

Самостійна робота 1 (2год) ЗМ2, Т1

Тема: Політична соціологія. Соціологія права. Соціологія громадської думки.

Мета: навчити студентів розрізняти поняття та категорії політичної соціології, орієнтуватися в питаннях про громадську думку, навчити оцінювати причини негативних явищ у суспільстві;

розвивати уміння творчо використовувати набуті знання;

виховувати уміння та прагнення реалізувати одержані знання для формування соціальних рис особистості.

Міжпредметні зв'язки: психологія, політологія.

Використана література:

1. "Соціологія" за ред.. В.Г. Городяненка. Київ "Академія" 2008р.
2. В.М. Піча. "Соціологія" Київ "Каравела" 2015р.
3. Лукашевич М.Й. "Соціологія". Підручник. Київ 2006.
4. Соціологія: навч. посіб. /за ред. В.І. Докаша – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012 р.

План

1. Громадська думка як оцінюючий фактор соціально-політичного рівня розвитку суспільства.

2. Функції та канали висловлювання громадської думки.

3. Засоби масової комунікації.

4. Функції масової комунікації. Вплив засобів масової комунікації на формування громадської думки, політичну свідомість та культуру.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Під час підготовки до самостійної роботи слід звернути увагу на запропоновану літературу та нижче поданий матеріал.

1. Соціологія громадської думки — спеціальна соціологічна теорія, яка вивчає сутність громадської думки, її структуру, функції, канали висловлювання, закономірності її функціонування в різноманітних сферах суспільного життя, політичній, економічній діяльності, соціальному управлінні.

Предмет соціології громадської думки — закономірності, чинники, механізми формування, розвитку, функціонування та обліку оцінного ставлення великих соціальних груп, верств, класів, народу загалом до актуальних проблем дійсності, які викликають суспільний інтерес. її об'єкт — громадська думка як стан масової свідомості і як соціальна інституція.

Як спеціальна теорія, соціологія громадської думки виконує функції, пов'язані з дослідженням соціальної реальності, завдяки яким наука поповнюється знаннями про суспільні процеси, явища, формулюючи на їх основі рекомендації щодо вирішення соціальних проблем суспільства загалом, окремих соціальних спільнот. Відповідно сукупність її функцій класифікують на пізнавальну, практичну, інформаційну, світоглядну, прогностичну, управлінську.

Громадська думка — специфічний вияв масової свідомості, що виражається в оцінках (вербальних і невербальних) і характеризує ставлення людей до суспільно значущих подій і фактів, актуальних проблем суспільного життя.

На різних етапах розвитку суспільства, у різних типах суспільств за різних політичних режимів (тоталітарних, ліберальних, демократичних) вияв громадської думки як соціальної інституції має свої особливості. Так, за тоталітарних режимів вона є безсилою, за ліберальних — береться до уваги за можливістю і тільки за демократичного правління стає дійовою силою, впливаючи на всі процеси суспільного життя.

2. Функції та канали висловлювання громадської думки

Засоби, форми впливу громадської думки на суспільне життя різноманітні (від вербального схвалення чи несхвалення фактів, подій, процесів, що відбуваються у суспільстві, до прямого наказу щодо них) і реалізуються в її функціях, які виявляються у двох тісно пов'язаних між собою вимірах — горизонтальному та вертикальному.

Горизонтальний вимір громадської думки. Виявляється в урегулюванні різноманітних стосунків між індивідами в соціальних спільнотах. Його функції, які історично передували в розвитку громадської думки, забезпечили еволюцію людської цивілізації. До них належать: оціночна, критична, діагностична, нормативна, виховна функції.

Вертикальний вимір громадської думки. Передбачає розгляд функцій громадської думки як соціальної інституції, найпомітнішими серед яких є: експресивна, консультативна, функція тиску на владу, директивна.

3. Комунікація (лат. — зв'язок, повідомлення) — передавання інформації від однієї системи до іншої за допомогою сигналів чи спеціальних матеріальних носіїв.

Вона може бути вербальною (передача інформації за допомогою усних чи друкованих слів), візуальною (за допомогою образного ряду), орієнтованою на сприйняття за допомогою слуху (музична), невербальною (коли одержувач інформації інтерпретує міміку, жести, символи тощо), комбінованою.

З розвитком суспільства, ускладненням соціальної структури і соціокультурних відносин змінювалися форми та особливості аудиторії, на яку було спрямовано інформацію. Відповідно змінювалася й комунікація, що дало підставу вести мову про масову комунікацію в індустріальних суспільствах, яка здійснюється за допомогою технічних засобів поширення повідомлень.

Масова комунікація — систематичне та одночасне поширення однотипних повідомлень у великих аудиторіях з метою інформування та здійснення ідеологічного, політичного, економічного, психологічного, організаційного впливу на думки, оцінки і поведінку людей.

Масова інформація — стереотипізована інформація, яка оперативна та регулярно поширюється на велику, географічно розпорошену аудиторію.

Засоби масової інформації — соціальні інститути (преса, радіо, телебачення, Інтернет, видавництва тощо), що забезпечують збирання, обробку та масове поширення інформації.

Одночасно з виникненням феномену масової комунікації та розвитком засобів масової інформації окреслюється соціологія масових комунікацій як окрема царина в соціології.

Соціологія масових комунікацій — *галузь соціології, предметом якої є закономірності масових інформаційних явищ і процесів, діяльність соціальних інститутів, що виробляють та поширюють масову інформацію.*

Предмет її досліджень — взаємодія комунікатора, аудиторії та визначення змісту, особливості сприйняття масової інформації, вивчення функціонування окремих засобів масової інформації тощо. *Об'єкт* — сукупність масових інформаційних і комунікаційних явищ у їх соціальному вимірі.

Попри суттєві специфічні можливості, засоби масової інформації *характеризуються такими загальними особливостями:*

- широта аудиторії, спрямованість і швидкість інформаційного впливу;
- сила, комунікативність, постійність і багатофакторність впливу;
- єдність пропагандистського, виховного та інформаційного впливу;
- багатство методів і форм впливу;
- доступність, поширеність, динамічність інформації.

Серед функцій ЗМІ найголовнішими є:

- *інформаційна* — спрямована на задоволення інформаційних потреб індивідів і соціальних груп щодо різноманітних подій в суспільстві та світі;

- *комунікативна* — полягає в організації інформаційної взаємодії між різними соціальними верствами населення, а також між громадськістю та джерелом її інформування;

- *виховна* — пов'язана з формуванням, зміною установок та ціннісних орієнтацій індивідів, заохочуванням аудиторії до пропаганди певного способу життя, з формуванням суспільно значущих рис, засвоєнням соціального досвіду;

- *управлінська* — виявляє себе в контролі за взаєминами між членами суспільства, а також між іншими системою керівних органів;

- *соціальної адаптації та орієнтації* — спирається на потреби аудиторії в інформації для орієнтування у соціальних процесах та явищах, адаптації до змін соціальних, політичних, економічних умов життя;

- *соціальної ідентифікації* — базується на потребі Людини відчувати свою спільність із певними соціальними групами, верствами тощо;

4. Функціонування і розвиток системи масової комунікації в сучасній Україні мають суттєві особливості, що зумовлено як загальними сутнісними характеристиками трансформаційних суспільств, так і власне українськими реаліями. З огляду на це соціологію цікавить вплив соціальних процесів на особливості функціонування ЗМІ, а також і те, як модифікація ЗМІ позначається на соціальному бутті.

Найпоширенішими в масмедіа стають рекреативна та функція відтворення в аудиторії певного емоційно-психологічного настрою, які донедавна перебували на периферійних позиціях. Це стосується як загальної ситуації, так і кожного масмедійного продукту зокрема. Дедалі частіше газети — особливо щотижневі — перетворюються на те, що в західних дослідженнях масо-

вих комунікацій називають «омнібусами» — пресу, розраховану на будь-який смак, щонайширшу аудиторію.

Однак тиск владних структур на громадськість через ЗМІ не у всьому є безпосереднім і брутальним. Громадська думка є феноменом, що функціонує не лише на основі інформації, переданої через канали комунікації, а будучи достатньо автономною, селекціонує, фільтрує цю інформацію. Тому не все, що циркулює каналами ЗМІ, ефективно впливає на суспільство. Прямий ідеологічний тиск може бути ослаблений проголошенням в сучасному суспільстві орієнтації на громадянські права, оскільки можливість оприлюднення власної позиції є ефективним важелем соціального контролю за масовою комунікацією.

Питання для закріплення матеріалу:

1. Яку роль відіграє ЗМІ в нашому житті?