

DOI: 10.17805/trudy.2024.4.6

СОЦИОЛОГИЯ

ВЛИЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ И ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ЧЕЛОВЕКОМ

М.А. Кустов,
СОШ № 46 с УИОП
г. Сургут

Аннотация: Статья посвящена результатам исследования влияния общественного мнения на восприятие прав и свобод человека. Общественное мнение рассматривается как форма массового сознания и социальный институт.

Ключевые слова: права; свободы; мнение; влияние; общество; поведение; общественное мнение; социум

THE INFLUENCE OF PUBLIC OPINION ON HUMAN BEHAVIOR AND DECISION-MAKING

M.A. Kustov,
Secondary school №. 46
Surgut

Abstract: The article is devoted to the results of a study of the influence of public opinion on the perception of human rights and freedoms. Public opinion is considered as a form of mass consciousness and a social institution.

Keywords: rights; freedoms; opinion; influence; society; behavior; public opinion; society

Одной из проблем современного общества является проблема влияния общественного мнения на принятие человеком решений. Массовое сознание оказывает значительное влияние на мнение людей, а также на их поступки в социуме. Средства массовой информации, технологии воздействия на сознание человека, так же играют в современном мире большую роль. Мы провели анкетирование среди респондентов об их взглядах на влияние общественного мнения. Мы назвали это исследование «Я и Другие», так же назывался научно-популярный фильм студии «Киевнаучфильм», выпущенный на экраны еще в 1971 г. Он и вдохновил нас на новое исследование, в результате которого мы выяснили, каково влияние общественного мнения на свободы и права человека (Я и Другие: фильм, 1971). Научным подспорьем в нашей работе стали публикации таких исследователей, как П. Бурдые (Бурдые, 1993), Г.Б. Власова и Г.Х. Цечоев (Власова, Цечоев, 2015), С.Г. Кара-Мурза, (Кара-Мурза, 2000), Т.М. Ланина (Ланина, 2010).

Начиная исследование, мы ставили перед собой следующие задачи:

1. Изучить литературу об общественном мнении, правах и категориях свобод человека.

2. Проанализировать существующие исследования о влиянии общественного мнения на индивида в обществе.

3. Провести анкетирование среди респондентов об их взглядах на влияние общественного мнения.

4. Провести ряд исследований и экспериментов, для выявления влияния общественного мнения на испытуемых.

5. Выяснить, каково влияние общественного мнения на принятие отдельно взятым человеком решений.

Прежде всего, для понимания темы нужно ознакомиться с основными терминами и понятиями, касающихся темы проектно-исследовательской работы.

«Общественное мнение — совокупное оценочное суждение, выражающее отношение коллектива, соц. общности (или их значительной части) к различным событиям и явлениям окружающей действительности, затрагивающим общие интересы. В процессе воспитания выступает как вид опосредованного требования и критерий сформированности детского коллектива» (Comstock, Scharrer, 2005).

«Права человека — принципы, нормы взаимоотношений между людьми и государством, обеспечивающие индивиду возможность действовать по своему усмотрению (права — свободы) или получать определенные блага (права — возможности). Права человека присущи каждому от рождения, действуют во всем мире независимо от их конституционно-правового закрепления, охраняются и гарантируются государством, включают право на жизнь и телесную неприкосновенность личности, уважение человеческого достоинства, свободу веры и совести» (Райзберг, 2012).

«Свобода — способность личности, группы людей, хозяйствующих субъектов правомерно действовать в соответствии со своими интересами и целями, опираясь на осознание объективной необходимости, отсутствие стеснений и ограничений в деятельности, превращающих свободу для одних в несвободу, ущерб для других» (Там же).

«Массовое сознание — общественное сознание масс (классов, социальных групп) конкретного общества, отражающее условия их повседневной жизни, потребности, интересы и формирующегося под воздействием Средств Массовой Информации (СМИ) и стереотипов массовой культуры» (Философский словарь, 2001).

Из-за схожести данных терминов, мы разберём понятие «общественное мнение» как один из формирующих факторов массового сознания, наравне с такими факторами как: СМИ, стереотипы массовой культуры и другими.

И если «общественное мнение» — один из формирующих факторов массового сознания, то оно является и особым социальным институтом. «Социальные институты — формы организации общественной деятельности, социальных отношений и взаимодействий на базе социальных норм и санкций.

Охватывают некие совокупности социальных статусов и ролей. Социальные институты — это такие общественные устройства, которые сформированы для

удовлетворения важнейших потребностей общества и регулируются сводом формализованных социальных норм» (Райзберг, 2012).

Социальный институт можно рассматривать как «формальный» и «неформальный». Формальные институты — это институты, в которых объем функций, средства и методы функционирования регулируются предписаниями законов или иных нормативных правовых актов, формально утвержденных распоряжений, установлений, правил, уставов и так далее. К формальным социальным институтам относятся государство, суд, армия, семья, школа и тому подобные. Свои управленческие и контрольные функции они осуществляют на основе строго установленных формальных регламентов, негативных и позитивных санкций. Неформальные институты — это институты, в которых функции, средства и методы деятельности не установлены формальными правилами. То есть четко не определены и не закреплены в специальных законодательных и других нормативных актах. Но несмотря на это, неформальные институты так же, как и формальные, выполняют управленческие и контрольные функции в самом широком социальном спектре. А социальный контроль в таких институтах осуществляется на основе неформальных санкций, то есть с помощью норм, зафиксированных в нужном нам общественном мнении и традициях с обычаями. Подобные санкции часто бывают более эффективным средством контроля за поведением людей, чем нормы права или другие формальные санкции (Формальные и неформальные..., Электр. ресурс).

Практическая часть данного проектно-исследовательского проекта заключается в проведение двух опросов. Первый опрос проведен в виде интернет-анкетирования. А второй опрос — непосредственный (то есть проведён вживую, с прямым контактом с анкетирруемыми).

Сначала мы провели интернет-анкетирование, в котором 7 вопросов. Задача первых двух вопросов заключается в разделении анкетирруемых на категории по возрасту и полу. Задача последующих же вопросов, относится напрямую к теме исследования и нужна для выяснения того, как люди оценивают свою зависимость от общественного мнения. Опрос был создан на платформе «Google Формы» и после его опубликования были получены данные от почти 1000 анкетирруемых различного пола, возраста и места проживания.

Первые два вопроса, разделяют анкетирруемых по полу и возрасту. В первом вопросе анкетирруемый должен указать свою возрастную группу. Есть пять вариантов ответа, но почти 90% (89,4%) проголосовало за три основные категории: «12–14 лет», «15–18 лет» и «больше 25 лет». Всю статистику можно наблюдать на диаграмме (см. приложение).

Во втором же вопросе, смотря на диаграмму (см. приложение), можно узнать, что больше половины анкетирруемых (75,2%) являются представителями женского пола и только четверть — это представители мужского пола (24,8%).

После уточняющих вопросов о респондентах, остаются еще пять, которые относятся к тебе самого проекта. Первый вопрос напрямую спрашивает: «Схо-

дится ли ваше мнение с общественным?». Результат данного вопроса — довольно предсказуемый. Так как большинство проголосовало за ответ «Иногда» (больше 95%). Соответственно мы делаем вывод о том, что у людей не всегда сходится мнение с общественным (полную картину можно наблюдать на диаграмме в приложении).

Второй вопрос: «Часто ли от вашего мнения или совета меняется решения других людей?». Результаты оказались более разнообразными. Почти половина (49,5%) анкетированных выбрала вариант «Иногда». Вторым же по популярности оказался ответ «Часто», нежели «Редко» (27,6% против 17,1%). Исходя из этого мы можем сделать вывод о том, что люди часто прислушиваются к мнению окружающих. Для удобства, можно посмотреть статистику на диаграмме (см. приложение).

Третий вопрос: «Какой из нижеперечисленных факторов социума влияет больше всего на ваше мнение?». Помимо ранее предложенных ответов, также был вариант «Другое». Самыми популярными ответами были: «Семья», «Друзья», «Интернет» и «Литература». Остальные ответы набрали менее 10% (Рис. 2).

«Оцените, насколько вы зависимы от общественного мнения?» — был четвёртый вопрос. Респонденты должны были сами оценить свою зависимость от общественного мнения по пятибалльной шкале. Исходя из данного вопроса можно более точно узнать, что люди думают по этому поводу. В итоге мы видим, что свою зависимость от общественного мнения более трети респондентов оценили на «2» (37,5%) и чуть менее ответило «3» (35,6%). Остальные варианты набрали менее 15%, с ними можно ознакомиться на диаграмме (Рис. 4).

Заключительный, пятый вопрос: «Считаете ли вы себя свободным в своём мнении и поступках?». Данный вопрос подытоживает и обобщает результаты предыдущих. По итогу мы видим, что большинство (61,9%) считают себя свободными в своём мнении, чуть больше четверти (28,6%) затрудняются дать конкретный ответ, и почти десятая часть проголосовавших (9,5%) считают себя зависимыми от общественного мнения (Рис. 5).

Исходя из результатов интернет-анкетирования, мы можем сделать вывод о том, что большинство людей считают себя свободными во мнении и поступках. И именно данный тезис должна доказать или опровергнуть вторая часть проектно-исследовательской работы. В каждом эксперименте участвовало по десять добровольцев, девять из которых были подставными лицами, для формирования микросоциума и искусственного массового сознания. А также десятый человек, над которым и проходило исследование. Каждый эксперимент соответствует одной и той же схеме, приведённой ниже:

1. Испытуемый помещается в отдельный микросоциум (состоящий из 9 подставных лиц).
2. Задаётся вопрос, на который каждый должен аргументировано ответить.
3. После оглашения вопроса, каждый из присутствующих (кроме одного

испытуемого) должен выразить определенную точку зрения, являющуюся неверной.

4. После вышеописанных действий происходит опрос испытуемого.

5. Мнение испытуемого записывается и сравнивается с тем, что должно было быть навязано микросоциумом.

6. После чего, испытуемый меняется, эксперимент повторяется, а после подводятся итоги.

В эксперименте «Фотографии», показывается пять разных фотоснимков людей. Предлагается выяснить, есть ли среди представленных фотографий снимки одного и того же человека, и указать их. Сначала каждый из подставных участников исследования заявил, что две фотографии непохожих людей принадлежат одному человеку. Следом вопрос задается испытуемому с просьбой аргументации ответа.

После всех вышеперечисленных манипуляций восемь из десяти испытуемых согласились с мнением большинства. Четверо аргументировали свою точку зрения схожестью черт лица. Трое заявили, что люди просто похожи. Восьмой же, аргументировать свою точку зрения не смог.

По итогу, мы можем наблюдать как 8 человек согласились с неверным мнением большинства и только 2 человек из 10 дали верный ответ. То есть, 80% испытуемых подверглись конформности (Бычков, 2010; Кон, 1983).

Во эксперименте «Печенье» участникам дают попробовать сладкое печенье и только испытуемому дается печенье, заранее посыпанное солью. После рассказов о сладком печенье каждого из подставных участников — 7 из 10 испытуемых также заявляют о том, что печенье сладкое. И только 2 отметили, что оно соленое. В итоге, мы можем видеть, что 70%, подверглись влиянию общественного мнения, и только трое оказались неконформистами.

Эксперимент «Полоски». Участникам показываются поочередно две карточки. На одной из них изображена одна вертикальная полоска, на второй изображены три полоски. Испытуемым нужно ответить, какая из трех полосок на второй карточке имеет такую же длину, что и первая. Исходя из полученных данных, мы видим, что 7 из 10 испытуемых ответили неверно, но 2 смогли дать правильный ответ, даже несмотря на противоположное общественное мнение. Последний же испытуемый не смог дать конкретный ответ.

В итоге, мы можем наблюдать, что примерно семь испытуемых подверглись конформизму и только двое остались при своём мнении.

В результате исследования нами рассмотрено влияние общественного мнения на права и свободы человека. Проведен анализ и синтез информации по теме «Общественное мнение». Сравнение общественного мнения как формы массового сознания и социального института. Провели анкетирование среди респондентов об их взглядах на влияние общественного мнения. Гипотеза подтвердилась,

общественное мнение может влиять на восприятие прав и свобод людей в социуме.

Исходя из результатов интернет-анкетирования, можно сделать вывод о том, что большинство людей считают себя свободными в своём мнении и поступках. И именно данный тезис должна доказать или опровергнуть вторая часть данной проектно-исследовательской работы в ходе исследования с тридцатью добровольцами, часть из которых были подставными лицами. Были проведены следующие эксперименты «Фотографии», «Печенье», «Полоски», которые доказали степень влияния общественного мнения на принимаемые решения и поведение человека.

Рисунок 1



Рисунок 2

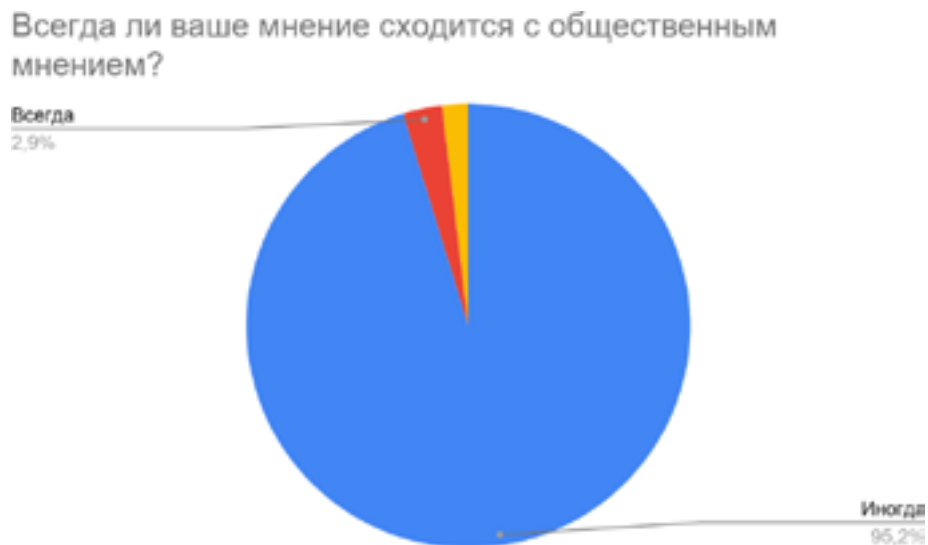
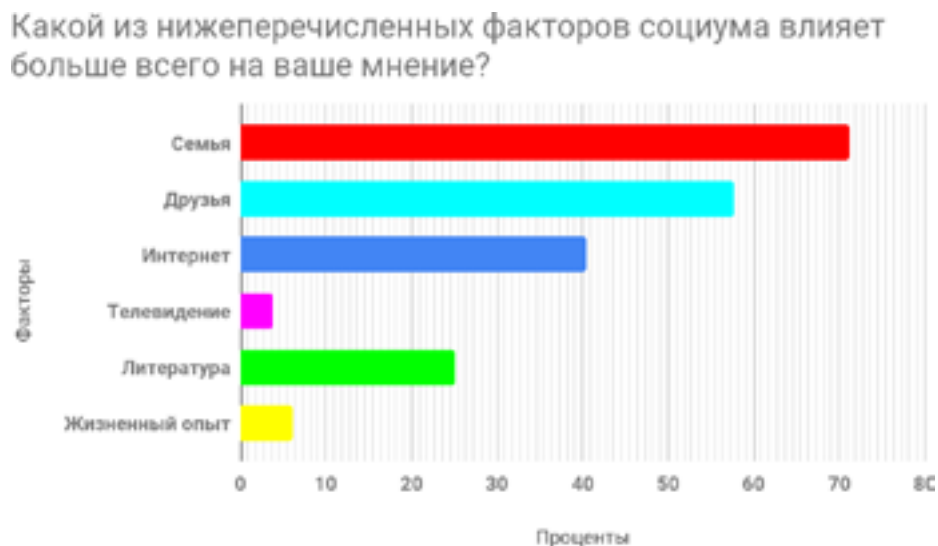


Рисунок 3



Оцените, насколько вы зависимы от общественного мнения? (По пятибалльной шкале)

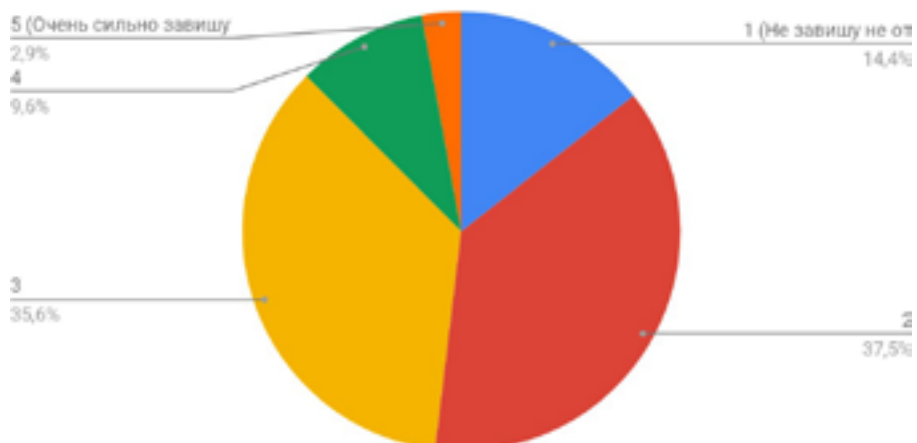


Рисунок 4

Считаете ли вы себя свободным в своём мнение и поступках?



Результаты первого эксперимента

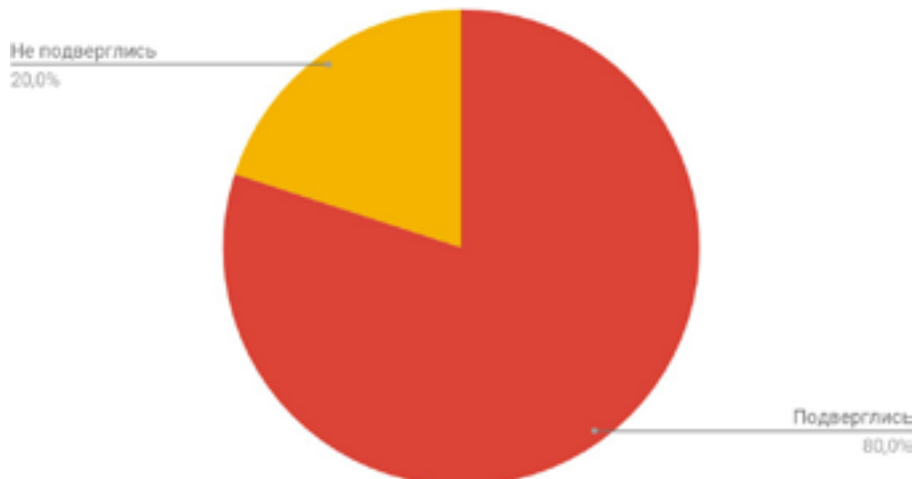
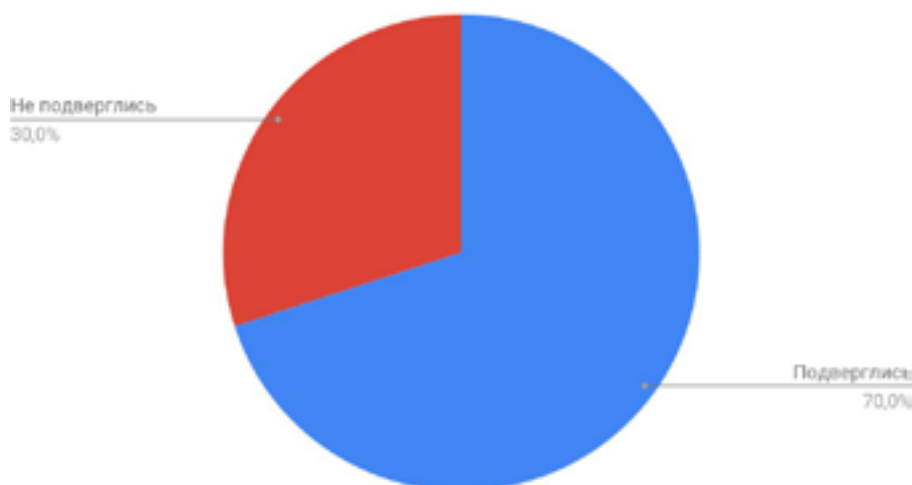
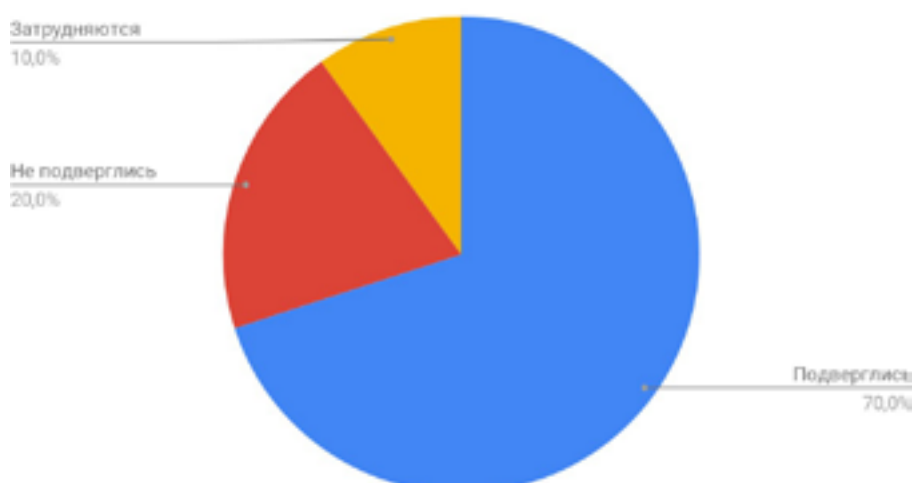


Рисунок 5

Результаты второго эксперимента



Результаты третьего эксперимента



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бурдые П. (1993) Общественное мнение не существует // Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр. Г. А. Чередниченко, М.: Socio-Logos, С. 159—177.

Быченков В.М. (2010) Конформизм // Новая философская энциклопедия, 2-е изд., испр. и допол. — М.: Мысль, 2816 с.

Власова Г.Б., Цечоев Г.Х. (2015) Значение прав и свобод гражданина // Молодой ученый, №10. — С. 900-903.

Кара-Мурза С.Г. (2000) Манипуляция сознанием, М.: Эксмо, 864 с.

Кон И.С. (1983) Конформизм // Философский энциклопедический словарь, М.: Советская энциклопедия, С. 276—277. — 840 с.

Ланина Т.М. (2010) Манипуляция в информационном обществе // Молодой ученый, №1-2. Т. 1. — С. 300-302.

Райзберг Б.А. (2012) Современный социоэкономический словарь, М.: Инфра-М, 640 с.

Философский словарь (2001) / А.И. Абрамов и др.; под ред. И.Т. Фролова, М. : Республика, 719 с.

Формальные и неформальные социальные институты // Образовательный портал «Справочник» [Электронный ресурс] URL https://spravochnik.ru/sociologiya/socialnye_instituty/formalnye_i_neformalnye_socialnye_instituty/ (дата обращения: 08.02.2023).

Я и Другие: фильм (1971) / Ф.М. Соколов — СССР: Киевнаучфильм, 54 мин.

Comstock George, Scharrer Erica (2005) *The Psychology of Media and Politics*, Burlington, MA : Elsevier Academic Press, 329 с.

Кустов Максим Александрович, Ханты-Мансийский автономный округ Югра, г. Сургут, МБОУ СОШ № 46 с УИОП, 11 класс. Научный руководитель: Беляева Евгения Николаевна, г. Сургут, МБОУ СОШ № 46 с УИОП, учитель истории и обществознания.

Kustov Maxim Alexandrovich, Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug of Yugra, Surgut, Secondary School № 46, 11th grade. Scientific supervisor: Belyaeva Evgeniya Nikolaevna, Surgut, Secondary School № 46, teacher of history and social studies.

Для цитирования:

Кустов М.А. Влияние общественного мнения на поведение и принятие решений человеком в коллективе. № 4. С. 40–49. DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2024.4.6>