

ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И РЫНКА В РОССИИ. ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ

DOI: 10.14515/monitoring.2015.3.10

УДК 316.653(470+571)''1987/1989''

Правильные ссылки на статью:

Божков О.Б. Формировать общественное мнение или изучать его? Опыт социологического анализа передачи «ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ» 1987–1989 гг. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 3. С. 127-137.

Bozhkov O.B. Forming or studying public opinion? Sociological analysis of the “public opinion” TV program, 1987-1989 // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2015. № 3. Pp.127-137.

О.Б. БОЖКОВ

ФОРМИРОВАТЬ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ИЛИ ИЗУЧАТЬ ЕГО? ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПЕРЕДАЧИ «ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ» 1987–1989 гг.

ФОРМИРОВАТЬ ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ
ИЛИ ИЗУЧАТЬ ЕГО?
ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА
ПЕРЕДАЧИ «ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ»
1987–1989 гг.

FORMING OR STUDYING PUBLIC OPINION?
SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF THE “PUBLIC
OPINION” TV PROGRAM, 1987-1989

*БОЖКОВ Олег Борисович – старший научный
сотрудник Социологического института РАН,
руководитель научного центра
«Биографический фонд». E-mail:
olegbozh@gmail.com*

*BOZHKOV Oleg Borisovich – Senior
Researcher, Sociological Institute, Russian
Academy of Sciences, Head of Scientific
Centre “Biographical Fund”. E-mail:
olegbozh@gmail.com*

Аннотация. Анализируется опыт выявления и изучения состояния общественного мнения в 1987–1989 гг., реализованный в цикле передач «Общественное мнение» Ленинградской студии телевидения (ЛСТ). Представлен анализ, сделанный в 1988 г., дана современная оценка ему.

В прямом телеэфире проводилось голосование зрителей по актуальным темам, специально отобранными экспертами для обсуждения. Дискуссию в студии вели две группы экспертов, аргументировавших обозначенные позиции. Оперативный социологический комментарий к результатам голосования обеспечивался компьютерной обработкой данных. Социологи-аналитики, принимавшие участие в передаче, сообщали

Abstract. The author gives an attempt to study and describe public opinion in 1987-1989 based on The Public Opinion TV program of the Leningrad TV Studio (LST). The paper presents an analysis carried out in 1988 and delivers its comprehensive assessment.

The TV audience was asked to express the opinion on actual topics online. The studio discussion was hosted by two groups of experts who had to prove their positions. Computer data processing was used to provide continuous sociological commentary. Social analysts who took part in the TV program announced the results of the telephone-based survey as well as socio-demographic profile of the respondents.

результаты телефонного голосования и социально-демографические характеристики его участников.

Общий вывод из анализа результатов голосования: водораздел мнений – как по возрастным группам, так и по группам занятости – проходил внутри каждой группы, а не между ними. Специфичной оказалась молодежная часть выборки – наиболее радикально настроенная, независимо от того, какой именно обсуждался вопрос.

Группы субъектов цикла передач «Общественное мнение» как социального явления: 1) ученые специалисты (обществоведы, экономисты, юристы); 2) представители власти, руководители; 3) простые люди с улицы. Анализ поведения этих групп обнаружил следующие проблемы: относительно низкий уровень профессионализма и очень высокий уровень самоцензуры экспертов; недоверие к словам представителей власти со стороны простых людей; отсутствие практики и, как следствие, беспомощность представителей власти в общении не с массами, а с конкретными людьми по конкретным вопросам.

Анализируя поток писем в адрес передачи, удалось выделить и описать наиболее часто встречающиеся типы общественного сознания и высказать предположения о степени их распространенности.

Ключевые слова: общественное мнение, общественное сознание, социальные проблемы, обратная связь, процедуры демократии, общественный диалог

The basic conclusion drawn from the survey results are as follows: people were divided in their opinions according to both age groups and employment group; the division was inside the group rather than between groups. Young respondents had their specifics: they were radical regardless of the type of question.

The following social groups were involved in the Public Opinion TV program: 1) scientists from various fields of study (social scientists, economists, lawyers); 2) representatives of authorities, leaders; 3) ordinary people. The analysis of the groups revealed the following problems: rather low professional level and extremely high level of self-censorship among experts; ordinary people distrusting the representatives of authorities; lack of practice resulted in inability of authorities to communicate with each person separately but not with the masses.

A great volume of letters sent to the TV editors was analyzed to describe the most common types of public consciousness and their prevalence.

Keywords: public opinion, social problems, feedback, democratic procedures, public dialogue

С февраля 1987 по апрель 1989 г. на Ленинградской студии телевидения состоялось 14 передач¹ цикла «Общественное мнение» в режиме прямого эфира² и 2 аналитических выпуска – в записи.

Цели этого уникального социального эксперимента – выявление и презентация широкой публике состояния общественного мнения (и общественного сознания)³.

¹ 15-я передача (о кооперации), объявленная на 19 мая 1989 г., не состоялась: участники передачи к назначенному заранее времени собрались в телецентре на ул. Чапыгина, но студия оказалась закрыта. Вместо анонсированной программы «Общественное мнение» в эфир был выпущен художественный фильм – таково было телефонное указание из Обкома КПСС. «Общественное мнение» в телеэфире прекратило свое существование.

² Каждая передача занимала в прямом телеэфире 3 часа: 1,5 часа до программы «Время» и 1,5 часа после нее – в общей сложности 42 часа чистого эфирного времени.

³ Авторами и инициаторами этого проекта были телеведущие Владимир и Тамара Максимовы. Социологи стали активными его участниками с самого начала.

С точки зрения социологии, существенно, что сама передача была не просто зрелищем, где зритель – лишь пассивный наблюдатель, но реальным публичным действием, главным действующим лицом которого оказывались простые граждане («люди с улицы» [Ленинградская...]). Передача стала социальным явлением, реальным элементом механизма перестройки. Главным было действительное участие здесь и сейчас.

С точки зрения тележурналистики ключевыми моментами передачи были:

- 1 прямой эфир (и свободный микрофон у передвижной телевизионной станции (ПТС);
- 2 процедура голосования зрителей как основной стержень ее драматургии;
- 3 оперативный социологический комментарий к результатам голосования, обеспеченный обработкой данных на персональной ЭВМ;
- 4 выбор актуальнейших тем для обсуждения.

Рассмотрим технологию выявления общественного мнения по конкретным вопросам в ходе данного социального проекта. Темы передач были очень разными, от передачи к передаче существенно менялась их структура, велись поиски разных способов журналистской подачи материала.

Можно выделить 6 основных шагов в ходе подготовки и проведения цикла передач «Общественное мнение».

- 1 Выбор темы для обсуждения.
В 1987–1989 гг. началась так называемая перестройка, которая взбудоражила все общество. Темы для обсуждения выбирались с помощью экспертов, были злободневными и затрагивающими многих. Чтобы четко обозначить проблему и ее границы, формулировалась довольно жесткая оппозиция по любой обсуждаемой в программе проблеме, т.е. обозначались крайние точки или края континуума.
- 2 Разработка анкеты.
Социологами для каждой передачи была разработана очень простая анкета⁴, содержащая, как правило, один вопрос, варианты ответа на который однозначно обозначали полюса пространства дискуссии, и несколько формализованных шкал для фиксации социально-демографических характеристик респондента. Анонс очередной передачи и анкета, а также инструкция, когда и как отвечать на вопросы анкеты, публиковались в газете «Программа радио и телевидения» на соответствующую неделю.
- 3 Формирование двух групп экспертов, готовых аргументировать каждую обозначенную позицию: экономистов, социологов, историков, юристов, психологов, руководителей предприятий, представителей власти. Именно эти группы и вели дискуссию в студии телевидения. Были случаи, когда представитель одной из групп экспертов в ходе передачи демонстративно переходил в противоположную группу.

⁴ Эту анкету вряд ли можно квалифицировать как социологическую. Социологической эта информация становилась, будучи сведенной в общую базу данных и проинтерпретированной социологами.

- 4 Выбор места для размещения ПТС⁵ и организация ее рабочего пространства (свет, электропитание и т.п., включая меры безопасности). Как правило, это были достаточно людные места, чаще всего у станций метро. Сюда мог прийти не только любой житель Ленинграда, но и, вообще, любой человек – либо просто проходивший мимо, либо специально настроившийся на участие в передаче. Иногда ПТС размещались также на целевых площадках: квартира, общежитие, торговый центр, цех предприятия и т.п.
- 5 Техническое обеспечение обратной связи со зрителями: выделение телефонных линий для кодовой связи, подбор операторов, принимающих и фиксирующих звонки телезрителей – ответы на вопросы анкеты; организация оперативного ввода данных в ЭВМ и оперативной обработки этих данных. В ходе передачи социологи-аналитики периодически сообщали текущие результаты телефонного голосования и основные линии противостояния: социально-демографические параметры сторонников каждой дискутируемой позиции⁶.
- 6 Организация дополнительной аналитической передачи «Общественное мнение: социологический аспект», которая шла в записи, а не в прямом эфире. Это 20-минутное приложение к основной передаче потребовалось из-за того, что финальный итог голосования никогда не попадал в эфир, а насыщенность и даже накаленность почты оставалась за кадром. В этой передаче-спутнике участвовали исключительно авторы программы и эксперты-социологи⁷, которые более обстоятельно комментировали ответы телезрителей на анкету, а также представляли социологический обзор зрительской почты и всего массива телеграмм, поступивших в студию во время прямого эфира (во время эфира оглашалась лишь незначительная часть телеграмм)⁸.

Стоит отметить, что здесь не было места прямому манипулированию сознанием людей: проблему обсуждали эксперты в студии, периодически им задавали вопросы или оппонировали участники передачи с улицы (от ПТС). Результаты телефонного опроса и анализа телеграмм, которые несколько раз в течение передачи оглашали социологи, также вносили свои коррективы в ход дискуссии⁹.

⁵ ПТС – передвижная телевизионная студия.

⁶ Так как звонки шли в студию еще некоторое время и после окончания передачи, финальный итог голосования всегда не попадал в эфир.

⁷ В группу социологов – активных участников передачи на всех ее этапах – входили: И. Травин, О. Божков (разработка анкеты; оперативный анализ и первичная интерпретация ответов телезрителей на вопросы), А. Вейхер, И. Кременицкая (оперативная классификация поступивших в студию зрительских телеграмм). Эпизодически к этой группе подключались и некоторые другие наши коллеги.

⁸ Телеграммы оплачивались по льготному тарифу, но, несмотря на это, они оказались отнюдь не дешевыми – в телеграммах люди стремились высказаться по полной программе, так как по телефону операторы принимали только коды ответов на вопросы анкеты.

⁹ Каждая передача требовала от авторов и участников в студии максимального напряжения. Я не помню случая, чтобы мы «по горячим следам» были довольны результатами передачи, ибо видели, что многое из того, что задумывалось, не получилось или получилось совсем не так, как хотелось бы. Но когда приходили письма телезрителей, становилось ясно, что многие наши опасения были напрасны, люди вполне адекватно, хотя подчас чересчур эмоционально, воспринимали увиденное и услышанное. Авторы и участников передачи или благодарили безмерно («Ребята, вы просто герои!»), или поносили последними словами («Да что же вы такие антисоветчики-то, стрелять вас надо!»).

Основные действующие лица, группы субъектов этого социального явления четко определились к ноябрю 1987 г., когда состоялось уже 6 передач:

- 1 эксперты – ученые-специалисты, преимущественно обществоведы;
- 2 представители аппарата управления (власти), руководители;
- 3 простые люди с улицы, жители города (в последних передачах – и области).

Анализ поведения этих действующих лиц в ходе первых шести передач показал, что эксперты и руководители в силу разных причин еще не нашли своего лица, их функции в передаче не определились с достаточной ясностью. Эксперты постоянно сбивались на позицию людей с улицы, реже – на позицию представителей аппарата управления.

Думаю, причин тому было несколько, назову, на мой взгляд, основные. Длительное «безголосье», а также запреты на обсуждение тех или иных тем не прошли бесследно. Поскольку многие темы были запретны не только для обсуждения, но и для исследования – эксперты ничем, по существу, не отличались от людей с улицы, по крайней мере в этом отношении.

С одной стороны, обнаружился относительно низкий уровень профессионализма экспертов, с другой – оказался очень высоким уровень самоцензуры, обостренный осознанием своего особого, ответственного положения в передаче. Сказывалась заданность позиции (может быть, и ложно понимаемая), но не в профессиональном, а скорее в гражданском отношении. Это было особенно заметно в передаче, посвященной теме «Трезвость – норма жизни» (20 мая), где эксперты оказались крайне скованными именно общей жесткой постановкой вопроса: неременная и немедленная борьба с пьянством.

Группа представителей аппарата управления до передачи 1 октября находилась за кадром, но, несмотря на это, оказывалась одним из главных действующих лиц. Опыт первых выпусков цикла «Общественное мнение»¹⁰, ряда других новаций телевидения¹¹ и социальная практика 1987 г. (ситуация вокруг «Англетера» и т.п.) показали, что представителям этой группы в кадре и в прямом диалоге с публикой по конкретным вопросам приходилось очень нелегко. Конечно, и здесь одной из главных причин было длительное отсутствие живой практики прямого общения не с массами, а с совокупностью конкретных людей, не вообще с призывами и лозунгами, а по конкретным, жизненно важным вопросам.

Почта «Общественного мнения» обнаружила, что кредит доверия к любым представителям власти у населения был практически исчерпан. Словам представителей управленческого и партийного аппарата (разных уровней) не было веры: в любом их аргументе люди с улицы склонны были видеть подвох, злой умысел, если не прямой обман, желание любой ценой удержаться в кресле или защитить «своих».

Эта тенденция проявлялась очень выпукло. Психологически и исторически она была вполне объяснимой, но в социальном плане представлялась очень опасной, ибо делала в принципе не возможным нормальный диалог при такой расстановке и таком самоопределении социальных сил. В то же время в массовом сознании не было другой реально действующей силы, кроме аппарата власти (именно аппарата, который, в сознании масс всесилен).

Это отчетливо проявилось в последних трех из шести передач 1987 г. В эфире 20 мая участники передачи, обвиняя бюрократов в бездействии, попустительстве, а то и прямом

¹⁰ Особенно, передачи, посвященной обсуждению проекта устава школы (14 апреля).

¹¹ Передачи «12-й этаж», «Телекурьер», «Встречи по вашей просьбе» и т.д.

санкционировании пьянства, почти все предложения адресовали, тем не менее... именно бюрократам. Также многие участники передачи 9 июля (о перестройке) заявляли об ее бесполезности, поскольку в ней не приняли участия партийные и государственные руководители.

Дело здесь не только и не столько в иждивенческих настроениях населения. Участники передачи, люди с улицы – каждый в отдельности и все вместе – не видели реальной действенной силы в самих себе, им были неведомы ни технология, ни реальные механизмы народовластия. Положение еще более осложнялось тем, что на пути конкретных практических опытов гражданской инициативы существовавший аппарат управления, как правило, пытался воздвигнуть формально-бюрократические преграды, давая тем самым реальные основания для неверия и активистов, и наблюдателей в действенность, и вообще, возможность народовластия, даже в экспериментальных формах.

Социальный и демографический состав активной части аудитории передачи – ее непосредственных (в кадре) и опосредованных (телефоны кодовой связи, телеграф, почта) участников – в целом, по всем 6 передачам, оказался стабильным. Правда, более тщательный анализ показал, что здесь происходили некоторые изменения: так, в последней передаче несколько возросла доля молодежи до 25 лет (с 16 до 27%), уменьшилась (с 49 до 38%) доля специалистов с высшим образованием, хотя эта группа по-прежнему доминировала в этой части аудитории. И наконец несколько возросла доля женщин (с 31 до 48%).

Количество звонков по телефонам кодовой связи от передачи к передаче заметно колебалось, но в целом имело тенденцию к росту (от 2829 в первой передаче – к 5251 в шестой). В известном смысле, это было результатом совершенствования организации передачи: в частности подключение еще одного канала выражения мнений – телеграфа – на передаче 20 мая более чем вдвое увеличило пропускную способность телефонной сети студии.

Те, кто присылал телеграммы в студию во время передачи, как правило, специально не сообщали своих социально-демографических характеристик, однако по косвенным данным, извлекаемым из текстов телеграмм, можно было судить, что эта часть аудитории отличалась от остальных очень незначительно. Телеграфом охотнее пользовались женщины, среди авторов телеграмм чуть выше доля рабочих. Примерно такая же картина наблюдается и среди авторов писем, с той лишь разницей, что среди них заметно выше доля пенсионеров.

Особый интерес представляет группа непосредственных участников передачи у ПТС, поскольку это была активнейшая часть аудитории. Здесь (как по оценке видеоряда передачи, так и по наблюдениям ведущих на ПТС) преобладала молодежь и представители среднего возраста – 40–50 лет. Эта часть аудитории от передачи к передаче все более четко структурировалась. Общая тенденция этого изменения: от толпы – к организованным группам людей, представлявшим разные позиции по обсуждаемым в передаче вопросам.

Такого рода организация в известном смысле стимулировалась (может быть, неосознанно) создателями передачи. Так, например, заявленные позиции участников передачи 9 июля (о перестройке) были разделены даже территориально: энтузиасты приглашались на площадь к Казанскому собору, а реалисты – на площадь Островского. В передаче 1 октября (об индивидуально-трудовой и кооперативной деятельности) своеобразным стимулом к самоорганизации послужило «естественное» разделение социальных ролей участников ярмарки «Общественного мнения».

Второй важный аспект, который не акцентировался в массовом сознании, но отчетливо просматривался в научном анализе, состоял в том, что публичные дискуссии «Общественного мнения» постепенно вошли в повседневный обиход горожан. Каждая передача вызывала

широкий резонанс, имела довольно длительный период последствия и кулуарного обсуждения в разных слоях населения. К каждой передаче готовились не только студия телевидения и группа научного обеспечения цикла, но и люди с улицы, которые специально выделяли в своем бюджете времени окна для участия в передаче.

В распределении голосов телезрителей по основным обсуждавшимся вопросам не обнаруживается существенных различий между отдельными группами отвечавших на анкету «Общественного мнения». Специфична только молодежная часть выборки, которая оказывалась наиболее радикально настроенной, независимо от того, какой именно обсуждался вопрос.

Общий вывод из анализа результатов голосования – как по возрастным группам, так и по группам занятости – состоит в том, что водораздел мнений проходил внутри каждой группы, а не между ними. Иными словами, сущностно определяла позицию, как по любому из конкретных обсуждавшихся вопросов, так и по отношению к перестройке в целом – не профессиональная принадлежность и даже не принадлежность к разным поколениям.

При анализе содержания общественного мнения, выражаемого передачей «Общественное мнение», задача построения и анализа «тематических рубрикаторов» сознательно была поставлена на второй-третий план. Ключевыми в этом анализе стали следующие признаки: эмоциональный накал (агрессивность, миролюбивость и т.п.); характер аргументации (в частности использование идеологических штампов, ярлыков); общая основа суждений (вера – неверие или рационально-логическая основа) и т.п.

Таблица 1. Статистика зрительских реакций на передачи цикла «Общественное мнение»¹²

Тема и дата передачи	Звонки в студию (в среднем за час)	Телеграммы в студию	Письма в редакцию
Трезвость – норма жизни, 20.05.87	1061,8	510	1550
Закон о выборах, 18.11.88	948,5	400	300
Индивидуальная трудовая и кооперативная деятельность, 01.10.87	907,5	448	190
Перестройка, 09.07.87	612	н/д	350
Перестройка, 06.05.88	584,3	670	400
Чувство хозяина в законе о госпредприятии, 26.03.87	488	0	160
6–7 статьи закона о госпредприятии, 17.02.87	454,3	0	290
Устав школы, 14.04.87	402,5	0	420
Закон о молодежи, 03.12.87	397,3	283	248
Хозяйственная реформа и рынок, 16.12.88	396,6	0	370
К XIX партконференции, 24.06.88	309,0	750	370
Основы уголовного законодательства. Смертная казнь, 10.02.89	304,6	1000	600
Строительство дамбы, 21.04.89	301,6	700	600
Давайте обсудим, 13.08.87	10,0	278	40

Показатель, по которому упорядочена таблица (количество звонков в студию), свидетельствует, с одной стороны, о степени актуальности проблем, обсуждавшихся в передаче, а с другой – о накале страстей вокруг этих проблем. Неудивительно, что первую строку в этом рейтинге заняла передача «Трезвость – норма жизни», в которой очень

¹² Представлена таблица, характеризующая весь цикл передач с февраля 1987 по апрель 1989 г. Строки таблицы упорядочены по степени интенсивности загрузки телефонных линий студии.

агрессивную позицию занял лидер одной из экспертных групп профессор Углов – ярый противник спиртного.

Понятно, что разные каналы обратной связи имеют свою специфику. Очень острый сюжет о смертной казни не мог удовлетворить потребность людей высказаться по телефону, зато здесь оказался максимальным поток телеграмм и заметным поток писем в редакцию постфактум. Точно так же программа, посвященная наказам ленинградским делегатам XIX партконференции, предполагала развернутые высказывания, которые по телефону просто не принимались¹³.

Множественность каналов обратной связи с аудиторией, а также передача-спутник, где комментировалось и интерпретировалось содержание этой обратной связи, обеспечивали задачи выявления, презентации и изучения достаточно широкого спектра позиций, составляющих разноголосое и противоречивое общественное мнение.

Конечно, передача «Общественное мнение» не включала в свою орбиту значительный отряд скептиков-наблюдателей. Но фактически (хоть и не явно для создателей и исследователей передачи) даже этот отряд был вовлечен в данное социальное явление и составлял реальную группу молчаливой оппозиции за кадром телеэкрана. Мнение этой группы находило косвенное выражение в материалах передачи (прежде всего в зрительских письмах)¹⁴.

Содержание развернутых мнений, высказывавшихся устно в прямом эфире и зафиксированных письменно, как правило, выходило за рамки относительно узкой темы любой конкретной передачи и часто касалось общих проблем, таких как судьба перестройки и ее перспективы; судьба социализма: взаимосвязь хозяйственного механизма и политической системы; социализм и нравственность и т.п.

С этой точки зрения почта «Общественного мнения» давала богатый материал для изучения структур и типов сознания. В общих чертах можно описать некоторые типы и высказать предположения о степени их распространенности.

Типы общественного сознания:

- 1 Тотальная агрессивность, нетерпимость к другим позициям и мнениям, крайняя категоричность, идеологизированность, стереотипность при противоречивой структуре мотивации – основные характеристики одного из самых распространенных, в том числе в почте «Общественного мнения», типов сознания (или личности), который описан В.Б. Голофастом [Голофаст, 1988].
- 2 Также достаточно часто встречался тип сознания, который мы условно назвали маргинальным. Его основная черта – противоречивость. И здесь был велик уровень агрессивности, но она имела направленный характер и уживалась с высоким уровнем апологетичности. При этом один и тот же социальный субъект с равным успехом оказывался объектом как агрессии, так и апологетики, в зависимости от ситуации. Именно для этого типа сознания была присуща агрессивность (резкая критичность) по отношению к бюрократам-управленцам и апелляция к ним же (апологетика власти) как единственной и высшей инстанции.

¹³ Письма как «за», так и «против» в большинстве своем были крайне категоричны, а общий эмоциональный тонус их предельно высок.

¹⁴ Довольно типичными в письмах были такие строки: «Мы обсуждали вашу передачу на работе в отделе, и из 100 человек ни один...».

- 3 Выделялся и аналитически-тоталитаристский тип сознания: его специфика – в апелляции к безымянным демиургическим силам, в склонности к построению идеальных жестких схем общественного устройства. Внешне это сознание может казаться очень логичным и рациональным.
- 4 Отметим также две разновидности гуманитарного типа сознания. Первый условно назовем растерянным: это сознание, ориентированное на гуманистические ценности, но не видящее спасения от наступающего бюрократизма и технократизма.
- 5 Вторую разновидность можно назвать гармонично-аналитической. Носителям этого типа сознания свойственна апелляция к законности как к основе демократии.
- 6 Крайне редко встречался такой тип сознания, который можно было бы назвать конструктивным или созидательным. В числе действующих лиц передачи (как социального явления) носители этого типа сознания встречались преимущественно среди экспертов.

Конечно, это не полная и не строгая типология, а лишь эмпирическое нащупывание общих подходов к ее разработке. Здесь очень важен вопрос о социальной и культурной базе каждого обозначенного выше типа сознания.

Существует заблуждение, что общественное мнение только тогда общественное, когда в нем учтены все без исключения слои населения. На самом деле в любом обществе всегда имеются слои, практически не включенные в активную гражданскую жизнь, и такие слои, которые, сознательно или бессознательно, занимают позицию сторонних наблюдателей. Кроме того, это заблуждение опирается на представление о беспредметности общественного мнения или на представление о том, что любой вопрос затрагивает абсолютно все слои. Хотя в действительности каждый конкретный вопрос актуален для конкретных групп населения, ибо затрагивает их интересы непосредственно, тогда как интересы других групп лежат в иных областях и сферах жизни.

Выше уже отмечалось, что с точки зрения социологии телевизионный цикл «Общественное мнение» может быть квалифицирован как социальный проект. Такой взгляд с неизбежностью приводит к постановке вопроса об эффективности реализации такого проекта, или, другими словами, о действенности передачи. Этот вопрос весьма заботил и создателей передачи, и участников, в первую очередь телезрителей (людей с улицы). Понятно, что каждому участнику хотелось увидеть свое предложение реализованным, свое мнение услышанным.

Специфичность этого социального явления (проекта) состояла в том, что его сердцевина существовала в форме телевизионной передачи, а эффективность воздействия телевидения на людей практически не бывает моментной и сиюминутной: специфика ее – в отсроченности. Эффективность телевизионного воздействия (как и любого пропагандистского воздействия) не только отложенная, она имеет к тому же кумулятивный характер: она образуется как сумма отложенных, накапливающихся впечатлений, собственных индивидуальных раздумий и практических наблюдений. Конкретные передачи лишь стимулируют и ориентируют эти размышления, способствуют (наряду с другими явлениями жизни) формированию гражданской позиции.

Заключение. Цикл передач «Общественное мнение» – социальный проект, созданный для активизации населения и отработки демократического инструмента, в фокусе которого

было личное мнение отдельно взятого человека. Практикум публичного общения – если угодно, практикум по демократии – строился на принципе гласности. Именно следуя этому принципу, создатели программы были озабочены организацией множества каналов обратной связи (анкетный опрос, многоканальный телефон и телеграфный терминал в студии, ПТС) и, наконец, передачи-спутника, где профессиональными социологами комментировалось и интерпретировалось содержание этой обратной связи. Расширению аудитории способствовали и 50-минутные дайджесты («выжимки») из 3-часовой программы, которые транслировались на всю Россию по первому каналу телевидения.

Этот проект показал, что общественное мнение не может быть монолитным, хотя бы потому, что все люди разные, они живут в различных условиях, и потому видят этот мир и его проблемы по-разному. Он показал, что общественное мнение невозможно адекватно описать с помощью закрытых социологических шкал.

Основная функция передачи «Общественное мнение» – пробуждение сознания сограждан. Если бы передаче удалось выжить и остаться постоянной трибуной для общественного диалога, не сдавая достигнутых принципиальных позиций и не снижая уровень актуальности, постепенно диалог мог бы стать более конструктивным и уважительным по отношению к разным мнениям и позициям.

Сегодня общественное мнение живет не в опросах ФОМ, ВЦИОМ и Левада-центра¹⁵: его, скорее, можно обнаружить в блогах, живых журналах и социальных сетях. Однако почти за 30 лет общество, похоже, не продвинулось в осознании своих проблем ни на шаг. Общественное мнение сегодня так же агрессивно и противоречиво, как тогда. Но есть и существенные различия: в конце 1980-х и в студии, и у ПТС участники передачи не позволяли себе использовать несанкционированную лексику. В телеграммах подчас высказывались резкие критические реплики в адрес ведущих или отдельных экспертов¹⁶. Но никаких оскорбительных слов что-то не припоминается. Похоже, что культура общения в то время была выше.

В сегодняшних блогах, социальных сетях оппоненты с места в карьер переходят на личности, причем в резко оскорбительной форме¹⁷. Это не просто агрессивная манера ведения дискуссии, это глубокое пренебрежение, даже презрение к оппоненту. Здесь проявляются дефекты образования и воспитания, общее снижение, деградация культуры. Думается, что социологический анализ состояния и содержания общественного мнения стоит начинать именно отсюда. Здесь исследователя-аналитика ожидают свои методологические и методические проблемы, обсуждение которых – тема специального разговора.

Литература

- 1 Божков О.Б. Телевизионная передача Ленинградской студии телевидения «Общественное мнение» как социальное явление // Социология и проблемы

¹⁵ Не будем обсуждать многочисленные методологические и методические проблемы, которые стоят (и как-то решаются) перед этими фабриками опросов, тем более что эти проблемы активно обсуждаются профессиональным сообществом. См. например, дискуссии на сайтах Когита.ру, Полит.ру и др.; в частности стоит обратить внимание на статьи Д. Рогозина.

¹⁶ По партийной привычке, некоторые зрители требовали убрать из студии или не давать больше слова тому или иному эксперту.

¹⁷ Впервые я обратил на это внимание, регулярно просматривая электронные выпуски журнала «Социальная реальность», который в начале 2000-х гг. издавал ФОМ. Именно в электронных выпусках читатель имел возможность оперативно откликнуться на любую публикацию в формате форума или комментария. Сегодня элементарное хамство процветает в таких сообществах, как Махрапк (Я родился в СССР), Facebook, Стихи.ру и на других порталах и в социальных сетях.

- перестройки: Сб. мат. социолог. чтений. Л.: ИСЭП АН СССР, 1988. Ч. II. С. 20–30.
- 2 Голофаст В.Б. Социально-культурные аспекты перестройки // Социология и проблемы перестройки: Сб. мат. социолог. чтений. Л.: ИСЭП АН СССР, 1988. Ч. I. С. 31–40.
 - 3 Ленинградская правда. 17 июля 1987.
 - 4 Советская культура. 4 августа 1987.
 - 5 Социология и проблемы перестройки: Сб. мат. социолог. чтений. Л.: ИСЭП АН СССР, 1988. Ч. I–II.