

**Septimiu Chelcea, *Sociologia opiniei publice*, București,
Editura S.N.S.P.A., 2000**

Prep. univ. Luminița Miron
Universitatea Danubius din Galați
miron.luminita@univ-danubius.ro

Sociologia opiniei publice reprezintă un domeniu relativ nou în lucrările de specialitate. Prin prezenta lucrare, profesorului Septimiu Chelcea, coordonatorul colectiv volumelor, este unul dintre primii sociologi ce abordează acest subiect cu atât mai actual cu cât pe o lungă perioadă de timp cercetarea în domeniu a fost obstrucționată din rațiuni politice greu de înțeles.

Lucrarea analizează conceptul de opinie publică din mai multe puncte de vedere: psihologic, psihosociologic, sociologic, istoric, politic, dar și fenomene aflate în legătură directă cu opinia publică, precum: zvonurile, persuasiunea, memoria socială. De asemenea, sunt prezentate modele, concepte, puncte de vedere clasice și evidențiate cu situații desprinse din realitatea românească.

În ceea ce privește structura lucrării, fiecare dintre cele cinci capitole este urmat de o bibliografie sumară și de teste de autoevaluare. Partea a doua cuprinde eseuri și cercetări empirice realizate în colaborare cu Radu Lucian, Mihaela Vlăduț, Ovidiu Lungu și Cristian Ciupercă, prezentate ca studii de caz. În acest fel aspectele teoretice abordate în prima parte se completează cu aplicațiile practice din cea de-a doua, concepție cu atât mai benefică cu cât școala sociologică românească trebuie recreată.

Sunt abordate mai întâi definițiile conceptului de “opinie publică”, precum și un istoric sumar al fenomenului. Polemicile existente în jurul acestui fenomen, pun în evidență valoarea lucrării și importanța domeniului pentru cunoașterea realității sociale. În acest sens, sunt delimitate concepte precum “opinie publică”, “public”, “opinie individuală”, “opinie populară” și clasificate din punct de vedere conceptual.

Autorul face legătura între studiul opiniei publice și apariția și dezvoltarea sondajelor de opinie. În practică, utilizarea sondajelor de opinie la scară largă, ca principală modalitate de măsurare a opiniilor și gradului de intensitate a acestora, a însemnat pătrunderea conceptului de opinie publică în vocabularul curent. În acest context, termenul de opinie publică a fost pus în legătură cu procesul de guvernare (Hennesy, 1981) și utilizat în scopuri dintre cele mai variate, inclusive propagandistic.

În lucrarea sa, autorul realizează o “abordarea sociologică” a opiniei publice, opinia publică fiind definită astfel ca “fapt social”. Sunt analizate aspecte legate de măsurarea opiniei publice, tehnicile de măsurare, modalitățile de eșantionare, erorile de măsurare, aspectele legate de construirea chestionarelor, formularea întrebărilor, analiza și interpretarea datelor. Abordarea sociologică a opiniei publice constituie un aspect de mare actualitate pentru realitatea românească, mai ales cea politică, confruntată în ultima perioadă cu alegeri, încât abundența sondajelor de opinie, pe cât de elogiata tot atât de criticată a ajuns să fie un fenomen care a depășit cu mult sfera de interes a specialiștilor.

Sociologia opiniei publice constituie un fundament științific de mare calitate pentru ilustrarea metodologiei sondajelor de opinie din sfera politicului, analizând date ale sondajelor preelectorale realizate de institute românești de prestigiu. În plus, față de abordările clasice din domeniu, preponderent americane, autorul are meritul de a apropia sociologia opiniei publice de contextul politic românesc și de a face din aceasta o disciplină mai facilă publicului larg.

Într-un capitol distinct, autorul alătură studiul opiniei publice de studiul asupra atitudinilor și schimbărilor atitudinale, conexiune întâlnită și în abordările internaționale ale fenomenului. Susținând că opiniile au la bază o anumită structură atitudinală, că indivizii ce au atitudini diferite percep în mod diferit realități asemănătoare (Hennesy, 1981) și că atitudinile prezic un anumit tip de comportament, capitolul revine la o abordare psihosociologică a opiniei publice. Tocmai acest ultim element constituie caracterul de noutate al lucrării. În acest sens, tratarea unor fenomene ca persuasiunea și manipularea, constituie un aspect de real interes pentru publicul românesc, având în vedere investirea valorică și ambiguitatea cu care au fost înconjugate astfel de fenomene în ultimii ani.

În ultima parte a lucrării sunt prezentate studii de caz și articole publicate în reviste de specialitate, care au legătură directă cu fenomenul opiniei publice. Analiza fenomenului justiției sociale a pus în evidență faptul că studenții români sunt de

păreră, în aceeași măsură cu populația din Statele Unite ale Americii (1991), că cel mai corect mod de distribuire a bogăției este cel conform principiului echității. În plus, aderarea studenților români la justiția socială capitalistă, afirmă profesorul Septimiu Chelcea, s-a făcut în baza unei evaluări sociotrope. Nu schimbarea statutului socio-economic din perioada post-comunistă a determinat o astfel de adeziune, ci aspectele legate de influența procesului instructiv-educativ și influența mass-media asupra mentalităților.

Lucrarea, *Sociologia opiniei publice* reprezintă un punct de referință pentru orice studiu în acest domeniu, însă trebuie subliniat faptul că elemente deosebit de importante, precum, agenția de presă sau mass media nu au fost abordate din rațiuni de economie de spațiu, ceea ce nu înseamnă însă că acestea lipsesc din sfera de preocupare a colectivului coordonat de sociologul Septimiu Chelcea, magistru al atâtor generații academice.