]. Натомість суб'єктом громадської думки можуть бути спільноти – стійкі структурні елементи суспільства. До них дослідник зараховує громадянську спільноту (державно оформлене об'єднання людей), а всередині – національно-етнічні, територіальні спільноти, професійні і родинно-побутові спільноти. Разом він налічує п'ять форм спільнот, які перекриваються громадськими організаціями як вторинним суб'єктом громадської думки.

Вітчизняні дослідники розглядають малу групу як реальну групу (колектив), зокрема в освітньому середовищі [6]. До таких груп вони відносять дитячі колективи, освітянські спільноти; окрему групу становлять менеджери освіти. У ролі своєрідних груп освітнього середовища виступають батьки – найменш інтегрована група, де існують звичайно дуже слабкі процеси взаємодії. Дослідники виокремлюють також інші види груп: тимчасові, неформальні (наприклад, тренінгові, творчі групи дітей з батьками тощо).

Чимало праць присвячено особливостям становлення групової ідентичності в малих групах освітнього середовища [7]. Визначено зміст поняття “освітнє середовище”, його структуру та соціально-психологічні характеристики. П. П. Горностаї обстоює думку, що ідентичність групи – “це такий рівень розвитку групової

ідентичності, коли група набуває характеристик групового суб'єкта в різноманітних ситуаціях міжгрупової і внутрішньогрупової взаємодії" [там само, с. 10]. Особливістю групової ідентичності в малих групах (на відміну від середніх і великих груп) є те, що вона пов'язана з процесами групової динаміки.

Незалежно від того, яку категорію використовують дослідники – "група", "спільнота" чи "колективний суб'єкт", усюди найважливішим критерієм спільного (на противагу індивідуальному) творення громадської думки є наявність Ми-ідентичності. Поняття Ми-ідентичності пов'язане з поняттям соціальної ідентичності, яке обґрунтували Г. Теджфел і Дж. Тернер [8]. Згідно з теорією соціальної категоризації Г. Теджфела, соціальна ідентичність складається з образів "Я", пов'язаних зі сприйняттям себе як члена певних соціальних груп. Для нас важливий висновок дослідника про те, що соціальна та особистісна ідентичності є протилежними полюсами одного континууму в структурі Я-концепції [9]. Але оскільки в теорії Теджфела груповий суб'єкт не розглядався, наслідків цієї поляризації не було виявлено.

Наступним етапом у вирішенні цього питання стала концепція самокатегоризації Дж. Тернера, яка бере до уваги саме груповий суб'єкт [10]. Дослідник вважає, що ступінь внутрішньогрупової ідентифікації не можна вимірювати з позицій концепції індивідуальних відмінностей, яка ґрунтується на усталеній структурі Я. Розвиваючи погляди Г. Теджфела, він наголошує на ситуативному характері соціальної ідентичності. Тернер вважає, що люди діють або як індивіди, або як члени групи. У Я-концепції поєднуються особистісна та соціальна ідентичності, які співіснують. Становище особистості в процесі взаємодії з іншими постійно змінюється, і, відповідно, вона грає різні ролі. Саме тому дослідники включають у концепцію ситуативну детермінанту вияву ідентичності. Це означає, що індивіди можуть висловлювати або свою особисту думку (з позиції Я-ідентичності), або думку групи, з якою себе ідентифікують (з позиції Ми-ідентичності).

У західній літературі представлені й інші варіанти виокремлення суб'єктів громадської думки. У. Ліппман першим запропонував поділ на еліту, поінформованих громадян та малоінформованих громадян [11]. На схожий поділ за рівнем поінформованості натрапляємо в праці А. Шютца, датованій 1946 роком [12]. Він виокремив три ідеальних типи громадян: "експерт", "пересічний громадянин" та "добре поінформований громадянин". Його конструкція побудована на уявленнях про соціальний розподіл знання і соціально схвалене знання як джерело престижу та авторитету. Схожу класифікацію пропонує Дж. Цаллер: еліта створює інформацію, поінформовані громадяни відстежують її через ЗМК, а малоінформовані громадяни пасивно споживають інформацію, замість того щоб активно оперувати нею [13].

П. Штомпка у своїй концепції соціальних змін також розглядає різні типи індивідуальних суб'єктів [14]. Перший – це "звичайні люди", які живуть своїм життям. Другий – "надзвичайні люди", що мають особливі якості (талант, знання, харизму) і діють в інтересах інших людей або маніпулюють ними. Це пророки, ідеологи, диктатори, державні діячі і т. п. До третього типу Штомпка відносить тих, хто має певний статус, який надає привілеї і вимагає від них дій, що визначають долю інших (законодавці, адміністратори, держвиконавці).

Раніше була висунута та набула популярності ідея, що саме дискурс еліт, а не міжособове спілкування формує громадську думку [13]. Час показав, що суспільний дискурс формує не так дискурс еліт, як дискурси груп інтересів чи груп впливу. У попередній своїй роботі [15] ми дійшли висновку про необхідність діалогу всіх зацікавлених сторін, який залучав би до формування суспільного дискурсу широкі кола громадськості. Наразі ж хочемо наголосити на тому, що консолідація громадської думки відбувається саме на рівні колективних суб'єктів (зацікавлених груп), які в різний спосіб доносять свою думку до широкого загалу.

Висновки. Аналіз досліджень формування громадської думки дав змогу виокремити різні варіанти визначення її суб'єкта. Якщо за вихідну точку береться окремий індивід, без урахування його соціальних зв'язків і статусу, то поділ на групи може здійснюватися або за демографічними показниками (вік, стать, освіта), або за критерієм поінформованості (експерт, добре- чи малопоінформований громадянин). Якщо ж до уваги береться колективний суб'єкт, то існують різні варіанти поділу на зацікавлені (цільові) групи: від реальних малих груп (навчальні і трудові колективи) до реальних та віртуальних спільнот, соціальних мереж. Серед освітян як цільової групи в нашому дослідженні пропонуємо виокремлювати групи, виходячи з їхнього місця в системі надання освітніх послуг: учні/студенти, викладачі, батьки, адміністратори освіти.

Залежно від того, за яким критерієм визначається суб'єкт – індивідуальний чи колективний, – використовують різні способи формування громадської думки. Якщо суб'єктом є окремий індивід, то формування громадської думки спрямоване на підвищення поінформованості індивідів. Цим шляхом пішли дослідники, які розробили метод збагачення громадської думки. Його завдання полягає в тому, щоб зробити думку "пересічного громадянина" думкою "поінформованого громадянина" [16]. Коли ж суб'єктом виступає група/спільнота, формування громадської думки йде шляхом вироблення колективної думки, яке опосередковане груповими феноменами (лідерство, груповий тиск, групова ідентифікація). Нарешті, на рівні суспільства в цілому формування громадської думки пов'язане зі створенням суспільного дискурсу через суспільний діалог за посередництвом ЗМК.

Література

1. Фролов П. Д. Громадська думка у соціологічному та соціально-психологічному вимірах [Електронний ресурс] / П. Д. Фролов. – Режим доступу : <http://sptechology.ucoz.ua/publ/>
2. Булах И. П. Коллективный субъект: сущность подходов к определению / И. П. Булах // Духовність особистості: методологія, теорія, практика. – 2010. – № 3. – С. 29–35.
3. Журавлев А. Л. Психологические особенности коллективного субъекта / А. Л. Журавлев // Проблемы субъекта в психологической науке. – М. : Академ. Проект, 2000. – С. 133–151.
4. Васютинський В. Психологічні виміри спільноти : монографія / Вадим Васютинський. – К. : Золоті ворота, 2010. – 120 с.
5. Мансуров Н. Плюрализм в исследовании общественного мнения / Н. Мансуров // Э. Ноэль-Нойман. Общественное мнение: открытие спирали молчания. – М. : Прогресс, 1996. – С. 10–37.

6. Динамічні процеси в малій групі: соціально-психологічний вимір освітнього середовища : монографія / за наук. ред. П. П. Горностая. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 190 с.
7. Процеси ідентифікації особистості в малій групі: досвід теоретичного та емпіричного дослідження : практ. посіб. / за наук. ред. П. П. Горностая. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 106 с.
8. *Tajfel H.* An integrative theory of intergroup conflict / H. Tajfel, J. C. Turner // *The social psychology of intergroup relations* / W. G. Austin, S. Worchel (eds.). – Monterey, Calif., 1979.
9. *Tajfel H.* Social identity and intergroup relations / H. Tajfel. – Cambridge, Paris, 1982
10. *Turner J.* Some current issues in research on social identity and self-categorization theories / J. Turner // *Social identity: Context, commitment, content* / N. Ellemers, R. Spears, B. Doojse (Eds.). – Oxford : Blackwell, 1999. – P. 6–34.
11. *Липпман У.* Общественное мнение / У. Липпман. – М. : Изд-во Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 384 с.
12. *Шютц А.* Хорошо информированный гражданин. Очерк о социальном распределении знания / А. Шютц // *Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии* / сост. А. Я. Алхасов. – М. : Изд-во Фонда “Общественное мнение”, 2003. – С. 222–237.
13. *Цаллер Дж.* Происхождение и природа общественного мнения : пер с англ. / Дж. Цаллер. – М. : Изд-во Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 560 с.
14. *Штомпка П.* Социология социальных изменений : пер. с англ. / П. Штомпка; под ред. В. А. Ядова. – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 416 с.
15. *Иванченко С. М.* Суспільний дискурс як спосіб організації інформаційного простору та формування громадської думки / С. М. Иванченко // *Наукові студії із соціальної та політичної психології* : зб. статей. – К., 2013. – Вип. 32 (35) – С. 236–244.
16. *Докторов Б.* Методология и практика опросов “обогащенного общественного мнения” / Б. Докторов // *Социальная реальность*. – 2007. – № 10. – С. 81–94.

Reference

1. Frolov, P. D. (2013). Hromadska dumka u sotsiologichnomu ta sotsialno-psykhologichnomu vymirakh [Public opinion in Sociological and Social Psychological dimensions], <http://sptechnology.ucoz.ua/publ/> [downloaded 25 May] (ukr).
2. Bulakh, I. P. (2010). Kollektivni subkt: sushchnost podhodov k opredeleniyu [Collective Subject: an essence of approaches to definition]. *Dukhovnist osobystosti: metodologiya, teoriya, praktika* [Supersubstantiality of Personality: methodology, theory, practice], 3, 29–35 (rus).
3. Zhuravlev, A. L. (2000). Psichologicheskie osobennosti kollektivnogo subjekta [Psychological specifics of a Complex Subject]. In: *Problemy subekta v psikhologicheskoy nauke* [Subject issues in psychological science]. (pp. 133–151). Moscow: Akademicheskii Proekt (rus).
4. Vasiutynskiy, V. O. (2010). *Psichologichni vymiry spilnoty* [Psychological dimensions of community]. Kyiv: Zoloti vorota, 2010 (ukr).
5. Mansurov, N. (1996). Pluralizm v issledovanii obshchestvennogo mneniya [Pluralism in Public Opinion studies]. In E. Noelle-Neumann *Obshchestvennoe mnenie: otkrytie spirali molchaniya* [The spiral of silence: a theory of public opinion]. (pp. 10–37). Moscow Progress (rus).
6. Hornostay, P. P. (Ed.) (2013). *Dynamichni protsesy v malii hrupi: sotsialno-psykhologichni vymiry osvitiynoho seredovishcha* [Dynamic processes in a small group: social psychological dimension of education environment]. Kirovohrad: Imeks-LTD (ukr).
7. Hornostay, P. P. (Ed.) (2013). *Protseyi identyfikatsii osobystosli v malii hrupi: dosvid teoretychnoho ta empyrychnoho doslidzhennia* [Personality identification processes in a small group: theoretical and empirical experience]. Kirovohrad: Imeks-LTD (ukr).
8. Tajfel, H. and Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin, S. Worchel (Eds.) *The social psychology of intergroup relations*. Monterey, Calif.
9. Tajfel, H. (1982). Social identity & intergroup relations. Cambridge, Paris.
10. Turner, J. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorization theories. In N. Ellemers, R. Spears and B. Doojse (Eds.), *Social identity: Context, commitment, content*. (pp. 6–34). Oxford: Blackwell.
11. Lippmann, W. (2004). *Obshchestvennoe mnenie* [Public Opinion]. Moscow: Obshchestvennoe mnenie Publ. (rus).
12. Schutz, A. (2003). *Khorosho informirovannyi grazhdanin* [The Well-Informed Citizen: An Essay on the Social Distribution of Knowledge]. In A. Schutz, *Smyslovaya struktura povsednevnogo mira: ocherki po fenomenologicheskoy sotsiologii* [Semantic structure of everyday world: Sketches in Phenomenological Sociology] (pp. 222–237). Moscow: Obshchestvennoe mnenie Publ. (rus).
13. Zaller, J. R. (2004). *Proiskhozhdenie i priroda obshchestvennogo mneniya* [The nature and origin of public opinion]. Moscow: Obshchestvennoe mnenie Publ. (rus).
14. Sztompka, P. (1996). *Sotsiologiya sotsialnykh izmeneniy* [The Sociology of Social Change]. Moscow: Aspekt-Press (rus).
15. Ivanchenko, S. M. (2013). Suspilnyi diskurs yak sposib organizatsii informatsiynoho prostoru ta formuvannia hromadskoi dumky [Public discourse as a way of information environment organization and public opinion formation]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii* [Scientific studies in social and political psychology], 32 (35), 236–244 (ukr).
16. Doktorov, B. (2007). Metodologiya i praktika oprosov obogashchennogo obshchestvennogo mneniya [Methodology and practice of deliberated public opinion polls]. *Sotsialnaya realnost* [Social Reality], 10, 81–94 (rus).

Иванченко С. Н. Пути формирования консолидированного общественного мнения в целевых группах

Проблема формирования общественного мнения изучается в контексте вопроса ее носителей и субъектов. Анализируются разные подходы к понятиям, с помощью которых выделяются субъекты общественного мнения. В качестве такого субъекта предлагаются целевые группы, которые представляют интересы той или иной социально-демографической или профессиональной группы, например работники просвещения. Установлено, что способы формирования общественного мнения зависят от того, на индивидуальный или коллективный субъект оно направлено. При направленности на индивидуальный субъект используются технологии повышения информированности граждан (техника “обогащения” общественного мнения), на коллективный – техники, обращающиеся к групповым феноменам (лидерство, групповое давление, идентификация). Групповая идентичность рассматривается как ключевой фактор консолидации общественного мнения, а формирование Мы-идентичности – как условие процесса консолидации.

Ключевые слова: общественное мнение, коллективный субъект, общность, групповая идентичность, консолидация.

Ivanchenko S. M. Formation of consolidated public opinion in the target groups

Public opinion formation is discussed in terms of its carriers and subjects. Different approaches to the concepts which help to identify public opinion subjects are analyzed. Target groups representing interests of a certain social demographic or professional group, e.g. educators' community, are considered public opinion subjects. It is proved that ways of public opinion formation depend on whether its focus is on an individual or a complex subject. When it is focused on an individual, knowledge techniques are applied (such as deliberated public opinion technique). When the subject is complex, techniques bases on the group phenomena (leadership, group pressure, group identification) are used. Group identity is considered to be a key factor of public opinion consolidation, and we-identity formation is considered a condition of the consolidation process.

Key words: public pinion, complex subject, community, group identity, consolidation