

# Влияние формы обсуждения на обогащение образа проблемы в общественном мнении

В статье анализируется процесс обогащения общественного мнения. Приводятся данные исследования, подтверждающего, что общественное мнение обогащается в результате обсуждения актуальной проблемы в организованной дискуссии с экспертами, при наличии объективной информации. В процессе же неорганизованного обсуждения, без участия экспертов и при отсутствии релевантных данных о проблеме её образ не обогащается, а изменяется под влиянием различных

манипулятивных факторов и личностных особенностей участников.

**Ключевые слова:** общественное мнение, образ проблемы, организованная дискуссия, стихийная дискуссия.

**Подгорная Ирина**

выпускница факультета психологии  
Киевского Национального университета  
им. Тараса Шевченко, Украина

Настоящая статья Ирины Подгорной сделана на базе ее дипломной работы "Обогащение общественного мнения как технология изучения и формирования образа образовательных инноваций". Исследование проведено в 2011-2012 гг. на кафедре социальной психологии факультета психологии Киевского Национального университета им. Тараса Шевченко. Руководитель проекта - кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Института социальной и политической психологии НАПН Украины П. Д. Фролов.

Могу допустить, что Подгорная - первая, и что наверняка - одна из первых исследователей, работающих на всем постсоветском пространстве, кто обратил внимание на новую технологию изучения общественного мнения, постепенно входящую в практику американских полстеров. Создатель метода Джеймс Фишкин назвал его *Deliberative Opinion Poll* и предложил его использовать для изучения установок населения отно-

сительно актуальных социальных процессов в предположении высокой информированности людей о происходящем. В русскоязычной литературе эта опросная технология называется изучением обогащенного общественного мнения.

Социологи и политологи используют этот метод с целью обоснования сценариев разработки различных политических решений и стратегии освещения политических инноваций средствами массовой информации. Однако вне поля их изучения остаются собственно механизмы трансформации массового сознания. И. Подгорная не просто обратила внимание на эту проблему, но и предложила инструмент для ее решения.

Ирина завершила обучение в университете с "красным дипломом". Хочется пожелать ей успехов в ее будущей научной деятельности.

**Профессор Борис Докторов**

Общественное мнение принадлежит к числу явлений, которые с большим трудом поддаются всестороннему анализу и строгому определению. В нем проявляется отношение различных групп людей к актуальным событиям действительной жизни, затрагивающим общественные интересы. Будучи неким оценочным суждением людей об актуальной проблеме, оно формируется на основе образа этой проблемы.

Формирование образа проблемы в общественном мнении начинается в условиях дефицита информации о ней. Недостаточное количество информации о том или другом объекте может вызвать у общественности недоверие. Когда получаемая информация недостаточно полная, возникает потребность в компенсации недостатка информации, в заполнении так называемых информационных лакун, в построении целостной картины. На это обращали внимание такие ученые как Н.А. Бернштейн, И. Фейгенберг, А.Д. Еляков [1], [2]. Так же недостаток информации заполняется активностью, прошлым опытом, который в совокупности с контекстом ситуации подсказывает, чего именно нужно ожидать. Если же прошлого опыта оказывается недостаточно, чтобы построить целостную картину, человек создает в своем сознании некую конструкцию, которая довольно полно охватывает наблюдаемые явления, связывая их в общую картину.

Отношение к какому-либо объекту во многом зависит от того, как он будет воспринят целевыми группами и общественным мнением в целом.

На этапе, когда образ проблемы ещё только начинает складываться, зондирование общественного мнения с целью изучения образа этой проблемы малоэффективно. Тут скорее важно понять, в каком направлении движется становление данного образа, каким он мог бы сложиться при условии надлежащим образом организованного информирования.

Считается, что проблемы неправильной осведомленности общественности могут быть решены в результате проведения разъяснительно-информационной кампании. Формирование положительного образа объекта предполагает налаживание конструктивного диалога между инициаторами изменений и общественностью. Одной из форм такого диалога является технология, которую в 1988 г. предложил Джеймс Фишкин (James Fishkin) [3].

Эта технология выявляет общественное мнение, которое было бы, если бы население было максимально и всесторонне информировано о конкретной актуальной проблеме и формировало бы своё отношение к ней в обсуждениях со специалистами и представителями разных групп населения. То есть, какое мнение об объекте складывалось бы у общественности в процессе и в результате его обогащения, расширения кругозора по данной теме.

Нужно подчеркнуть, что от того, как этап самого обогащения общественного мнения будет организован, насколько будут учтены социально-психологические закономерности групповой динамики, какие будут использованы психологические технологии работы с информацией, группой и т.п. в конечном итоге зависит, каким будет образ проблемы.

Процесс обогащения общественного мнения происходит во время дискуссии респондентов при участии экспертов по обсуждаемой проблеме. Основной смысл дискуссии заключается в рассмотрении, исследовании какого либо вопроса. Смысл дискуссии как метода заключается в коллективном обсуждении какого-либо вопроса, проблемы в форме сопоставления идей, мнений, предложений [3], [4].

Понятие "дискуссия" может рассматриваться в двух значениях:

1. Способ организации совместной деятельности с целью интенсификации процесса принятия решения в группе.

2. Метод обучения, повышающий интенсивность и эффективность учебного процесса за счет активного включения обучаемых в коллективный поиск решения.

Для понимания процесса обогащения общественного мнения применительно, скорее, второе значение. Такая трактовка увеличивает включенность испытуемых в реализацию групповых решений путем возложения и принятия ответственности; повышает эффективность и заинтересованность путем предоставления им возможности проявить компетентность и высказать свою точку зрения [5].

В правильно организованной дискуссии происходит не только обмен информацией. Вместе с тем участники могут отстаивать свою позицию, опровергать чужое мнение, корректировать свою и чужую точку зрения. Таким образом, возможно создание некой новой информации, возможны инновационные решения, формируется целостное знание.

Также необходимо подчеркнуть, что участник дискуссии может видеть один или несколько сторон проблемы. Возможно, в его представлении существуют совершенно иные параметры ее образа. Эксперт же должен видеть весь спектр направлений. При этом условия во время дискуссии эксперты и участники обмениваются мнениями, что и приводит к обогащению мнения.

В результате дискуссии образ объекта должен обогатиться, т.е. стать более многогранным, более когнитивно сложным.

Во-первых, чтобы оценить значение явлений, человек выстраивает некие понятийные модели, или конструкты. Дж. Келли определял конструкт как идею или мысль, которую человек использует, чтобы осознать или интерпретировать, объяснить или предсказать свой опыт. Конструкт представляет собой устойчивый способ, которым человек осмысляет какие-то аспекты действительности в терминах схожести и контраста. Например, "взволнованный — спокойный", "умный — глупый", "мужской — женский", "дружеский — враждебный". Говоря об обогащении мнения, в процессе дискуссии количество подобных конструктов касательно обсуждаемой темы может измениться [6].

Если конструкт помогает точно прогнозировать события, человек, вероятно, сохранит его. И наоборот, если прогноз не подтвердится, конструкт, на основании которого он был сделан, скорее всего, подвергнется пересмотру или даже вообще может быть исключен. Валидность конструкта проверяется с точки зрения его прогностической эффективности, степень которой может меняться.

Для того, чтобы число подобных конструктов изменилось (увеличилось или уменьшилось), необходимо, чтобы во время обсуждения прозвучали различные (даже противоположные) точки зрения по данной проблеме [7].

Иначе говоря, образ объекта дискуссии начинает расширяться, обретать новые грани, понятия о которых у участника дискуссии до этого не было.

С одной стороны, образ может становиться целостным, обретая новые параметры. С другой же, если конструкт имел монолитную структуру, связи внутри него были достаточно сильные, в процессе обогащения он может некоторым образом распадаться, разрыхляться, становиться фрагментарным [8]. Это может происходить по причине того, что во время дискуссии раскрываются новые параметры объекта, появляются новые возможные связи, очерчиваются иные стороны. И дополняя имеющийся в представлении участника дискуссии конструкт, они либо, так сказать, собирают образ в одно целое, либо добавляют иные параметры, что делает образ фрагментарным. Станет ли образ более целостным или фрагментарным в данной группе участников дискуссии во многом зависит от того, какие конструкты у них были до обогащения мнения, т.е. на этапе предварительного опроса.

В любом случае, образ в процессе обогащения наполняется неким новым содержанием, появляется многообразие признаков, с помощью которых человек может описать данный образ.

С. Р. Яголковский выделял формы когнитивного обогащения, говоря о влиянии информации о различных нововведениях на когнитивную сферу субъекта.

1. Выделение субъектом основных принципов, лежащих в основу внедренных инноваций, с последующим их использованием в собственной продуктивной мыслительной деятельности.

2. Изменение способов достижения сформированных гностических целей.

3. Получение информации о новых реальных возможностях.

4. Изменение представления о соотношении возможного и невозможного.

5. Переосмысление роли и значения технологий работы с творческой продукцией [9].

Если говорить об эмоциональной стороне процесса обогащения мнения, можно выделить следующие формы эмоциональных реакций субъекта на инновации:

— возникновение ярких положительных эмоций, эмоционального подъема;

— эмоциональное блокирование продуктивной активности субъекта (это связано с непониманием сущности вопроса или осознанием ограниченности своих возможностей);

— возникновение негативных эмоций, связанных с новой информацией;

— индифферентная эмоциональная реакция [10].

Эмоциональная реакция, её изменение по отношению к проблеме также должна учитываться при изучении процесса обогащения общественного мнения.

Для подтверждения того, что именно в организованной дискуссии общественное мнение обогащается, нами было проведено такое исследование. Следуя технологии Фишкина, сначала проводился базовый зондаж мнения. В качестве обсуждаемой темы была выбрана актуальная на сегодняшний день образовательная инновация — медиаобразование, определенно мнения о которой у общественности пока ещё нет. Для проведения первичного опроса был использован метод "семантический дифференциал". Полученные данные обрабатывались с помощью факторного анализа. В результате было выделено 6 факторов, которые объясняют более 66% дисперсии.

Первый и наиболее субъективно значимый фактор — личные ожидания от медиаобразования (36,1% объясненной дисперсии). Второй объясняет 7,2% дисперсии и касается того, является ли этот предмет действительно нужным или же это дань моде на все зарубежное. Третий фактор оценен как степень привлекательности медиаобразования. Он объясняет 6,9% дисперсии. Четвертый описывает функционально-стилевые особенности предмета (демократичность, инновационность, современность) и объясняет 6,1% дисперсии. Пятый интерпретирует содержательные характеристики предмета. Например, уровень сложности, реалистичность, продуманность. На этот фактор приходится 5,3% объясненной дисперсии. Последний, шестой фактор указывает на оценку уровня опасности, т.е. насколько этот предмет может усложнять жизнь. Этот фактор объясняет 4,1 % дисперсии.

Далее, после оценки всей совокупностью испытуемых медиаобразования методом семантического дифференциала экспериментальная группа была разделена на 2 части: с одной проводилась организованная дискуссия при участии экспертов, а в другой — стихийная, где участники просто обсуждали тему между собой, без участия экспертов и предоставления надлежащей информации.

Через несколько дней после проведения этих двух форм дискуссий участников снова опросили.

Для того, чтобы сравнить оценки образа медиаобразования между контрольной и двумя экспериментальными группами, был высчитан средний балл по каждому из выделенных факторов. Полученные данные представлены в виде диаграммы.

Образ медиаобразования у контрольной группы при повторном опросе не изменился, и факторная нагрузка осталась той же. Средние значения по факторам в группе, где дискуссия проходила стихийно, также значительно не изменились. В группе же организованной дискуссии, образ медиаобразования претерпел значительные изменения. Для ее участников медиаобразования стало видаться более привлекательным, содержательным, нужным, безопасным, инновационным.

Таким образом, прослеживая динамику изменения образа медиаобразования в представлении контрольной группы, группы, где проводилась стихийная дискуссия, и группы, где проводилась дискуссия организованная, можно сказать, что при проведении организованной дискуссии, в отличие от стихийной, образ значительно меняется, обогащается. Благодаря приведению объективных аргументов, ссылок на научные источники, предоставления всестороннего материала образ приобретает другие параметры, наполняется содержанием, раскрываются новые связи внутри него.

При проведении стихийной дискуссии участники находятся в условиях дефицита информации. Большинство информации, особенно на индивидуальном уровне, создается стихийно, что едва ли помогает избежать ее дефицита. Напомним, что если человек или группа людей находятся в ситуации дефицита информации, они вынуждены своими силами генерировать информацию. Другими словами — выдумывать ее. Все это усложняется следующими причинами. Во-первых, обсуждаемое социальное явление (в данном случае медиа-образование), в плане гносеологическом неисчерпаемо. Поэтому генерирование информации о нем с самого начала обречено на неполноту. Во-вторых, существуют барьеры в получении информации (личностные, технические и т.п.), что влияют на целостность представления об информации. Также надо учитывать временной фактор: чем меньше времени, тем меньше информации можно собрать. В случае ограниченной по временным параметрам дискуссии возникает необходимость в принятии общего решения независимо от того, достоверная эта информация или нет, мало ее или много, есть она или ее нет.

Недостаток информации нуждается в заполнении этих "белых пятен" — так называемых информационных лакун [2]. Ведь человек не способен представить себе целостный образ, если нет определенной части информации о нем. В случае, когда не удается собрать всю необходимую информацию, человек (или общество) начинает само как бы додумывать ее, выдумывать, создавать. Для этого используются прошлый опыт, догадки, слухи, стереотипы, мифы и т.п. На них человек, группа людей опирается для генерирования новой информации, которая может их удовлетворить.

Итак, в процессе стихийной дискуссии ее участники, которые оказались в условиях недостатка информации (в отличие от участников организованной дискуссии, которым предостав-

Диаграмма 1

## Оценка образа медиа-образования до проведения исследования

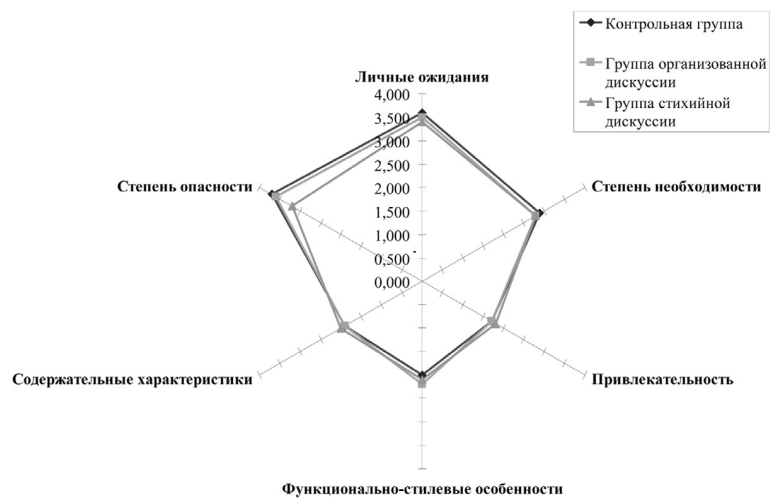
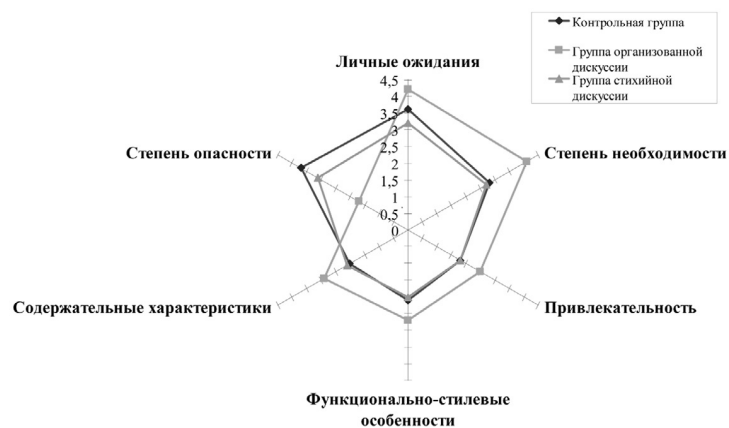


Диаграмма 2

## Оценка образа медиа-образования после проведения исследования



ляется весь спектр объективной информации по обсуждаемой теме), вынуждены своими силами сгенерировать ее с помощью обмена между собой таких так сказать "домысленными" образами.

Также при условии стихийности, неорганизованности дискуссии имеют место некоторые манипулятивные явления. Например, феномен группового давления. Этот феномен получил в социальной психологии определения группового конформизма. Мера конформности — это мера подчинения группе в том случае, когда противопоставление мыслей субъективно воспринимается индивидом как конфликт. Но групповое давление на индивида может осуществлять не только большинство группы, а и меньшинство. Г. Дойч и Г. Джерард выделили два вида группового давления: нормативный (когда давление осуще-

ствяет большинство, а его мнение воспринимается индивидом как норма) и информационный (когда давление осуществляется меньшинством, и индивид рассматривает его как информацию, на основе которой он должен сам осуществить свой выбор) [11].

Среди подобных явлений также можно выделить феномен первичности, при котором первое высказывание, каким бы оно ни было, оказывает существенное влияние на аудиторию, по сравнению со следующими.

Таким образом, можно утверждать, что именно в процессе организованной дискуссии с экспертами, с предоставлением объективной и всесторонней информации общественное мнение обогащается. Расширение образа, на котором оно основывается, наделение его разносторонними параметрами происходит, когда человеку (или группе) предоставляется релевантная, всесторонняя, объективная, доступная для понимания информация, когда она разъясняется и обсуждается. В таком случае образ формируется разносторонним, объемным, мнение — аргументированным. Появляются новые точки, с которых субъект может посмотреть на проблему, образ которой расширяется.

В стихийных обсуждениях имеют место феномены группового давления, конформизм участников, первичности высказывания и прочее. Участники руководствуются не объективными данными, а собственными догадками, слухами, эмоциями. В результате проведения дискуссии такой формы с образом происходят иные изменения. Во-первых, из-за группового давления и некоторых других манипулятивных явлений, отсутствие правдивой информации образ объекта искажается. Новые его параметры, конечно, могут добавляться, но их едва ли можно назвать аргументированными, целесообразными, основывающимися на объективных материалах и свидетельствах. По этим причинам невозможно сказать, что образ объекта и мнение о нем обогащаются.

Подводя итоги, отметим, что без внешнего информационного влияния мнение измениться не может, поскольку сведения об объекте не поступают. При стихийном обсуждении этого объекта также возможен дефицит информации, потому что участники обмениваются в основном неподтвержденными сведениями. В результате образ может быть искажен. При участии

в организованной дискуссии с экспертами по данной теме мнение общественности активно обогащается благодаря всестороннему освещению проблемы, управлению объективной информацией.

## Литература:

1. Еляков А. Д. Информационная перегрузка людей / А. Д. Еляков // Социологические исследования. 2005. № 5. С. 17 — 28.
2. Фейгенберг И. М. Мозг, психика, здоровье / И. М. Фейгенберг. М.: Наука, 1972.
3. Fishkin J. S. The Voice of the People. Public Opinion and Democracy. New Haven: Yale University Press, 1995.
4. Докторов Б.З. Отцы-основатели. История изучения общественного мнения. М.: ЦСП. 2006. Гл. 11. Становление пост-гэллаповских опросных технологий <[http://www.sheregi.ru/files/Doktorov\\_001\\_488t.pdf](http://www.sheregi.ru/files/Doktorov_001_488t.pdf)>.
5. Докторов Б. Хедли Кэнтрил: исследователь общественного мнения и консультант президента Рузвельта // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев, 2003. №6. С. 2-13 <[http://www.teleskop-journal.spb.ru/files/dir\\_1/article\\_content1192622057159644file.pdf](http://www.teleskop-journal.spb.ru/files/dir_1/article_content1192622057159644file.pdf)>.
6. Хьелл Л. Теория личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. СПб: Питер, 2007.
7. Поварнин С. И. Искусство спора [Электронный источник] <<http://www.kcnlp.com.ua/dominirovanie/spor/>>.
8. Веккер Л. М. Психика и реальность. Единая теория психических процессов / Л. М. Веккер. М.: Смысл, 1998.
9. Яголковский С. Р. Инновационность как детерминанта развития личности: личностный, групповой и организационный аспекты / С. Р. Яголковский. М.: Институт психологии РАН, 2011.
10. Яголковский С. Р. Психология креативности и инноваций / С. Р. Яголковский. М.: ГУ — ВШЭ, 2007.
11. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. М.: Наука, 1994.