**Гносеологический анализ сущности общественного мнения**

Рассматривая общественное мнение как оценочное суждение больших масс людей по вопросам, затрагивающим их потребности и интересы, мы должны определить, какие из этих потребностей и интересов являются базовыми для образования массового мнения. Потребности, как одну из важнейших социально-психологических характеристик человека (группы), можно разделить на два основных типа:

— первичные (потребность в пище, одежде, жилище вообще);

— вторичные (потребность в конкретных вещах и условиях, т.е. выбор определенного уровня материальных средств удовлетворения потребностей).

Человек, личность по сути своей природы имеет не только биологические потребности. Потребность в общении, самоутвер- ждении, совместной деятельности относится к разряду социальных.

Главным регулятором здесь будет отношение к собственности. Именно они определяют границы развития и уровень удовлетво- рения потребностей для различных социальных групп людей. При выборе способа удовлетворения потребностей (и поведения) людей большую роль играет социальная установка.

Социальная установка - «это выражение ценностной ориен- тации в форме социально детерминированной предрасположен- ности личности (группы) к заранее определяемому отношению - позиции к данной вещи (человеку, событию, явлению)» (Соци- альная психология / Под ред. Т.П. Предвечного. М., 1975. С.98). Социальные установки ориентируют человека на отношение к событиям, явлениям, фактам, выгодной какой-либо определенной группе.

Потребности связаны тесно не только с социальной установкой, но и с социальной оценкой. Оценка - это определение соответствия какого-либо события (явления, факта) тем критериям, которые выдвигает сам человек. Оценка может быть положительной, отрицательной или нейтральной. Основанием оценки выступают те ценности, которые уже сложились у человека (группы). Одной из форм выражения социальной оценки является об- щественное мнение.

На базе потребностей, ценностных ориентации, установок и оценок рождается интерес (как особый род общественных инте- ресов). Социальные интересы не существуют отдельно от своих носи- телей - класса, нации, профессиональной группы и т.д. и суще- ственно влияют на поведение людей.

**Объект и субъект общественного мнения**

1. Объектом общественного мнения может быть только то явление, событие, факт, который связан с интересами субъекта (и не только в материальной, но и в политической, культурной, со- циальной сферах жизни) и имеет высокую степень актуальности. Интересы могут быть связаны со своими носителями и опосредованно, а не только напрямую. Например, за пределами СССР, затем России таким объектом общественного мнения являлись «права человека», «перестройка». 2. Объектом общественного мнения может быть только то яв- ление, событие, факт, которые допускают многозначность толко- вания и небезусловность оценочных суждений. 3. Объектом общественного мнения может быть то, что ин- формационно доступно субъекту. Характер получаемой информа- ции оказывает влияние на распространенность мнения, его ком- петентность и, в значительной степени, определяет поведение людей. Здесь безусловно огромная роль отводится средствам мас- совой информации.

Общественное мнение - не только заинтересованно ценностное духовное явление. В определенных условиях это значительная материальная сила, например, поведение людей во время выборов. Объект общественного мнения неотделим от своего субъекта. В анализе субъекта общественного мнения мы будем придерживаться точки зрения Гавры Д.П., который считает, что «в качестве субъекта общественного мнения могут выступать общности различного уровня - от населения государства или всей планеты до отдельных поселенческих общностей. При этом ведущим субъектом выступает население, народ в целом» (Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и как социальный институт. СПб., 1995. С. 17). Такой подход наиболее рационален, так как признает наличие многообразия субъектов общественного мнения, определяя в качестве основного субъекта мнение большинства народа.

Социальная общность определяется как «реально существу- ющая, эмпирически фиксируемая совокупность индивидов, отли- чающаяся относительной целостностью и выступающая самостоя- тельным субъектом исторического и социального действия, пове- дения» (Краткий словарь по социологии. М., 1988. С.209). Социальную общность объединяет общность интересов. Она охватывает все возможные состояния и формы жизни людей. Об- щности бывают разного типа: социально-профессиональные, со- циально-демографические, территориальные, этнонациональные, государственные и т.д. В зависимости от структуры выделяют общности групповые и массовые.

Общественное мнение отражает определенную позицию какой- либо социальной общности, и эта позиция проявляется в поведении людей. Следовательно, общественное мнение не только отражает об- щественные процессы, но и способно оказывать на них суще- ственное воздействие.

Общественное мнение может стать как созидательной, так и разрушительной силой. Оно может оказывать существенное влия- ние на все процессы, происходящие в обществе.

 **Общественное мнение в структуре общественного сознания**

Общественное мнение является специфическим проявлением общественного сознания. Что это означает? Краткий словарь по социологии определяет общественное со- знание как «систему духовных (рационально-логических, эмоциональных, связанных с воображением, иррациональных и т.п.) способов отношения людей к миру и самим себе, возникающая в процессе жизнедеятельности различных типов и видов социальных общностей и «обслуживающая» эту жизнедеятельность».

Общественное сознание - целостное духовное образование со своей сложной структурой. Принято выделять следующие уровни сознания: — теоретическое (логичная система знаний и представлений об окружающей действительности); — обыденное (результат социального опыта людей, практи- ческого освоения действительности, связанное с условиями жизни людей).

В реальной жизни эти два типа сознания взаимосвязаны и неотделимы друг от друга. Следующим уровнем общественного сознания являются: — общественная психология (эмоциональное отношение людей к какому-либо событию, явлению, факту); — идеология (совокупность идей, теорий, ценностей и миро- воззренческих установок). В общественном мнении могут отражаться все уровни обще- ственного сознания. Комплексность - одна из важнейших харак- теристик сущности общественного мнения. Но общественное мнение - не только духовное образование.

Существенно влияя на все процессы, происходящие в обществе, оно является и духовно-практическим явлением. Эта двойственность общественного мнения необходимо требует дополнения гно- сеологического анализа феномена социологическим.

**Список литературы**

1. Гавра Д.П. Формирование общественного мнения: ценност- ный аспект. СПб., 1995. 2. Коробейников В.А. Пирамида мнений. Общественное мнение: природа и функции. М., 1981. 3. Массовое сознание и массовые действия. М., 1994. 4. Скалецкий М.П. Общественное мнение: его место в структуре общественного сознания. Львов, 1986.