

АКАДЕМИЯ НАУК СССР  
ИНСТИТУТ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

КНЯЗЕВА  
Лариса Валентиновна

ОТНОШЕНИЕ ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ К СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ  
УСТНОЙ ПРОПАГАНДЫ КАК ИСТОЧНИКУ ИНФОРМАЦИИ

(Теоретические проблемы и опыт эмпирического  
изучения)

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата философских наук

по специальности прикладная социология  
(№ 09.00.09)

(на правах рукописи)

Москва - 1975

Диссертация выполнена в Институте социологических исследований Академии наук СССР.

Научный руководитель – доктор философских наук,  
профессор Б.А. ГРУШИН

Официальные оппоненты:

доктор философских наук, профессор Г.К. АМИН,  
кандидат философских наук Д.П. КОВАЛЕНКО

Ведущая оппонирующая организация:

Академия общественных наук при ЦК КПСС, кафедра теории и методов идеологической работы.

Автореферат разослан:

Защита диссертации состоится  
на заседании Ученого совета Института социологических исследований АН СССР по адресу: Москва, Новочеремушкинская, 46.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института социологических исследований Академии наук СССР.

Ученый секретарь Совета

Известно, какую важную роль играют средства массовой устной пропаганды в социалистическом обществе, особенно в связи с возрастанием значения фактора сознания в строительстве коммунизма. Распространяя целостную научную идеологию, они осуществляют задачу "формирования у широчайших масс трудящихся коммунистического мировоззрения", "воспитания в советских людях нового, коммунистического отношения к труду"<sup>1)</sup>.

В ряде постановлений ЦК КПСС рассматривалась работа средств массовой устной пропаганды, указывалась необходимость дальнейшего улучшения их деятельности<sup>2)</sup>. При этом в качестве условий решения данной задачи назывались позитивное отношение трудящихся к информации, распространяемой средствами массовой устной пропаганды, соответствие этой информации потребностям и интересам масс, доверие населения к передаваемым сообщениям и т.п.

Чтобы обеспечить все эти условия, необходимо изучать объект пропагандистского воздействия, знать особенности отношения трудящихся к массовой устной пропаганде.

Огромное значение данной стороне дела, особенно изучению запросов и настроений масс придавал В.И. Ленин. "К массам, - писал он, - надо научиться подходить особенно терпеливо и осторожно... конять особенности, своеобразные черты психологии каждого слоя, профессии"<sup>3)</sup>. Самое пристальное внимание уделится этому партией и в настоящее время. Так, в постановлении "О работе по подбору и воспитанию идеологических кадров в партийной организации Белоруссии" ЦК КПСС особо подчеркнул необходимость в идеологической работе с масса-

---

1) "Материалы XIII съезда КПСС". М., Политиздат, 1971, стр. 83.

2) "Вопросы идеологической работы КПСС". Сборник важнейших решений КПСС. М., Политиздат, 1972, стр. 288-388.

3) В.И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 41, стр. 192.

ма изучать запросы, интересы советских людей, особенности восприятия информации средств пропаганды разными группами населения<sup>1)</sup>.

Изучение отношения населения к средствам массовой устной пропаганды представляет руководящим партийным работникам всех уровней, лекторам, политинформаторам, пропагандистам и т.д. ценную информацию о мнениях, суждениях, оценках трудящихся, помогает принимать решения в сфере идеологической деятельности.

Заметная активизация социологических исследований в области идеологической работы с массами способствовала привлечению внимания ученых к разработке теоретических и методических вопросов партийной пропаганды, социальным проблемам идеологического воздействия. Значительный вклад в разработку этих проблем внесли труды Г.Б.Галлермана, Б.А.Грушина, П.В.Позднякова, П.К.Курочкина, В.Г.Байковой, И.Т.Левыкина, Г.Т.Журавлева, Н.С.Мансурова, Ю.А.Шерковина и др. Уделяя значительное внимание задачам теоретического и практического изучения пропаганды, исследователи затрагивали и вопросы отношения аудиторий к идеологическому воздействию.

Однако работ, посвященных детальному исследованию отношения трудящихся к средствам массовой устной пропаганды как источнику информации еще нет, хотя актуальность такого изучения очевидна. При этом особенно необходимым представляется соединение эмпирического анализа отношения с теорией средств массовой устной пропаганды.

Данная диссертационная работа ставит целью, по возможности, последовательное, систематическое исследование проблем отношения населения к средствам массовой устной пропаганды как источнику информации.

В работе рассматривается широкий круг вопросов - от описания основных элементов системы средств массовой устной про-

---

1) "Правда", 31 августа 1974 года.

паганды, ее специфических особенностей как источника информации до конкретного анализа отношения городского населения к системе средств массовой устной пропаганды, основанного на эмпирических данных, представляющих собой количественные результаты социологического исследования.

В диссертации содержится анализ ряда работ, выполненных за последнее время в области средств массовой устной пропаганды.

В основной своей части представленная работа базируется на материалах конкретного социологического исследования, проведенного в рамках проекта "Общественное мнение" ("Функционирование общественного мнения в условиях города и деятельность государственных и общественных институтов"), осуществленного в Институте социологических исследований АН СССР под руководством доктора философских наук профессора Б.А. Грушина. Кроме того, в диссертации используются результаты исследования идеологической деятельности партийной организации Волжского автомобилестроительного завода в г.Тольятти Куйбышевской области, проведенного автором.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Во Введении обосновывается актуальность разработки проблемы отношения населения к системе средств массовой устной пропаганды.

В главе I - "СИСТЕМА СРЕДСТВ МАССОВОЙ УСТНОЙ ПРОПАГАНДЫ (СМУП)<sup>1)</sup> КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ" - рассматриваются методологические аспекты анализа деятельности системы СМУП, специфические особенности системы как источника информации, определяется предмет исследования - отношение населения к системе СМУП, уточняется концептуальный аппарат исследования, описывается объект исследования - население среднего промышлен-

---

<sup>1)</sup> В дальнейшем средства массовой устной пропаганды будут именоваться СМУП.

ного города (Таганрог), обосновывается применяемая методика и техника сбора информации.

В первом параграфе данной главы "Некоторые характеристики системы СМУП как источника информации" анализируется структура системы СМУП, представляющая собой совокупность разных по специфике элементов, внутренняя связь и взаимозависимость которых обусловлена единой социальной ролью.

В нашем исследовании на уровне функционирования системы выделяются следующие элементы: субъект пропаганды, информация, средства, объект пропаганды (аудитория, субъект отношения) и отношение (обратная связь).

Субъектом пропаганды в исследовании выступает институт пропаганды в целом, а также отдельные партийные органы и пропагандисты, организующие целенаправленный информационный поток в адрес населения. В диссертации подчеркивается, что, направляя информацию объекту пропаганды, пропагандист<sup>I)</sup> выполняет в качестве источника информации специфические функции, заключающиеся в усилении, ослаблении, разъяснении, добавлении тех или иных элементов информации (сознания), в истолковании фактов и событий и т.д.

Информация СМУП представляет собой продукт деятельности субъекта пропаганды, то есть те сообщения (оперативные, фундаментальные, нормативно-ценностные и т.п.), которые пропагандист направляет аудитории.

В качестве средств массовой устной пропаганды, обеспечивающих передачу информации от субъекта пропаганды к объекту, в исследовании рассматриваются лекции общества "Знание", политинформации, система партийного образования.

Под аудиторией понимается та часть населения города, которая имеет фактические контакты с тем или иным средством или

---

I) Термин "пропагандист" употребляется широко, включая кроме собственно пропагандистов сети партийного образования, также лекторов, политинформаторов и т.п.

системой СМУП в целом и воспринимает информацию, направляемую субъектом пропаганды, т.е. выступает в качестве объекта пропаганды.

В диссертации рассматриваются специфические особенности системы СМУП, обуславливающие производство информации, в наибольшей степени отвечающей потребностям и интересам населения.

Указывается, что лекции, политинформации, занятия в системе партийного образования имеют возможность сообщать населению новые сведения, не передаваемые газетами, радио, телевидением, следовательно, несут аудитории дополнительную информацию, образующуюся за счет привлечения неизвестных людям фактов, а также сопоставления этих фактов с уже известными.

Непосредственное общение пропагандиста с аудиторией создает возможность полного, обстоятельного информирования, разъяснения неясных, но интересующих аудиторию вопросов, передачи сообщения сведений, знаний в широком плане. СМУП имеет возможность оперативно информировать население о важнейших событиях жизни страны, области, города, предприятия, сообщая актуальные сведения.

В диссертации рассматривается ряд функций системы СМУП, путем реализации которых выполняется социальная роль системы в обществе; - в первую очередь функции информирования, воспитания, организации и управления.

Во втором параграфе первой главы "Отношение населения к системе СМУП как предмет социологического исследования" анализируется понятие "отношение", дается описание структуры отношения, определяются границы предмета исследования.

Анализ начинается с раскрытия самого понятия, описанного в советской социологической литературе первоначально В.В. Водзинской<sup>1)</sup> и существенно дополненного Л.П.Будевой<sup>2)</sup>.

1) В.В.Водзинская. Понятие установки, отношения, ценностной ориентации в социологическом исследовании. "Философские науки", 1968, № 2.

2) Л.П.Будева. Социальная среда и сознание личности. М., Изд-во МГУ, 1968.

Эмпирическая интерпретация категории отношения потребовала определенных уточнений и ограничений предмета, которые сводились к следующему:

1) в пропагандистском процессе ~~ИП-П-А~~ подробно анализировалась лишь обратная связь (отношение)  $(ИП + П) \rightarrow (А + неА)$ , где ИП - институт пропаганды, П - пропагандист, А - аудитория, неА - не-аудитория;

2) исходя из понимания отношения как всего круга связей (системы отношений) населения со СМУП, использование СМУП отдельными группами населения (даже без осознания мотивов подобного поведения) рассматривалось как один из видов отношения;

3) рассматривалось отношение населения лишь к трем основным, функционирующим в городе средствам: лекциям, политинформациям, занятиям в системе партийного образования;

4) анализ отношения населения к СМУП проводился в общем и целом, "совокупно", при полном отвлечении от конкретных ситуаций;

5) в отношении населения к СМУП различались две стороны - объективная и субъективная, совпадающие соответственно с реальными связями аудиторий с тем или иным средством или системой средств в целом (прежде всего различные виды использования СМУП в качестве источника информации), а также с отражением этих связей в сознании людей.

В результате в качестве элементов отношения в исследовании рассматривались: 1) контакты населения (факт, частота) с тем или иным средством как источником информации; 2) систематичность, активность потребления информации того или иного СМУП или системы СМУП в целом; 3) интерес к информации СМУП; 4) мотивы обращения к СМУП как источнику информации; 5) представления о СМУП как источнике информации; 6) использование информации СМУП в общественной деятельности, в межличностном общении.

Выделение этих структурных элементов позволило проана-

лизировать отношение населения к СМУП на разных уровнях, а именно: на уровне актуального поведения (фактическое пользование СМУП, прием информации); на уровне мнений об отдельных характеристиках СМУП (оценки информации СМУП); наконец, на уровне операционального поведения (фактическое использование принятой информации, то или иное сферирование ею).

В целом исследование предусматривало решить следующие задачи:

1. Зафиксировать картину отношения к СМУП как источнику информации населения города - частоту, систематичность, активность обращения к СМУП различных социально-демографических групп населения, с одной стороны, и социально-демографический состав групп, отличающихся различной частотой, систематичностью пользования (непользования) СМУП как источником информации, - с другой.

2. Выяснить, в какой мере на отношение к СМУП как источнику информации влияют те или иные характеристики объекта пропаганды (субъекта отношения).

3. Определить типы отношения населения города к СМУП как источнику информации на основе анализа различных уровней отношения - поведенческого, вербального и операционального.

4. Зафиксировать некоторые актуальные проблемы функционирования СМУП в качестве источника информации, разработать соответствующие практические рекомендации по решению этих проблем.

В третьем параграфе первой главы "Объект, методика и организация исследования" описывается объект исследования, а также даются основные характеристики использованных методов и техники.

В качестве объекта в исследовании выступало население крупного промышленного центра РСФСР - города Таганрога, насчитывающее свыше 250 тысяч человек. Анализ степени "типичности" Таганрога среди множества больших промышленных городов РСФСР (с числом жителей от 100 до 500 тысяч человек) обнару-

жил, что рассматриваемый город не выделяется из данного класса городов какими-либо существенными особенностями и может оцениваться в виде вполне "типичного" города Российской Федерации<sup>1)</sup>,

Сбор исходной социологической информации в исследовании осуществлялся с помощью интервью. Выбор данного метода как основного определялся характером исследования, требующим получения наиболее полной информации не только о поведенческом отношении к СМУП, но и о мнениях, интересах, мотивах, намерениях и планах использования СМУП в будущем.

Большое значение в исследовании имела величина и принципы построения выборки от общего состава исследуемого объекта. В качестве таковой в исследовании была применена вероятностная, или случайная выборка, основанная на списках избирателей города, объемом в 1020 человек.

Опрос проводился по месту жительства. По мере заполнения и сбора документов проводился предварительный 10%-ный контрольный анализ собранной информации. Полученные в результате исследования данные обладают достаточной репрезентативностью, что обеспечивает экстраполяцию выводов за пределы эмпирического материала, положенного в основу исследования.

Решению первой, второй и четвертой задач исследования посвящено содержание второй главы диссертации — "ЭЛЕМЕНТЫ (УРОВНИ) ОТНОШЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ К СИСТЕМЕ СМУП КАК ИСТОЧНИКУ ИНФОРМАЦИИ".

В первом параграфе данной главы "Поведенческое взаимодействие населения к системе СМУП как источнику информации" анализируются фактические контакты населения со средствами массовой устной пропаганды, "ключенность" населения в данную систему, использование ее в качестве источника информации.

---

<sup>1)</sup> Л.А.Гордон, Н.М.Ромашевская. Пятидневная рабочая неделя и свободное время трудящихся. М., "Мысль", 1972, стр. 8.

Исследованием зафиксирована следующая картина реальных контактов населения со средствами массовой устной пропаганды: 77 процентов населения потребляют с той или иной частотой информацию лекций; 62 процента - информацию, передаваемую по каналу политической информации; 23 процента - информацию системы партийного образования. При этом 18 процентов населения включено в систему СМУП с помощью всех трех анализируемых средств, 27 процентов - с помощью двух средств и 32 процента - с помощью одного средства (23 процента населения города не имеют контактов со СМУП, представляя абсолютную не-аудиторию данной системы информации). Более конкретный анализ частоты контактов населения с тем или иным средством позволил определить активность потребления информации СМУП и тем самым выявить существенные характеристики аудитории различных средств.

Как показывают результаты исследования, аудитория СМУП является одновременно и аудиторией средств массовой информации - газет, радио, телевидения (СМИ), то есть включена в более широкое коммуникационное поле, в котором система СМУП является лишь одним из компонентов. В среднем 10 процентов населения города практически регулярно потребляет информацию всех трех каналов СМУП и трех каналов СМИ. 67 процентов населения обращается за информацией к одному - двум каналам СМУП и одному-двум каналам СМИ; 22,5 процента является аудиторией одного-трех каналов СМИ и совсем не потребляет информацию СМУП; наконец, порядка 0,5 процента городского населения являются абсолютной не-аудиторией функционирующих в обществе средств массовой информации и пропаганды, то есть не потребляет информацию ни одного из анализируемых каналов систем СМУП и СМИ.

В диссертации оцениваются различные факторы, влияющие на поведенческое отношение людей к СМУП, в частности устанавливается, что факторами, наиболее резко дифференцирующими потребление информации СМУП, являются, с одной стороны, социальное положение, образование, возраст, партийность людей, а с

другой - характер их интересов, степень участия в общественно-политической жизни, социальная активность.

Во втором параграфе второй главы "Оценки населением информации, распространяемой системой СМУП (отношение населения к СМУП на уровне мнений)" анализируются мнения населения относительно новых сведений, содержащихся в информации СМУП, обстоятельности, объективности, точности и полноты этой информации, а также актуальности сообщений СМУП в сравнении с информацией газет, радио, телевидения.

Анализ показывает, что население оценивает информационные возможности СМУП в целом как средние. Мнения (оценки) слушателей, активно использующих все три средства устной пропаганды в качестве источника информации, а также газеты, радио, телевидение, были сопоставлены с мнениями групп населения, не имеющих реальных контактов со СМУП ("не-аудитория"), а также с мнениями других групп населения и самих пропагандистов. В результате было установлено, что наиболее информативным источником все группы населения считают лекции (три четверти опрошенных положительно оценили возможности лекций в сообщении новых сведений, неизвестных из газет, радио, телевидения). Оценки новизны информации ниже в случае деятельности системы партийного образования, а также политической информации. Что же касается мнений населения об обстоятельности, полноте, точности информации, распространяемой СМУП, то они более критичны. Так, 75 процентов опрошенных (в среднем) считает, что СМУП уступают в этом отношении средствам массовой информации.

Исследование зафиксировало тесную связь тех или иных оценочных суждений с уровнем образования, возрастом, партийностью, активностью людей в общественной работе. Было установлено, в частности, что мнения-оценки инже-мерно-технических работников в большей степени совпадают с оценками высококвалифицированных рабочих, чем с оценками интеллигенции, занятой не на производстве, а мнения-оценки рабочих о начальном образовании - в большей степени с оценками служащих аппара-

та и пенсионеров, чем с суждениями рабочих со средним образованием. Иными словами, колебания оценок "внутри" социальных групп в ряде случаев оказались более существенными, нежели межгрупповые различия.

Исследование установило также наличие существенных различий между представлениями населения об информации СМУП, с одной стороны, и реальной информацией, направляемой населению по каналам устной пропаганды, — с другой. Именно эти "ножницы" во многом обуславливают оценки качественных характеристик информации лекций, политинформаций, занятий в системе партийного образования, зафиксированные в исследовании.

Особое место в анализе занимает рассмотрение разного рода трудностей в функционировании СМУП, влияющих на качество информации (прежде всего на уровне оценок пропагандистов).

К первой группе относятся трудности, связанные с некоторой неопределенностью задач, которые ставятся перед пропагандистами органами пропаганды. Это приводит к тому, что пропагандисты не всегда четко определяют свою роль в функционировании СМУП, не всегда соотносят свои установки с ожиданиями слушателей и т.д.

Вторая группа трудностей заключается в отсутствии "дистанция" между пропагандистом и слушателями, в первую очередь, в смысле объема знаний, поскольку в ряде случаев пропагандист не располагает дополнительными источниками информации. На это указали, в частности, 62 процента пропагандистов системы партийного образования, 63 процента политинформаторов, 30 процентов лекторов.

К третьей группе относятся трудности, связанные с характеристиками самих слушателей, например с нежеланием части населения потребить информацию фундаментального характера, о несовпадении ожиданий некоторых групп населения и специфических особенностей информации, распространяемой СМУП и т.д.

В третьем параграфе второй главы "Коммуникативная активность аудиторий СМУП (использование аудиториями информация системы СМУП)" рассматривается операциональный уровень отношения населения к СМУП, являющийся одним из показателей эффективности деятельности данных средств и проявляющийся в стремлении слушателей, под влиянием принятой информации, распространить полученное сообщение в первичной группе, обсудить его с членами семьи, товарищами по работе и т.п.

Активность такого рода распространения информации СМУП зависит в первую очередь от внешних - по отношению к личности - факторов: непосредственно самого источника информации, а также характеристик получаемых людьми сообщений. В частности, активность аудитории в межличностном общении возрастает, если информация поступает из источников, пользующихся

большим авторитетом. Аудитория лекций, к примеру, проявляет в весьма большое стремление к общению (75 процентов слушателей лекций стремятся обсудить полученные сведения "очень часто, довольно часто" с членами семьи, друзьями, товарищами по работе). Аудитория политической информации менее активна (отмечается стремление характеризует лишь 58 процентов слушателей политической информации) и так далее.

Вместе с тем достаточно значимыми сказываются и некоторые характеристики аудиторий. Так, наиболее часто выражают желание побеседовать с членами семьи, товарищами по работе, друзьями по поводу полученной информации жители города с высшим и средним специальным образованием (82-86 процентов), инженерно-технические работники и интеллигенция, занятая не на производстве (80-85 процентов), а также операторы, бригадиры (75 процентов); чаще других такое желание отличает коммунистов и комсомольцев (85 и 74 процента соответственно) и т.д.

Важно отметить, что активное стремление обсудить полученную информацию со своим ближайшим окружением возникает также у тех слушателей, которые сами выступают с лекциями

беседами, политаинформациями и для этого потребляют информацию СМУП. Неформальные контакты играют здесь роль фильтров, помогающих индивиду в селективном отборе информации для формального ее распространения.

В третьей главе диссертации "Отношение населения к СМУП как источнику информации в целом. Опыт типологии" - решается третья задача исследования.

В первом параграфе главы "Типологические характеристики аудиторий и не-аудиторий системы СМУП" определяются показатели типов отношения в их сопоставлении с социально-демографическими и другими характеристиками.

Эффективное функционирование каждого средства массовой устной пропаганды и системы средств в целом, деятельность по производству идеологически значимой информации нуждаются в выявлении и учете реально существующих различий в отношении населения, слушателей к идеологическому воздействию, к информации СМУП. Человек, "включенный" в систему средств массовой устной пропаганды, выступает конкретным носителем определенного отношения, социальным типом, сочетающим в себе общее и особенное, объективное и субъективное. Все это делает проблему изучения типов чрезвычайно сложной для исследователей<sup>1</sup>.

В данной работе сделана попытка определения типов отношения на основе "объектных" характеристик, выявленных на разных уровнях отношения к СМУП.

Во втором параграфе третьей главы "Первый тип отношения" определяется группа населения, наиболее интенсивно исполь-

---

<sup>1</sup> См.: Л.А.Гордог, Э.В.Клонов. Человек после работы. М., 1972; В.В.Водзинская, д.Шалин и др. Методика для определения уровня избирательности в досуге. "Информационный бюллетень ССА и ИКСИ АН СССР". М., 1969, № 19; Распознавание образов в социальных исследованиях (отв.редакторы: Н.Г.Загоруйко, Т.И.Заславская), Новосибирск, 1968 и т.д.

зующая СМУП в качестве источника информации.

Этому типу присуща "включенность" во все три рассматриваемые средства массовой устной пропаганды, высокая степень интенсивности использования всех этих средств, а также преимущественная ориентация на социально-значимую информацию (международная жизнь, наука и техника, деятельность государственных и партийных органов, экономические проблемы, пропаганда марксизма-ленинизма и т.д.).

Представители данного типа также интенсивно потребляют сообщения газет, радио, телевидения: систематически считают более трех газет, практически ежедневно слушают информационные и общественно-политические передачи всесоюзного, областного или городского радио, смотрят передачи телевидения того же характера. Характерно стремление этих людей не только воспринять, но и передать, объяснить полученные знания другим.

Высоко оценивая момент новизны в информации СМУП, слушатели этого типа дают невысокие оценки объективности, полноты, точности информации различных СМУП.

Для этого типа характерна активная общественная деятельность, реализующая накопленные политические знания: постоянные или временные поручения, выступления с лекциями, беседами и т.д. Основная часть группы - коммунисты и комсомольцы.

В социальном отношении это прежде всего рабочие инженерно-технические работники, интеллигенция занятая не на производстве. Около 75% состава этого типа имеют высшее, незаконченное высшее и среднее образование.

Достижение такого положения, при котором для подавляющего большинства населения города был бы характерен подобный тип отношения к СМУП, следует рассматривать как одну из практических целей управления процессом пропаганды.

В третьем параграфе "Второй тип отношения" определяются и описываются аудитории, ориентированные также на достаточно активное потребление информации СМУП. По формальному признаку слушатели этого типа активно "включены" в систему СМУП

через два средства информации. Однако одно из этих средств используется ими в качестве источника информации, скорее, несистематично. Для типа характерен устойчивый интерес к таким социально значимым темам, как международная жизнь, наука и техника, проблемы молодежи, при незначительном интересе к экономическим проблемам, деятельности государственных и партийных органов и т.д. Ниже, чем у первого типа, и активность в потреблении информации газет, радио, телевидения.

Среди мотивов обращения к СМУП преобладают познавательные интересы. Оценки информации дифференцированы. В общественной деятельности менее активны, чем слушатели первого типа: только каждый второй имеет постоянное или временное поручение партийных или других общественных организаций, каждый четвертый выступает с лекциями, беседами и т.д. Видимо, сказывается недостаточная информированность, неосведомленность по ряду вопросов. На стремление в будущем использовать лекции с политической информацией указали две трети слушателей этого типа; около половины из них намереваются учиться в сети партийного образования.

По социально-демографическим признакам данный тип можно назвать рабоче-молодежным, так как большинство здесь составляют рабочие в возрасте до 29 лет, со средним или незавершенным средним образованием, в основном комсомольцы и члены КПСС.

В четвертом параграфе "Третий тип отношения" определяется и описывается тип пассивного потребления информации СМУП. Будучи "включенным" в одно или несколько средств массовой устной пропаганды, этот тип слушателей потребляет информацию крайне несистематично, от случая к случаю, и относится к так называемой "формальной" аудитории.

Направленность информационных интересов у этой части населения города неравнозначна; наряду с интересом к политическим, научным, культурным проблемам особенно остро выражен интерес к темам морали. Интенсивность использования информации СМИ слабеет, чем у первых двух типов. Практическое

участие в общественно-политической деятельности выражается в чрезвычайно низких показателях. В прогнозах на будущее только шесть человек из десяти высказали желание обращаться к лекциям, каждый второй - к политинформациям и только каждый седьмой - к занятиям в системе партийного образования.

Социально-демографический портрет типа многопланов: наиболее представительны рабочие, служащие сферы обслуживания, домохозяйки; в основном беспартийные; люди с низким (до 6 классов) образованием, хотя некоторая часть имеет среднее образование. Больше половины состава - женщины.

Пятый параграф "Четвертый тип отношения" описывает группы населения, фактически не потребляющие информацию СМУП, определяет границы не-аудитории СМУП.

Диапазон информационных интересов этой части населения чрезвычайно сужен: характерно отсутствие потребности в социально-политической информации, ярко выражен интерес к темам морали, налицо слабая ориентация на СМИ.

Мотивы "неключенности" в СМУП делится на четыре группы. К первой относится преклонный возраст, плохое состояние здоровья, низкая грамотность. Вторая группа мотивов связана с недостатком времени, занятостью людей. Третья группа отражает осознанное нежелание пользоваться СМУП как источником информации. Наконец, к четвертой группе относятся люди с низкой потребностью в информации вообще.

В будущем только треть состава не-аудитории, намеревается использовать в качестве источника информации лекции, одна четвертая - политинформации лишь десятая часть - занятия в системе партийного образования.

В социальном отношении наибольшее представительство в данном типе имеют пенсионеры, домашние хозяйки, служащие сферы обслуживания. Однако немалую часть составляют и рабочие. Преимущественно это люди пожилого возраста, беспартийные, чаще всего с начальным образованием (хотя каждый третий имеет образование 7-9 классов), главным образом женщины (семь чело-

век из десяти).

В заключении даны общие выводы, и некоторые практические рекомендации, к которым приходит автор в процессе исследования, вытекающие из анализа.

К числу первых следует отнести следующие:

1. Отношение населения к системе СМУП, идеологическому воздействию, осуществляемому ею, определяется не только социально-демографическими признаками (род занятий, возраст, социальное положение и т.п.): но и в не меньшей, а то и большей степени факторами, характеризующими сознание людей (образование, социальная активность, потребность в идеологической информации, уровень информированности и т.п.).

2. Активность потребления информации СМУП тесно связана с активностью потребления информации СМИ.

3. Активность потребления информации СМУП зависит от общей ориентации различных групп населения на фундаментальную и оперативную информацию, а также от ориентации на "дополнительную" (по сравнению с сообщениями СМИ) информацию.

4. Поведенческое отношение населения к СМУП (частота контактов со СМУП, интенсивность использования СМУП в качестве источника информации) не влияет прямо на отношение к СМУП на уровне мнений.

5. Отношение населения к СМУП на уровне мнений во многом определяется наличием и степенью расхождения ("ножниц") между ожидаемой аудиторией информации, с одной стороны, и информацией, фактически распространяемой СМУП - с другой.

6. Отношение населения к СМУП на уровне операционального поведения (использование информации СМУП в общественной деятельности, межличностных контактах), зависит как от характеристик СМУП, так и от характеристик субъекта отношения.

Из числа практических рекомендаций в заключении формулируются в первую очередь следующие:

во-первых, о необходимости более четкой ориентации про-

пагандистов в отношении специфических функций различных средств массовой устной пропаганды;

во-вторых, о необходимости расширения информации, передаваемой институтом пропаганды пропагандистам, особенно той, которая дополняет сведения, распространяемые СММ, а также затрагивает наиболее актуальные для данного города, района, предприятия проблемы и факты;

в-третьих, о необходимости разработки системы мер, обеспечивающих стимулирование интереса у населения к фундаментальной информации, целенаправленное воспитание потребности в различных видах информации. СМУП - фундаментальной, оперативной и нормативно-целностной.

Основное содержание диссертации отражено в следующих работах:

1. Оценки населением средств массовой устной пропаганды как показатель эффективности идеологического воздействия. "Социологические исследования в идеологической работе". М., АОН при ЦК КПСС, ИСИ АН СССР, 1974, 0,8 п.л.

2. Отношение молодежи к средствам массовой пропаганды и формирование мировоззрения. "Научное и художественное образование и формирование мировоззрения учащихся". Кузбывшев, изд. Кузбывшевского государственного педагогического института, "Научные труды", т.129, 1974, 0,5 л.л.

3. Некоторые аспекты отношения молодежи к средствам массовой пропаганды. "Вопросы теории и практики комсомольской работы". М., "Молодая гвардия", 1973, 0,5 п.л. (в соавторстве).

4. Влияние информации средств массовой устной пропаганды на межличностное общение. "Социологические проблемы общественного мнения и средств массовой информации". ИСИ АН СССР, М., 1975 г., 0,5 п.л. (в печати).

5. Роль партийной организации и средств массовой устной пропаганды в формировании личности будущего специалиста высшей квалификации. Тезисы к теоретическому семинару. Роль

партийных в общественных организациях в формировании личности будущего специалиста высокой квалификации. Научный полет. ин-т. г.Каунас, 1975 г., 0,7 п.л. (в печати).

Подписано в печати 30.04,75 г.  
Зак.№ 74 Объем 1,2 п.л. Тир.150 экз.  

---

Ротапринт ИМЭМО АН СССР