

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	4
<i>Тема 1.</i> Общественное мнение	
как субъект и объект политических процессов .....	5
<i>Тема 2.</i> Современные концепции общественного мнения .....	19
<i>Тема 3.</i> Современные теории пропаганды .....	28
<i>Тема 4.</i> Манипуляция сознанием в политической пропаганде .....	42
<i>Тема 5.</i> Медиадискурс .....	63
<i>Тема 6.</i> Идеологическая, психологическая и информационная войны ....	94
Методические указания по написанию реферата .....	104
Примерные темы рефератов .....	107
Методические рекомендации по подготовке научных докладов .....	108
Базы данных, информационно-справочные и поисковые ресурсы .....	110

## **ПРЕДИСЛОВИЕ**

В учебно-методическом пособии дается представление о функционировании в современном обществе средств массовой информации (СМИ). Рассматриваются такие темы, как общественное мнение, манипулирование, пропаганда, медиадискурс, информационная война и др.

Учебно-методическое пособие включает шесть основных тем, методические указания по написанию реферата и подготовке научного доклада, список баз данных, информационно-справочных и поисковых ресурсов.

Каждый раздел содержит, помимо основного текста, план семинара, вопросы для обсуждения, тематику докладов, контрольные вопросы, а также список литературы для дополнительного изучения.

Предлагаемое учебно-методическое пособие адресовано студентам и магистрантам, изучающим дисциплины: «СМИ в политическом процессе», «Связи с общественностью», «Общественное мнение». Оно направлено на формирование у студентов следующих профессиональных компетенций: умение различать манипулятивную и неманипулятивную увещевательную коммуникации; способность интерпретировать и аргументировать применение приемов коммуникативного воздействия с использованием понятий лингвистики, психологии, социологии.

Информация, которая представлена в пособии, дополняет и расширяет знания, получаемые при изучении таких базовых политологических дисциплин, как «Теория политики», «Политическая философия», «Политическое консультирование» и «Политический менеджмент». Читателю, который желает более глубоко разобраться в этих проблемах, поможет работа со специальной литературой, представленной в списке рекомендуемой литературы.

Авторы выражают искреннюю благодарность всем тем, кто помогал в подготовке учебного пособия, надеются, что оно заинтересует студентов и преподавателей, и будут признательны за замечания и пожелания, связанные с совершенствованием его содержания.

# Тема 1

## **ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ**

В условиях медиатизации общественной жизни феномен общественного мнения находится в центре внимания практически всех общественных наук. Особенно это касается наук политических, так как в XXI в. общественное мнение стало активно влиять на протекание политических, социально-экономических и культурных процессов в современном мире, где происходят качественные изменения роли и места общественного мнения в политических процессах, его взаимодействия с властью в процессе осуществления политических решений.

Различные партии, группы, группировки борются за управление общественным мнением. Активная борьба за содержание и направленность общественного мнения вызвана тем, что оно является важнейшим регулятором сознания и поведения не только отдельных индивидов, но и общностей, оказывает влияние на реализацию решений органов законодательной и исполнительной власти. В связи с этим постоянно идет борьба за управление общественным мнением в интересах разных партий, отдельных политических деятелей. «Современные технические средства коммуникации, передавая неведомые ранее объемы информации миллионам людей, оказывают существенное воздействие на сферы их труда, быта, досуга, политической жизни, диктуют им образцы поведения, отражают и формируют общественное мнение»<sup>1</sup>.

В условиях, когда СМИ становятся ведущими каналами формирования и распространения общественного мнения, усиливается проблема понимания сущности данного явления политическими

---

<sup>1</sup> Грачев М. Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация. М., 1999. С. 41.

науками. Важно выделить те его характеристики, которые наиболее ярко проявляются в современных политических процессах, а также могут быть использованы субъектами власти в работе с общественным мнением. Чтобы эффективно управлять, субъектам власти важно понять основные закономерности общественного мнения.

При всем многообразии подходов к определению общественного мнения заслуживает особого внимания определение общественного мнения, представленное в работах Б. А. Грушина. Общественное мнение понимается им как особое состояние массового сознания, которое выражается как в оценках (вербальных и невербальных), так и характеризует отношение (скрытое или явное) социальных групп к актуальным проблемам действительности. Данное определение позволяет выйти на понимание объекта, субъекта, содержания общественного мнения.

### **Объект общественного мнения**

*Объектом общественного мнения являются индивиды, социальные группы, по поводу деятельности которых возникают разные по содержанию оценки, направленные на изменение их сознания и поведения.* В политической жизни общества объектом воздействия общественного мнения становятся политические институты: государство и его структуры, партии, политики, чья деятельность постоянно позитивно или негативно оценивается разными группами населения. Положительное мнение направлено на поддержку осуществляющей субъектами политической деятельности экономической, социальной политики, а негативное – на ее изменение.

### **Субъект общественного мнения**

Вопрос о субъекте общественного мнения остается до сих пор дискуссионным. Еще с Античности прослеживаются две различные традиции: первая восходит к Протагору, для которого основным субъектом общественного мнения выступает народ, большинство населения, которое участвует в управлении государством. Вторая представлена в трудах Платона, для которого субъектом «публичного мнения» является аристократия, господствующая элита. В XX в. Ю. Хабермас выделил публику в качестве особого субъекта

общественного мнения. «Публика – это не народ, не масса, не большинство населения, не “все”; она состоит из тех, кто может резонерствовать на собраниях, в кафе и пивных, в салонах и на страницах газет; она состоит из образованных слоев населения, владеющих собственностью. Они считают себя носителями истины, которая должна быть признана всеми»<sup>2</sup>.

Выделяется также такой субъект общественного мнения, как толпа, возникающая чаще всего из людей, которые не объединены какими-то организациями в группу, а под влиянием общих чувственно-эмоциональных побуждений, собравшись в определенном месте, начинают выражать свое мнение по поводу действий отдельных лиц, организаций.

С XIX в. в связи с развитием прессы появляется еще один субъект группового мнения – средства массовой информации. В работах Г. Тарда утверждается положение о том, что общественное мнение формируется исключительно при помощи прессы. Она сознательно, а часто бессознательно способствует созданию «силы количества и сокращению силы характера, если не разума»<sup>3</sup>. Пресса «уничтожила те условия, которые делали возможной абсолютную власть правителей»<sup>4</sup>. Таким образом, при помощи СМИ «общественность» получает возможность воздействовать на государство, его структуры. «Газеты начали с того, что выражали мнение, сперва чисто местное, мнение привилегированных групп, двора, парламента, столицы, воспроизводя их толки, их разговоры, их ссоры; они кончили тем, что почти по своему произволу стали направлять и изменять мнение, навязывая речам и разговорам большинство своих ежедневных сюжетов»<sup>5</sup>.

В связи с этим журналисты становятся значимым субъектами формирования общественного мнения. «Журнализм – это всасывающий и нагнетательный насос сведений, которые... распространя-

---

<sup>2</sup> Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996. С. 9.

<sup>3</sup> Тард Г. Общественное мнение и толпа : пер. с фр. / под ред. П. С. Когана. М., 2015. С. 68.

<sup>4</sup> Там же. С. 63.

<sup>5</sup> Там же. С. 67.

ются по всем пунктам земного шара, поскольку они интересны или кажутся интересными для журналиста, принимая в расчет ту цель, которую он преследует, и ту партию, голосом которой он является»<sup>6</sup>.

С. Московичи писал, что «средства коммуникации сделали бесполезными собрания людей, которые информировали бы друг друга, подражали бы друг другу. Эти средства проникают в каждый дом, находят там каждого человека, чтобы превратить его в члена некой массы, которой нигде не видно, потому что она повсюду»<sup>7</sup>.

П. Бурдье и П. Шампань отмечают, что в настоящее время, кроме журналистов, субъектами формирования общественного мнения становятся политтехнологи, социологи, политологи, блогеры и т. д.

В то же время ряд исследователей заявляют о том, что отсутствует какой-либо специальный субъект формирования общественного мнения. В коммуникативной теории Н. Лумана все в равной мере являются его субъектами. Важнее всего выделить «главную» тему коммуникации, вокруг которой формируется общественное мнение.

Рассмотрение разных подходов в понимании субъектов общественного мнения позволяет говорить о существовании различных субъектов общественного мнения.

Субъекты общественного мнения делятся, *во-первых*, на тех, кто создает определенное мнение по поводу тех или иных процессов, явлений, происходящих в конкретном месте, и затрагивают значимые для них потребности, интересы. При этом создатели мнения, которое в начале является их сугубо личным представлением, не всегда осознают возможные последствия его принятия значительной массой индивидов.

*Во-вторых*, тех, кто распространяет возникшее мнение среди представителей определенной социальной группы.

*В-третьих*, принимающих это мнение как основу для выработки установки на возможные в будущем действия. Они становятся его носителями, с разной степенью активности по его выражению своей позиции.

---

<sup>6</sup> Тард Г. Общественное мнение и толпа. С. 67.

<sup>7</sup> Московичи С. Век толп. М., 1998. С. 238.

## *1. Субъекты, создающие общественное мнение.*

Вопрос о субъекте общественного мнения крайне важен для современных политических процессов, так как существует необходимость выявления *конкретных субъектов* выработки его содержания, целей, для реализации которых оно формируется. Является ли оно направленным на реализацию узкоэгоистичных интересов отдельных групп или на улучшение жизни больших социальных групп, усиление самостоятельности страны при решении важных международных проблем?

Общественное мнение может вырабатываться как отдельными индивидами в процессе межличностного обсуждения тех или иных актуальных для общества, конкретной социальной группы вопросов, так и властными структурами, партиями, СМИ, авторитетными деятелями науки, искусства. Если власть постоянно не участвует в его создании, то велика вероятность того, что этим станут заниматься те, кто являются ее оппонентами. Они выступают как субъектами выработки негативного по отношению к действующей власти мнения, так и его распространителями. При этом запускаемая ими с помощью СМИ, Интернета искаженная информация дополняется разными слухами, призванными усилить отрицательное отношение к определенным действиям власти.

*2. Субъектами, распространяющими общественное мнение,* выступают СМИ, блогеры, маркетинговые и PR организации, другие структуры, исходя из интересов субъектов его создания.

Существуют различные каналы распространения информации, которые постепенно превращаются в то, что называется общественным мнением. Им становится такая позиция субъектов его создания, не обязательно представляющими действующую власть или ее противников, которая совпадает с интересами значительной массы людей. Субъект, открыто представляющий определенный взгляд на то или иное событие общественной жизни, получает поддержку тех, кто до сих пор ее прямо не высказывал. В результате возникает разделяемое группой людей представление о значимом для них событии, которое становится общественным мнением.

Самым простым и во все времена используемым способом формирования общественного мнения являются слухи. Субъектами их распространения выступают люди, которые желают показать свою информированность по вопросу, волнующему определенную часть общества. Они нередко занимаются этим добровольно, не задумываясь о том, что выполняют выгодную для создателя определенной социальной позиции задачу ее утверждения в сознании значительной части индивидов. Истинность слухов может быть разная, но причиной их появления является отсутствие со стороны органов власти востребованной конкретными социальными группами информации. Возникает свойственный каждому человеку страх того, что властью предлагается негативное, ухудшающее положение людей, поэтому она им вовремя об этом не сообщает. Следует заметить, что такая позиция имеет почву для существования, так как сведения о позитивных намерениях властных структур обычно широко распространяются через СМИ, о них сообщают на собраниях, митингах, пресс-конференциях и т. д. Распространители слухов, стремясь выработать по отношению к ним положительное отношение со стороны разных слоев общества, активно занимаются этой работой в настоящее время с помощью Интернета, социальных сетей. Слухи как форма распространения общественного мнения осуществляют своеобразный контроль за содержанием тех ценностных ориентаций и установок, которые существуют у различных социальных групп. Подтверждение слухов усиливает их использование в будущем для создания недоверия к деятельности федеральной, региональной, муниципальной власти, ее руководителям.

Следующим способом формирования определенного общественного мнения является выражение своей позиции авторитетными представителями действующей власти. Он используется тогда, когда требуется легитимизировать ее решения, получить поддержку значительной массы населения, в частности, в тех случаях, когда возникает угроза протестов со стороны больших социальных групп, требующих пересмотра проводимой властями политики. Представители власти своим авторитетом пытаются повысить уровень поддержки людьми позиции руководителя органа власти, партии по важному для населения вопросу.

Самым активным субъектом формирования общественного мнения как в XX в., так и в наше время являются СМИ. Печать, радио, телевидение, а с недавних пор Интернет обеспечивают быстрое доведение взглядов, идей тех, кто создает общественное мнение. Постоянная борьба между сторонниками действующей власти и ее оппонентами ведет к тому, что в СМИ нередко сталкиваются диаметрально противоположные позиции по тем или иным важным для людей вопросам экономической, социальной, культурной политики. Содержание общественного мнения становится крайне разнородным, так как в нем отражается все многообразие ценностей разных по материальному положению, политической ориентации групп. Часто оно перестает выражать позицию большинства. При столкновении с таким мнением личность оказывается в ситуации самостоятельного выбора его принятия или отрицания. В настоящее время общественное мнение постепенно начинает утрачивать жесткую регламентирующую роль, которую оно выполняло в прошлом.

С целью усиления своей роли в его формировании многие СМИ стали использовать такой способ привлечения к себе внимания читателя, зрителя, как подача сенсационной информации, нередко ложной. Распространение фейков (ложных сведений) стало настолько типичным явлением, что возникла проблема поиска того, что является правдой. Получить достоверные сведения о многих событиях, происходящих в стране, мире в наше время становится трудно. Это ведет, с одной стороны, к усилению недоверия как к действующей власти, так и к тем, кто является ее противниками. Возникает безразличие к политической жизни у значительной части населения. С другой стороны, естественная потребность людей в спокойной, мирной жизни ведет к упрощенному восприятию политических процессов. Утверждаются стереотипы, выражающие потребность в некой определенности в этом разнообразном и постоянно меняющемся мире. Они, становясь содержанием общественного мнения, освобождают людей от самостоятельного анализа тех событий, которые происходят в регионе, стране, мире. Индивиды отстраняются от политической жизни, занимаясь только тем, что обеспечивает им какую-либо стабильность.

*3. Субъектами, принимающими созданное определенными индивидами и группами мнение, превращающее его в общественное по масштабам, формам выражения, выступают представители больших и малых социальных групп, сторонники разных политических партий, движений.*

Их готовность принять то или иное мнение зависит от совокупности внешних и внутренних факторов.

К внешним факторам относят:

а) степень заинтересованности субъектов политического процесса в создании и распространении желаемого для них общественного мнения;

б) уровень информированности индивидов о происходящих в политической жизни изменениях, необходимости их поддержки или борьбы с ними с помощью общественного мнения;

в) активность каналов распространения общественного мнения (их масштабность, доступность, влиятельность и т. д.).

г) наличие ресурсов, используемых для распространения определенной позиции по тем или иным политическим процессам;

д) принадлежность человека к определенной партии, общественному движению, работа в конкретном органе власти.

К внутренним факторам можно отнести следующие факторы:

а) степень заинтересованности субъекта, принимающего распространяемое мнение, в сохранении или изменении политики, проводимой конкретными органами власти федерального, регионального, муниципального уровня;

б) наличие личной заинтересованности субъекта в решении проблемы, вокруг которой формируется общественное мнение;

в) степень его информированности по обсуждаемым в обществе вопросам;

г) опыт принятия или отрицания распространяемого мнения;

д) индивидуальные особенности, влияющие на готовность принять ту или иную позицию по актуальной для личности проблеме политической жизни.

В результате действия совокупности внешних и внутренних факторов субъекты, принимающие общественное мнение, становятся его носителями, с разной степенью активности выражаящими

позиции субъектов его создания. В настоящее время существуют разные возможностей для высказывания общественного мнения: периодически проводимые выборы в органы законодательной власти, руководителей исполнительной, референдумы, сборы подписей и опросы граждан, создание различных сообществ в сети Интернет, собрания, митинги, пикеты и т. д.

### **Содержание общественного мнения**

Особенность общественного мнения заключается в том, что, *во-первых*, его содержанием являются актуальные в данное время для определенной части людей социальные явления и процессы. Оно показывает, какие события и насколько сильно затрагивают важнейшие потребности и интересы индивидов и общностей.

*Во-вторых*, содержанием общественного мнения чаще всего выступают события, вызывающие разные по содержанию мнения и оценки. Спорность, дискуссионность позиций является важнейшей особенностью общественного мнения, связанного с явлениями политической жизни, так как выражает интересы либо тех, кто борется за власть, либо тех, кто ее стремится сохранить. В связи с этим всегда актуальна проблема умелого конструирования содержания общественного мнения всеми субъектами,участвующими в управлении обществом в интересах тех или иных социальных групп.

*В-третьих*, содержание общественного мнения с разной степенью полноты отражает реальное положение разных индивидов и общностей. Ошибочно считать, что любое общественное мнение всегда верно отражает интересы всего общества или дает искаженное представление. Степень соответствия реальности зависит от того, кто его создает и в чьих интересах. Если выражаются потребности больших групп населения, положение которых известно многим людям на основе собственного жизненного опыта, то такое общественное мнение максимально приближено к действительности, поскольку в ином случае добиться его принятия значительной массой индивидов невозможно. В том случае, когда в нем представлены частные эгоистические интересы, которые требуется представить в скрытой форме, оно будет наполнено ложным содержа-

нием. Поэтому изучение общественного мнения должно строиться на основе выявления интересов тех субъектов, которые его создают и распространяют.

*В-четвертых*, в общественном мнении не обязательно встречается четкая оценка того или иного социального явления. Часть людей, открыто признавая свою слабую информированность или отсутствие личной заинтересованности в решении актуальной для остальных проблем, уходят от высказывания той или иной позиции. Она у них формируется только тогда, когда возникает личностная оценка политических событий. У таких людей сильнее выражен нонконформизм.

В итоге в общественном мнении можно встретить такие позиции:

1. Поддержка какого-либо общественно-политического процесса.
2. Отрицательное отношение к конкретным событиям политической жизни, деятельности отдельных партий, политиков.
3. Безразличное отношение к политическим событиям.

*В-пятых*, общественное мнение по поводу тех или иных общественно-политических процессов в современном быстро меняющемся мире становится подвижным. Новая информация ведет к пересмотру прежде возникших представлений, они дополняются новыми, не всегда с ними связанными. Возникающие противоречия ведут к тому, что человеку сложно самостоятельно сформировать собственную позицию по конкретным политическим процессам. Он начинает осознанно доверять тем СМИ, блогерам, политическим пропагандистам, которые ярче, эмоциональнее навязывают свое мнение, выдавая его за самое правильное. Происходит усиление манипулированием сознанием и поведением индивидов с целью выработки того общественного мнения, которое выгодно определенным политическим силам.

## **Функции общественного мнения**

Выделяются следующие функции общественного мнения, влияющие на политические процессы (на основании работ Д. П. Гавра, Б. А. Грушана).

Прежде всего выделяется оценочная функция, вытекающая из природы самого общественного мнения. Она проявляется в *оцен-*

*ке решений, действий, имиджа партии, политического лидера, субъекта законодательной и исполнительной власти.*

Следующая функция связана с социальной регуляцией политических процессов. Благодаря общественному мнению, происходит *утверждение норм и правил поведения*, важных для функционирования и развития институтов власти, деятельности разных государственных структур, их представителей. Основываясь на общественном мнении, человек принимает доминирующие в обществе способы удовлетворения своих потребностей в соответствии с законами или в разной степени их нарушая. Такие факты указывают, что существующие в общественном мнении представления о допустимом и запрещенном не находят адекватного отражения в принятых государством, местными органами власти решениях. Требуется либо их пересмотр, либо изменение мнения людей о необходимости обязательного выполнения установленных государством правил поведения при реализации имеющихся у них интересов. Изучение общественного мнения становится важнейшим средством выявления степени соответствия деятельности органов власти повседневным потребностям конкретных социальных групп.

Важной функцией общественного мнения является то, что оно выступает в качестве *силы, способной руководить* деятельностью больших масс населения. Оно указывает, какие действия субъектов политических процессов принимаются определенными общностями, а какие отвергаются. Благодаря этой функции органы власти получают возможность внести коррективы в проводимую ими политику по решению актуальных социально-экономических, политических проблем жизни муниципалитетов, регионов, страны в целом.

В связи с этим *выделяется совещательная функция* общественного мнения, которая проявляется, когда возникает необходимость скорректировать действия органов власти, партий, имидж того или иного политика.

Для того, чтобы при принятии тех или иных решений они полнее учитывали потребности населения, у общественного мнения существует *функция прогнозирования*. В наибольшей степени она проявляется тогда, когда органы власти сталкиваются с необходи-

мостью отслеживания эффективности разных реформ, нововведений. Регулярное изучение динамики интересов существует у разных социальных субъектов, представленных в общественном мнении, позволяет минимизировать негативные последствия политических решений, так как дает информацию не только о степени их принятия, но и возможность субъектам власти спрогнозировать трудности, которые могут возникнуть при дальнейшем осуществлении запланированных преобразований. Поэтому в настоящее время в органах исполнительной и законодательной власти создаются департаменты информационной политики, отделы по связям с общественностью, чья деятельность направлена на информирование общественности не только о планах развития, но и о тех конкретных результатах, которые могут быть достигнуты в результате их реализации.

В результате у общественного мнения появляется *функция контроля*. Отдельные индивиды, средства массовой информации ведут постоянную оценку степени выполнения на практике решений органов законодательной и исполнительной власти, прогнозов партий, критикующих их действия. Общественное мнение, выражая позицию конкретных социальных групп по отношению к отдельным партиям, политикам, может требовать, чтобы они полнее учитывали интересы тех, кем они пытаются руководить. Эти требования могут выражаться как в установленном законом порядке, так и в случаях их игнорирования путем нарушения правил проведения митингов, демонстраций, пикетов.

В этом проявляется *защитная функция общественного мнения*, реализующаяся тогда, когда активным, неравнодушным людям, их сторонникам приходится бороться за то, чтобы их интересы учитывались органами муниципальной, региональной, федеральной власти. Однако следует учитывать, что в случае манипулирования общественным мнением оно становится своеобразным средством борьбы за власть тех, кто находится в оппозиции. В повседневной политической жизни функции общественного мнения взаимодополняют друг друга и проявляются в разной степени.

Исходя из этих функций, постоянный мониторинг содержания общественного мнения по тем или иным актуальным для общества

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно  
в интернет-магазине  
«Электронный универс»  
[e-Univers.ru](http://e-Univers.ru)