

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по образовательной деятельности
_____ А.А.Панфилов
« 29 » 08 _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«СОЦИОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ»
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Профиль/программа подготовки Социология

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, * час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
6	4/144	36	36		36	Экзамен (36)
Итого	4/144	36	36		36	Экзамен (36)

Владимир, 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Социология общественного мнения» являются:

1. Освоение предмета, основных теоретических подходов, методов и методик, применяемых для изучения общественного мнения.
2. Изучение и усвоение студентом основных механизмов и закономерностей функционирования и развития общественного мнения.
3. Развитие у студента социологического мышления и творческого подхода к области изучения актуальных проблем современности;
4. Формирование у студентов умения самостоятельно обнаруживать, понимать и анализировать основные параметры общественного мнения, адекватно выбирать методы их исследования в различных социальных контекстах.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Социология общественного мнения» относится к обязательным дисциплинам вариативной части. Пререквизиты дисциплины: «Общая социологи», «Современные социологические теории», «Политическая социология».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ОПК-3 Способен принимать участие в социологическом исследовании на всех этапах его проведения	частичное	знать основные этапы развития методологических подходов к организации и проведению социологических исследований, основы и закономерности функционирования социологии, принципы соотношения методологии и методов социологического исследования, основные методы сбора и анализа информации; уметь: разрабатывать программу социологического исследования, обосновывать выбор конкретных методов сбора и анализа информации, анализировать полученную информацию, представлять результаты исследования; владеть: методами сбора, обработки и анализа социологической информации, технологией разработки и использования моделей описания и прогнозирования социальных явлений на основе современных методик.

<p>ОПК-4 Способен выявлять социально значимые проблемы и определять пути их решения на основе теоретических знаний и результатов социологических исследований</p>	<p>частичное</p>	<p>знать: принципы, нормы, действие которых призвано обеспечить функционирование общества в условиях межкультурного разнообразия общества, толерантные взаимоотношения между людьми, обществом и государством, социальную специфику развития общества, закономерности становления и развития социальных систем, общностей, групп, личностей; уметь: проявлять свои личностные качества, способствующие социальной адаптации и социальной мобильности в условиях межкультурного разнообразия общества, культуре гражданственности, толерантности, способности к конструктивному диалогу, применять методы политической науки для анализа современных политических процессов в России и мире, значимых для развития межкультурного диалога; владеть: навыками артикуляции личностной гражданской позиции в условиях межкультурного разнообразия общества; навыками выстраивать диалог с представителями различных этносов, культур и конфессий.</p>
<p>ПК-1 Способен использовать социологические методы исследования для идентификации потребностей и интересов социальных групп, планировать и осуществлять изучение общественного мнения.</p>	<p>частичное</p>	<p>Знать: основы методологии научного анализа, тенденции развития проблематики и методологии научных исследований, основные теории общественного развития, основные методы сбора и анализа информации; Уметь: применять методы научного анализа в профессиональной деятельности, обосновывать выбор количественных и качественных методов сбора и анализа информации, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; Владеть: качественными и количественными методами социологических исследований, навыками целостного подхода к анализу проблем общества, современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления,</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1.	Предмет курса «Социологические проблемы изучения общественного мнения»	6	1	2			6	1/50	
2.	Зарождение представлений об общественном мнении. Основные этапы становления и развития социологии общественного мнения	6	2-3		4		6	2/50	
3.	Социальная природа и структура общественного мнения. Динамика общественного мнения	6	4	2	4		6	3/50	
4.	Объекты и субъекты общественного мнения. Структура и сущность. Типологизация	6	5-6	2	4		6	3/50	Рейтинг-контроль №1
5.	Возникновение и формирование общественного мнения	6	7-8	2	4		6	3/50	
6.	Средства формирования и выражения общественного мнения	6	9-10	2	4		6	3/50	
7.	Общественное мнение как	6	11-	2	4		4	3/50	Рейтинг-

	социальный институт. Функции общественного мнения		12						контроль №2
8.	Общественное мнение и средства массовой информации, проблема манипулирования общественным мнением в современном обществе	6	13-14	2	4		6	3/50	
9.	Методы социологического изучения общественного мнения	6	15-16	2	4		4	3/50	
10	Технология социологического изучения общественного мнения в избирательной компании	6	17-18	2	4		4	3/50	Рейтинг-контроль №3
Всего за __6__ семестр:				18	36		54	27/50	Экзамен (36)
Наличие в дисциплине КП/КР					-				
Итого по дисциплине				18	36		54	27/50	Экзамен (36)

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Предмет курса «Социология общественного мнения»

Общая характеристика феномена «общественное мнение». Основные понятия курса. Цели и задачи курса. Место курса в общей программе изучения социологии

Тема 2. Зарождение представлений об общественном мнении. Основные этапы становления и развития социологии общественного мнения

Зарождение прототипов общественного мнения среди древнейших объединений людей, получивших в исторической науке название «праобщины». Установление приоритета социального начала в человеке над биологическим. Протообщественное мнение как «стадное» мнение в сфере материальных потребностей с дальнейшим разделением труда, с осознанием своих интересов, поступков. Общественное мнение как способ самоуправления общин. Общественное мнение как социальный феномен, включающий уже в себя интеллектуальную, эмоциональную и волевою стороны общественного сознания. Предельно простая иерархия управления родовыми отношениями выраженная в простом и демократическом самоуправлении, на вершине которого находилось общественное мнение. Общественное мнение формирует и утверждает традиции, нормы, обычаи, формы поощрения и наказания. Общественное мнение в этот период носит оценочный характер. Общественное мнение «верхов» и «низов». Зарождение представлений об общественном мнении: в античности (Платон), в эпоху Возрождения (Н. Макиавелли, Э. Роттердамский), Новом времени (Дж. Локк, Ж.Ж. Руссо, Д. Юм), в XIX веке (Г. Гегель, А. де Токвиль).

Основные аспекты изучения общественного мнения в западной социологии в XX: психологическое направление (Г. Тард, Г. Лебон), в рамках исследования публичной сферы (Ю. Хабермас, Г. Блумер), в связи со стереотипами (У. Липпман, С. Липсет, Н. Луман, Э. Ноэль – Нойман).

Критика существующих методик исследования общественного мнения П. Бурдьё. Начало эмпирических исследований общественного мнения (Дж. Гэллап и др.).

Зарождение различных подходов к изучению общественного мнения в отечественной социологии. В.М. Хвостов (1868- 1920 гг.). «Общественное мнение и политические партии» (М., 1906). Не будучи марксистом, В.М. Хвостов связывает зарождение общественного мнения с интересами определенных социальных групп. Он рассматривает вопрос о взаимоотношениях общественного мнения и политических партий.

Основополагающие работы советского периода: Уледов А.К. «Общественное мнение советского общества» (М., 1963); Грушин Б.А. «Мир мнений и мнения о мире» (М., 1967). Активизация прикладных исследований общественного мнения.

В постсоветский период появляется значительное число исследований, посвященных как анализу эмпирических исследований общественного мнения, так и теоретико-методологическому анализу гносеологической и социологической сущности этого феномена. Наиболее интересными и комплексными являются работы Гавры Д.П. «Формирование общественного мнения: ценностный аспект» (СПб., 1995); «Общественное мнение как социологическая категория и как социальный институт» (СПб., 1995).

Тема 3. Социальная природа, структура и динамика общественного мнения

Потребности и интересы, как база для образования массового мнения.

Социальная установка, как «выражение ценностной ориентации в форме социально детерминированной предрасположенности личности (группы) к заранее определяемому отношению – позиции к данной вещи (человеку, событию, явлению)» (Социальная 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.

Социальная оценка, как определение соответствия какого-либо события (явления, факта) тем критериям, которые выдвигает сам человек.

На базе потребностей, ценностных ориентации, установок и оценок рождается интерес (как особый род общественных интересов). Социальные интересы не существуют отдельно от своих носителей – класса, нации, профессиональной группы и т.д. и существенно влияют на поведение людей.

Общественное мнение, как специфическое проявление общественного сознания. Уровни сознания: - теоретическое (логичная система знаний и представлений об окружающей действительности); - обыденное (результат социального опыта людей, практического освоения действительности, связанное с условиями жизни людей); - общественная психология (эмоциональное отношение людей к какому-либо событию, явлению, факту); - идеология (совокупность идей, теорий, ценностей и мировоззренческих установок). В общественном мнении могут отражаться все уровни общественного сознания.

Комплексность – одна из важнейших характеристик сущности общественного мнения. Но общественное мнение не только духовное образование.

Рациональный (познавательный, интеллектуальный) компонент общественного мнения – это знания людей о событиях, явлениях, фактах, являющихся объектом общественного внимания.

Эмоциональный компонент общественного мнения.

Волевой компонент общественного мнения, т.е. определенные действия субъектов общественного мнения.

Стадии развития общественного мнения: зарождение, формирование, функционирование, спад, отмирание.

Тема 4. Субъекты и объекты общественного мнения, их определение и типологизация (4 часа)

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, социальной сферах жизни) и имеет высокую степень актуальности. Интересы могут быть связаны со своими носителями и опосредованно, а не только напрямую.

Объектом общественного мнения может быть только то явление, событие, факт, которые допускают многозначность толкования и безусловность оценочных суждений.

Объектом общественного мнения может быть то, что информационно доступно субъекту. Характер получаемой информации оказывает влияние на распространенность мнения, его компетентность и, в значительной степени, определяет поведение людей. Здесь безусловно огромная роль отводится средствам массовой информации.

Общественное мнение – не только заинтересованно ценностное духовное явление. В определенных условиях это значительная материальная сила, например, поведение людей во время выборов.

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.

Социальная общность как субъект общественного мнения. Социальная общность определяется как «реально существующая, эмпирически фиксируемая совокупность индивидов, отличающаяся относительной целостностью и выступающая самостоятельным субъектом исторического и социального действия, поведения».

Общности бывают разного типа: социально-профессиональные, социально-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 общественные процессы, но и способно оказывать на них существенное воздействие.

Тема 5. Возникновение и формирование общественного мнения

1. Общественное мнение как процесс. Стадии возникновения, формирования, функционирования и разрушения общественного мнения.
2. Факторы определяющие процесс зарождения общественного мнения
3. Переход от индивидуальных оценочных суждений об объекте мнения к intersubъективным.
4. Методы внушения, убеждения, подражания, авторитета в формировании общественного мнения.
5. Управление общественным мнением в процессе его формирования.

Тема 6. Средства формирования и выражения общественного мнения (4 часа)

1. Пути формирования общественного мнения. Интересы социальных общностей как движущая сила динамики общественного мнения.
2. Основные этапы существования общественного мнения: зарождение, формирование, функционирование.
3. Способы формирования общественного мнения.
4. Основные каналы и средства формирования общественного мнения.
5. Превращение общественного мнения в социальный институт. Институциональная трактовка общественного мнения в социологии.
6. Проблема учета общественного мнения в социальном и государственном управлении.

Тема 7. Общественное мнение как социальный институт. Функционирование общественного мнения (2 часа)

1. Факторы, влияющие на функционирование общественного мнения. Общественное мнение как социальный институт, взаимодействие с другими социальными институтами общества (политическими, экономическими, культурными и др.).
2. Каналы выражения общественного мнения на разных этапах общественного развития.
3. Функции общественного мнения и их типологизация. Оценочные и регулятивные функции общественного мнения и их систематизация.
4. Явные и латентные функции общественного мнения

Тема 8. Общественное мнение и средства массовой информации, проблема манипулирования общественным мнением в современном обществе (2 часа)

1. Влияние информированности населения на процесс формирования общественного мнения. Роль в этом процессе различных видов информации.
2. Основные качества социально информации для формирования зрелого общественного мнения.
3. Понятие формальных и неформальных каналов передачи информации. Взаимосвязь общественного мнения со средствами массовой информации и коммуникации.
4. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе.

Тема 9. Методы социологического изучения общественного мнения

1. Взаимосвязь методологии и методики в социологических исследованиях общественного мнения.
2. Влияние на выбор методов изучения общественного мнения исследуемого субъекта и объекта.
3. Основные методы изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, экспертной оценки, фокус-групп, углубленного интервью и др.).
4. Зависимость типа и объема выборки от предмета исследования. Специфика организационных аспектов изучения общественного мнения.
5. Применение новых междисциплинарных методов в исследовании общественного мнения.
6. Разработка и применение современных комплексных методик изучения общественного мнения.

Тема 10. Технология социологического изучения общественного мнения в избирательной кампании (4 часа)

1. Социологический анализ предвыборной ситуации и его особенности в зависимости от характера выборов.
2. Оценка социальных, политических, экономических и социально-психологических условий.
3. Социологический анализ избирательной кампании в условиях политического кризиса.
4. Определение стратегии и тактики избирательной кампании.
5. Корректирование хода кампании с учетом результатов социологического анализа.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Зарождение представлений об общественном мнении. Основные этапы становления и развития социологии общественного мнения (2 часа)

1. Зарождение представлений об общественном мнении: в античности (Платон), в эпоху Возрождения (Н. Макиавелли, Э. Роттердамский), Новом времени (Дж. Локк, Ж.Ж. Руссо, Д. Юм), в XIX веке (Г. Гегель, А. де Токвиль).
2. Основные аспекты изучения общественного мнения в западной социологии в XX: психологическое направление (Г. Тард, Г. Лебон), в рамках исследования публичной сферы (Ю. Хабермас, Г. Блумер), в связи со стереотипами (У. Липпман, С. Липсет, Н. Луман, Э. Ноэль – Нойман).
3. Критика существующих методик исследования общественного мнения П. Бурдьё.
4. Начало эмпирических исследований общественного мнения (Дж. Гэллап и др.).
5. Зарождение различных подходов к изучению общественного мнения в отечественной социологии.

Тема 2. Социальная природа, структура и динамика общественного мнения (2 часа)

1. Общественное мнение как духовно-практический феномен.
2. Дифференциация понятий: «общественное сознание», «индивидуальное сознание» и «массовое сознание». Их роль в формировании и функционировании общественного мнения.
3. Интересы различных социальных общностей как основа проявления общественного мнения.
4. Соотношение понятий: индивидуальное, коллективное (групповое) мнение и общественное мнение.
5. Основные подходы к структуризации общественного мнения. Рациональный, эмоциональный и волевой компоненты общественного мнения.
6. Социальные оценки как базовый элемент структуры общественного мнения. Влияние ценностных ориентаций, установок и стереотипов на общественное мнение.

Тема 3. Субъекты и объекты общественного мнения, их определение и типологизация (4 часа)

1. Понятие объекта общественного мнения.
2. Критерии выделения объектов общественного мнения. Различные типы классификаций объектов общественного мнения.
3. Понятие субъекта общественного мнения.

4. Дифференциация подходов к определению субъектов общественного мнения: монистическая и плюралистическая традиции.
5. Социальная общность как ключевая категория социологического анализа общественного мнения. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения.

Тема 4. Возникновение и формирование общественного мнения

1. Общественное мнение как процесс. Стадии возникновения, формирования, функционирования и разрушения общественного мнения.
2. Факторы определяющие процесс зарождения общественного мнения
3. Переход от индивидуальных оценочных суждений об объекте мнения к интерсубъективным.
4. Методы внушения, убеждения, подражания, авторитета в формировании общественного мнения.
5. Управление общественным мнением в процессе его формирования.

Тема 5. Средства формирования и выражения общественного мнения (4 часа)

1. Пути формирования общественного мнения. Интересы социальных общностей как движущая сила динамики общественного мнения.
2. Основные этапы существования общественного мнения: зарождение, формирование, функционирование.
3. Способы формирования общественного мнения.
4. Основные каналы и средства формирования общественного мнения.
5. Превращение общественного мнения в социальный институт. Институциональная трактовка общественного мнения в социологии.
6. Проблема учета общественного мнения в социальном и государственном управлении.

Тема 6. Общественное мнение как социальный институт. Функционирование общественного мнения (2 часа)

1. Факторы, влияющие на функционирование общественного мнения. Общественное мнение как социальный институт, взаимодействие с другими социальными институтами общества (политическими, экономическими, культурными и др.).
2. Каналы выражения общественного мнения на разных этапах общественного развития.
3. Функции общественного мнения и их типологизация. Оценочные и регулятивные функции общественного мнения и их систематизация.
4. Явные и латентные функции общественного мнения

Тема 7. Общественное мнение и средства массовой информации, проблема манипулирования общественным мнением в современном обществе (2 часа)

1. Влияние информированности населения на процесс формирования общественного мнения. Роль в этом процессе различных видов информации.
2. Основные качества социальной информации для формирования зрелого общественного мнения.
3. Понятие формальных и неформальных каналов передачи информации. Взаимосвязь общественного мнения со средствами массовой информации и коммуникации.
4. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе.

Тема 8. Методы социологического изучения общественного мнения

1. Взаимосвязь методологии и методики в социологических исследованиях общественного мнения.
2. Влияние на выбор методов изучения общественного мнения исследуемого субъекта и объекта.
3. Основные методы изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, экспертной оценки, фокус-групп, углубленного интервью и др.).
4. Зависимость типа и объема выборки от предмета исследования. Специфика организационных аспектов изучения общественного мнения.
5. Применение новых междисциплинарных методов в исследовании общественного мнения.
6. Разработка и применение современных комплексных методик изучения общественного мнения.

Тема 9. Технология социологического изучения общественного мнения в избирательной кампании

1. Социологический анализ предвыборной ситуации и его особенности в зависимости от характера выборов.
2. Оценка социальных, политических, экономических и социально-психологических условий.
3. Социологический анализ избирательной кампании в условиях политического кризиса.
4. Определение стратегии и тактики избирательной кампании.
5. Корректирование хода кампании с учетом результатов социологического анализа.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Анализ эмпирических данных в SPSS» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивная лекция (тема № 2, 4, 9);*
- *Групповая дискуссия (тема № 1, 3, 8);*
- *Тренинг (тема № 4, 5, 6, 9);*
- *Анализ ситуаций (тема № 7, 8, 9);*
- *Разбор конкретных ситуаций (тема № 5, 6);*

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Вопросы к рейтинг - контролю

Первый рейтинг-контроль

1. Исторические аспекты формирования социологии общественного мнения.
2. Основные предпосылки разработки методов изучения общественного мнения.

3. Изучение общественного мнения в отечественной социологии.
4. Социальная природа и структура общественного мнения.
5. Природа взаимодействия индивидуального и общественного сознания.
6. Основные типы объектов и субъектов общественного мнения.
7. Стадии возникновения, формирования и функционирования общественного мнения.

Второй рейтинг-контроль

1. Общественное мнение как особый социальный институт.
2. Основные функции общественного мнения.
3. Способы формирования общественного мнения.
4. Каналы распространения общественного мнения.
5. Проблема манипулирования общественным мнением.
6. Взаимоотношения власти и общественного мнения.
7. Влияние уровня информированности населения на формирование и функционирование общественного мнения.

Третий рейтинг-контроль

1. Влияние общественного мнения как объекта исследования на выбор методов анализа.
2. Использование междисциплинарных методов в исследовании общественного мнения.
3. Предвыборная ситуация как объект общественного мнения.
4. Влияние общественного мнения на формирование стратегии избирательной кампании.
5. Корректирование хода кампании с учетом результатов социологического анализа.
6. Соотношение различных видов большинства и меньшинства.
7. Технологии использования результатов изучения общественного мнения в регулировании различных социальных процессов.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Задания для самостоятельной работы

1. Определите предмет социологии общественного мнения.
2. Какое место занимает социологии общественного мнения в системе социологического знания?
3. С какими науками взаимодействует социологии общественного мнения?
4. Какие представления об общественном мнении формировались до XX века: в античности, в эпоху Возрождения, Новом времени, в XIX веке?
5. Какие основные аспекты общественного мнения изучались в западной социологии в XX веке (влияние психологических факторов, публичной сферы, стереотипов на формирование общественного мнения)?
6. В чем заключаются особенности исследования и понимания проблем общественного мнения в работах представителей психологического направления в социологии?
7. Как понимали западные социологи роль стереотипов в процессе формирования общественного мнения?
8. Раскройте основные положения концепции “спирали молчания” Э. Ноэль-Нойман.
9. В чем несовершенство существующих методик исследования общественного мнения?
10. Как начинались первые эмпирические исследования общественного мнения, чему они были посвящены?

11. Кого можно назвать в числе первых исследователей общественного мнения в отечественной социологии?
12. Общественное мнение как духовно-практический феномен.
13. Какова роль сознания и его основных типов (общественного, массового и индивидуального) в формировании и функционировании общественного мнения?
14. Интересы различных социальных общностей как основа проявления общественного мнения.
15. Как соотносятся понятия: индивидуальное, коллективное, групповое и общественное мнение?
16. Основные подходы к структуризации общественного мнения. Рациональный, эмоциональный и волевой компоненты общественного мнения.
17. Социальные оценки как базовый элемент структуры общественного мнения. Влияние ценностных ориентаций, установок и стереотипов на общественное мнение.
18. Понятие объекта общественного мнения. Что может выступать в качестве объекта общественного мнения?
19. Критерии выделения объектов общественного мнения. Различные типы классификаций объектов общественного мнения.
20. Понятие субъекта общественного мнения.
21. Дифференциация подходов к определению субъектов общественного мнения. В чем заключаются монистическая и плюралистическая традиции в определении субъекта общественного мнения?
22. Социальная общность как ключевая категория социологического анализа общественного мнения. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения.
23. Пути формирования общественного мнения. Интересы социальных общностей как движущая сила динамики общественного мнения.
24. Основные этапы существования общественного мнения: зарождение, формирование, функционирование.
25. Способы формирования общественного мнения.
26. Основные каналы и средства формирования общественного мнения.
27. В чем заключается социологический подход к анализу общественного мнения как социального института? Суть институциональной трактовки общественного мнения в социологии.
28. Проблема учета общественного мнения в социальном и государственном управлении.
29. Факторы, влияющие на функционирование общественного мнения. Какие проблемы существуют в определении функций общественного мнения в социологии?
30. Проанализируйте функции общественного мнения в его взаимосвязи с другими социальными институтами общества (политическими, экономическими, культурными, коммуникативными, научными и др.).
31. Каналы выражения общественного мнения на разных этапах общественного развития.
32. Функции общественного мнения и их типологизация. Оценочные и регулятивные функции общественного мнения и их систематизация.
33. Явные и латентные функции общественного мнения
34. Понятие динамики общественного мнения и тенденций его развития. Что является основными движущими силами процесса формирования и развития общественного мнения?

35. Закономерности развития общественного мнения, обусловленные его собственной природой.
36. Закономерности развития общественного мнения, связанные с конкретно-историческими условиями его функционирования.
37. Особенности проявления общественного мнения в современной России и других странах.
38. Влияние информированности населения на процесс формирования общественного мнения. Роль в этом процессе различных видов информации.
39. Основные качества социально информации для формирования зрелого общественного мнения.
40. Понятие формальных и неформальных каналов передачи информации.
41. Проанализируйте взаимосвязь общественного мнения с основными средствами массовой информации и коммуникации.
42. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе.
43. Как соотносятся методология и методика в социологических исследованиях общественного мнения? В чем их взаимосвязь?
44. Традиционные и оперативные способы изучения общественного мнения. Поиск операционального определения и основных измеримых характеристик общественного мнения.
45. Охарактеризуйте основные подходы к построению выборки в социологических исследованиях общественного мнения и проблемы, связанные с ее применением.
46. Основные методы изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, экспертной оценки, фокус-групп, углубленного интервью и др.). Проведите анализ наиболее распространенных стилей и научных традиций изучения общественного мнения.
47. Какие перспективы есть у качественных методов в изучении общественного мнения? Существуют ли ограничения их применения в этой области исследований?
48. Применение новых междисциплинарных методов в исследовании общественного мнения.
49. Влияние на выбор методов изучения общественного мнения исследуемого субъекта и объекта.
50. Зависимость типа и объема выборки от предмета исследования. Специфика организационных аспектов изучения общественного мнения.
51. Существует ли специфика организации социологического изучения общественного мнения? Особенности организации локальных, региональных, национальных и международных исследований общественного мнения.
52. Научные традиции изучения общественного мнения в России и других странах и проблема их сопоставления.
53. В чем состоит актуальность изучения общественного мнения в условиях современной России.
54. Разработка и применение современных комплексных методик изучения общественного мнения.
55. Проблемы совершенствования системы изучения общественного мнения в условиях развития современного российского общества.
56. Возможности использования данных общественного мнения в рамках социальной технологии управления.

57. Отечественный опыт использования результатов общественного мнения в регулировании различных социальных процессов.
58. Зарубежный опыт использования общественного мнения при проведении референдумов.
59. Зарубежный опыт использования онлайн-опросов общественного мнения.

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (ЭКЗАМЕН)

Контрольные вопросы к экзамену

1. Место социологии общественного мнения в системе социологического знания. Взаимодействие социологии общественного мнения с другими науками.
2. Формирование представлений об общественном мнении в античности, в эпоху Возрождения, в Новом времени, в XIX веке?
3. Первые эмпирические исследования общественного мнения за рубежом и в России.
4. Общественное мнение как духовно-практический феномен.
5. Дифференциация понятий: «общественное сознание», «индивидуальное сознание» и «массовое сознание». Их роль в формировании и функционировании общественного мнения.
6. Интересы различных социальных общностей как основа проявления общественного мнения.
7. Соотношение понятий: индивидуальное, коллективное (групповое) мнение и общественное мнение.
8. Основные подходы к структуризации общественного мнения. Рациональный, эмоциональный и волевой компоненты общественного мнения.
9. Социальные оценки как базовый элемент структуры общественного мнения. Влияние ценностных ориентаций, установок и стереотипов на общественное мнение.
10. Понятие объекта общественного мнения.
11. Критерии выделения объектов общественного мнения. Различные типы классификаций объектов общественного мнения.
12. Понятие субъекта общественного мнения.
13. Дифференциация подходов к определению субъектов общественного мнения: монистическая и плюралистическая традиции.
14. Социальная общность как ключевая категория социологического анализа общественного мнения. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения.
15. Пути формирования общественного мнения. Интересы социальных общностей как движущая сила динамики общественного мнения.
16. Основные этапы существования общественного мнения: зарождение, формирование, функционирование.
17. Способы формирования общественного мнения.
18. Основные каналы и средства формирования общественного мнения.
19. Превращение общественного мнения в социальный институт. Институциональная трактовка общественного мнения в социологии.
20. Проблема учета общественного мнения в социальном и государственном управлении.
21. Факторы, влияющие на функционирование общественного мнения. Общественное мнение как социальный институт, взаимодействие с другими социальными институтами общества (политическими, экономическими, культурными и др.).
22. Каналы выражения общественного мнения на разных этапах общественного развития.

23. Функции общественного мнения и их типологизация. Оценочные и регулятивные функции общественного мнения и их систематизация.
 24. Явные и латентные функции общественного мнения
 25. Понятие динамики общественного мнения и тенденций его развития.
 26. Закономерности развития общественного мнения, обусловленные его собственной природой.
 27. Закономерности развития общественного мнения, связанные с конкретно-историческими условиями его функционирования.
 28. Особенности проявления общественного мнения в современной России и других странах.
 29. Влияние информированности населения на процесс формирования общественного мнения. Роль в этом процессе различных видов информации.
 30. Основные качества социально информации для формирования зрелого общественного мнения.
 31. Понятие формальных и неформальных каналов передачи информации. Взаимосвязь общественного мнения со средствами массовой информации и коммуникации.
 32. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе.
 33. Взаимосвязь методологии и методики в социологических исследованиях общественного мнения.
 34. Традиционные и оперативные способы изучения общественного мнения. Поиск операционального определения и основных измеримых характеристик общественного мнения.
 35. Основные методы изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, экспертной оценки, фокус-групп, углубленного интервью и др.).
 36. Применение новых междисциплинарных методов в исследовании общественного мнения.
 37. Влияние на выбор методов изучения общественного мнения исследуемого субъекта и объекта.
 38. Зависимость типа и объема выборки от предмета исследования. Специфика организационных аспектов изучения общественного мнения.
 39. Особенности организации локальных, региональных, национальных и международных исследований общественного мнения.
 40. Научные традиции изучения общественного мнения в России и других странах и проблема их сопоставления.
 41. Разработка и применение современных комплексных методик изучения общественного мнения.
 42. Проблемы совершенствования системы изучения общественного мнения в условиях развития современного российского общества.
 43. Возможности использования данных общественного мнения в рамках социальной технологии управления.
 44. Отечественный опыт использования результатов общественного мнения в регулировании различных социальных процессов.
- Зарубежный опыт использования общественного мнения при проведении референдумов, онлайн-опросы общественного мнения.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность


№ п/п	Автор,название, вид издания, издательство	Год издания	Количество экземпляров в библиотеке ВлГУ	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ	Количество студентов, обучающихся по направлению	Обеспеченность студентов в литературой, %
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						
1	Герасимов В.М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс]/ Герасимов В.М., Иваненко К.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 218 с.	2015		http://www.iprbookshop.ru/31701.html	19	100
2	Социология [Электронный ресурс] / Павленок П. Д. - М. : Дашков и К, 2013. - ISBN9785394019715	2013		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394019715.html	19	100
3	Социология общественного мнения: Учебное пособие / Г.И. Козырев. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0607-1			http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=469741	19	100

Дополнительная литература						
1	Социология. Основы общей теории: Учебник для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НОРМА: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 912 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-91768-597-7	2015		http://znani.um.com/catalog.php?bookinfo=501622	19	100
2	Информация и общественное мнение [Электронный ресурс]: от репортажа в СМИ к реальным переменам/ Ислам Румин [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 296 с.	2016		http://www.iprbookshop.ru/43619.html	19	100


8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Практические работы проводятся в аудитории 217-2

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: Excel, SPSS 21.

Рабочую программу составил доцент, к.ф.н. Д.И.Петросян 


Рецензент

исполнительный директор общества с ограниченной ответственностью «Среднерусский консалтинговый центр» Свинцов И.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры социологии
протокол № 1 от 29-08-2019 года.

Заведующий кафедрой Баранова Л.М. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 39.03.01 «Социология»
протокол № 1 от 29-08-19 года.

Председатель комиссии: доцент, к.ф.н. Л.М. Баранова 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на 2020/2021 учебный год
Протокол заседания кафедры № 10 от 23.06.20 года
Заведующий кафедрой Доганов

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____
