

# Особливості формування громадської думки в Україні



# Актуальність теми

полягає в тому, Україна, як і інші розвинені країни по всьому світу, входять у нову епоху, яку можна умовно назвати інформаційним суспільством. Швидкий розвиток вільних засобів масової інформації, зміна структури і сутності міжособистісної та міжгрупової комунікації, розвиток різних засобів масової комунікації призвело до появи і переробці великої інформаційної сфери на межі століть. Тому особливо важливо зрозуміти сутність даних процесів на формування громадської думки. Адже, пішовши від тієї епохи, коли вся інформація суспільного значення так чи інакше контролювалася державними органами пропаганди і давалася громадськості в потрібному ракурсі, перехід до нового суспільства створив нові моделі інформаційних комунікацій, що, у свою чергу, призвело до появи плюралізму думок, суджень. На тлі цього з'являється глибока необхідність у різних комерційних, громадських і державних структурах враховувати, контролювати, вивчати, а також, в окремих випадках, створювати ці думки.

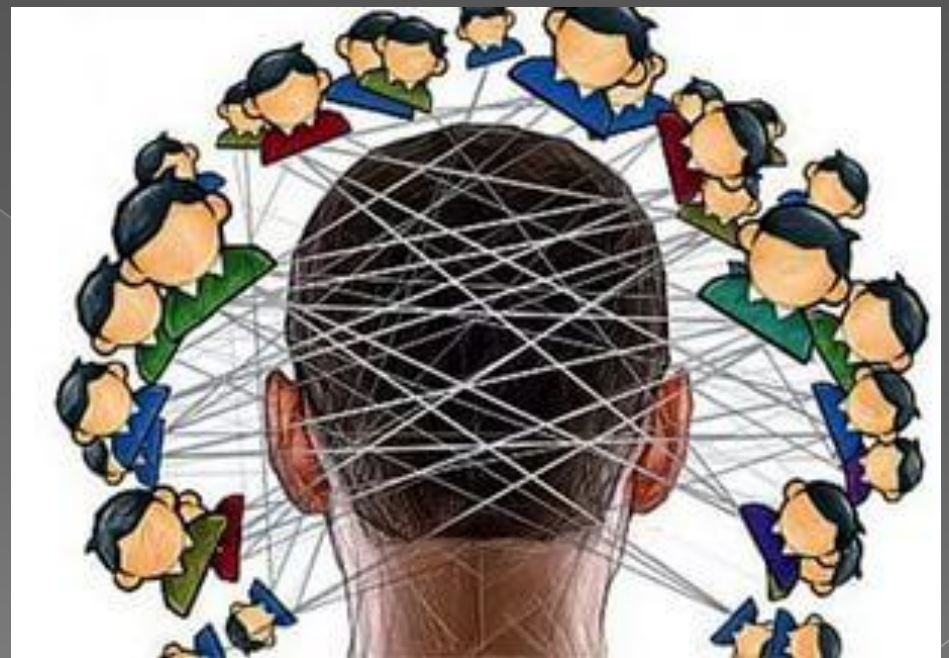
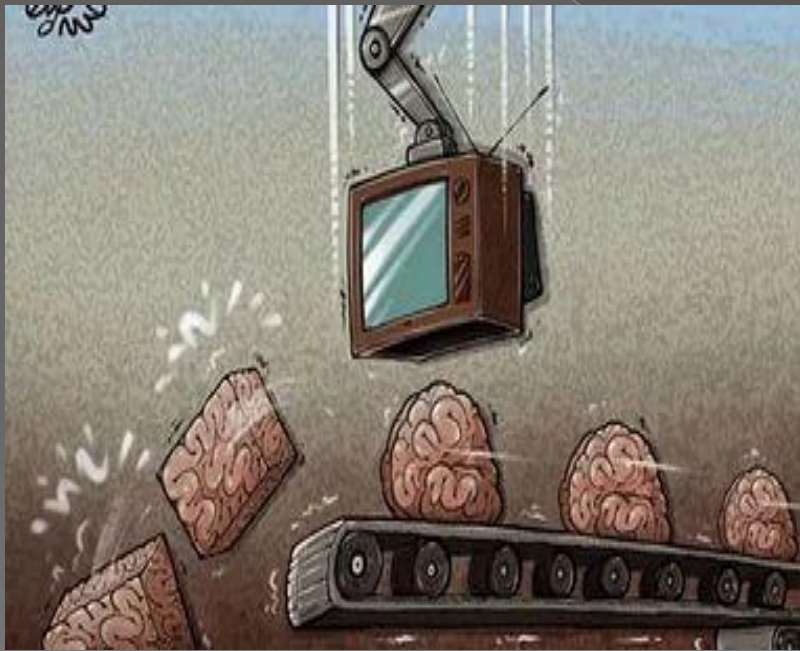


**Мета :** Розкрити особливості формування громадської думки в Україні.



**Громадська думка** - це стан масової свідомості, укладає в собі приховане або явне ставлення суспільства або його частини до проблем, подій і явищ дійсності.

**Суб'єктом** громадської думки є спільності різного рівня, а **об'єктом** - подія, явище, процес, соціальний факт.



# Виділяють три етапи формування громадської думки:

## 1. Зародження:

виникнення інтересу до явища, факту, процесу; індивідуально-групова оцінка об'єкта, що викликав інтерес; прагнення суб'єкта до джерела інформації.

## 2. Безпосереднє формування громадської думки:

обмін індивідуальних і групових думок і формування громадської думки.

## 3. Функціонування громадської думки:

думка-оцінка виступає як судження більшості; перехід громадської думки від вербальної (словесної) форми до поведінкової.

# Необхідні умови функціонування і розвитку громадської думки:

**1. суспільна значущість, актуальність проблеми, теми, події.** Це означає, що громадська думка може формуватися тільки щодо тих питань, які зачіпають економічні, політичні та духовні інтереси багатьох людей і мають для них важливе практичне значення;

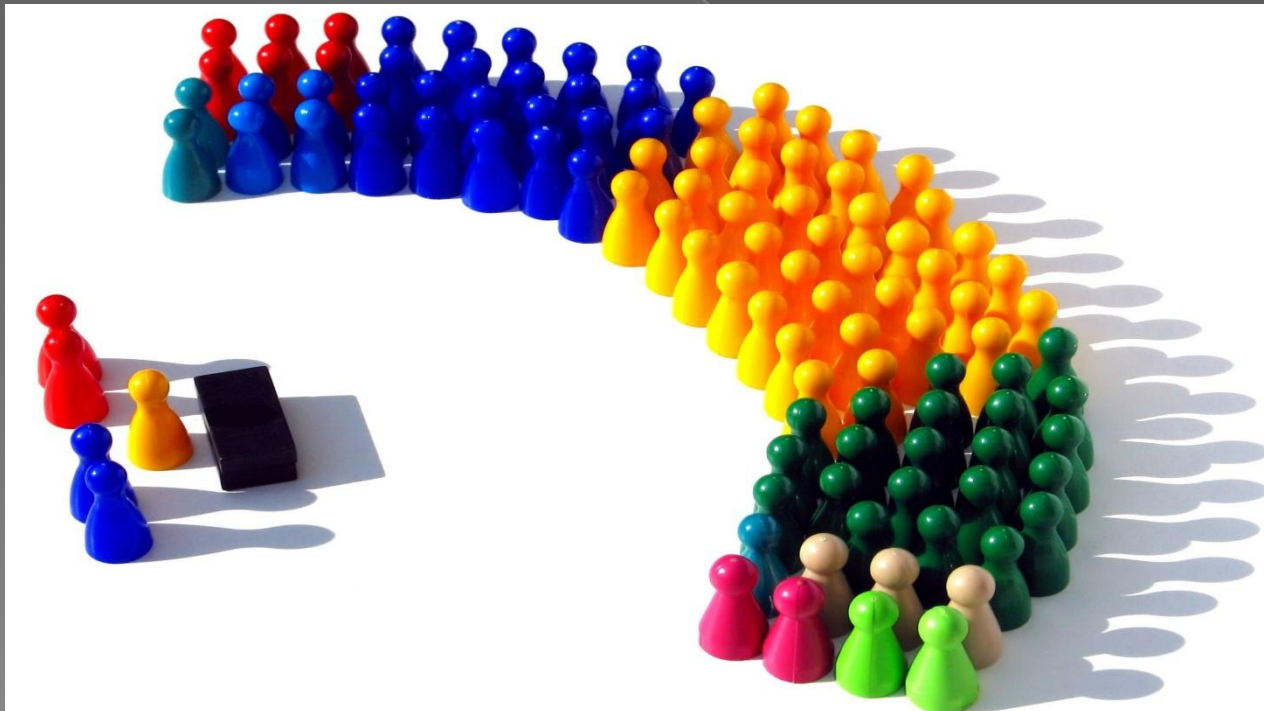
**2. дискусійність обговорюваних питань,** тобто предметом розгляду громадськості стають питання, що допускають багатозначність тлумачення і різні оціночні судження;

**3. необхідний рівень компетентності.** Під цим мається на увазі розуміння громадськістю змісту обговорюваних проблем, її обізнаність у даному питанні.



Громадським є не будь-яка думка, а лише таке, яке відповідає критеріям соціальної значущості, дискусійності та компетентності.

Громадська думка є оцінкою певної проблеми, з боку якоїсь соціальної спільноти, установкою певної соціальної спільноти щодо цієї проблеми.



На громадську думку сильніше впливають події, ніж слова, якщо самі слова не інтерпретуються як події.

У складний період люди чутливіше налаштовані стосовно свого лідера. Якщо вони довіряють йому, то виявляють більше, ніж просто підтримку, а якщо ні — то є менш терпимими, ніж звичайно.

Громадська думка, як і індивідуальна, як правило, є забарвлена певним бажанням чи інтересом; і коли вона ґрунтується на ньому, а не просто на інформації, то тоді значно гостріше реагує на події.





До причин або рушійним силам громадської думки належать масові потреби, інтереси і ціннісні орієнтації людей.

Громадська думка як публічно виражене і поширене думка є виразником спільних інтересів людей. Його формування відбувається в процесі боротьби протилежних думок.

Соціологічні дослідження громадської думки сьогодні є необхідним елементом прийняття управлінських рішень у всіх сферах суспільного життя.



# Комунікаційні засоби впливу на громадську думку :

- **Преса, радіо і телебачення, інтернет**, кожна з яких складається з величезного числа каналів - окремих газет, журналів, альманахів, книжкової продукції, програм радіо і телебачення, які здатні поширюватися як по всьому світу, так і в невеликих регіонах (областях, районах, округах).  
Кожна підсистема виконує свою частку функцій журналістики на основі своїх специфічних особливостей.
- **Друк** (газети, тижневики, журнали, альманахи, книги)
- **Чутки**. Це явище має як психологічні, так і соціологічні аспекти. Чутки циркулюють у суспільстві, у тому числі й у державних організаціях. І від того, мають ці чутки позитивний чи негативний характер, залежить імідж організації серед громадян країни.
- **Демонстрації, мітинги і пікети** — чи то на підтримку даної державної організації, чи то покликані висловити протест стосовно її діяльності. Причому характер виступу має другорядне значення, головне, що люди реагують на дії, здійснювані організацією.

# Література

- Бебик В. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг. — К., 2001.
- Общество и политика. Современные исследования, поиск концепций / Под ред. В. Ю. Большакова. — СПб., 2000.
- Почепцов Г. Вступ до інформаційних війн. — К., 1999.

