Содержание

Введение

Глава 1. Общественное мнение: механизм формирования, функции, проблемы изучения

1.1 Структура, сущность и содержание общественного мнения

1.2 Функции общественного мнения

1.3 Связи с общественностью

Глава 2. Динамика развития общественного мнения в условиях различных политических режимов

2.1 Формирование общественного мнения в условиях тоталитарного и авторитарного режима

2.2 Демократический режим

2.3 Общественное мнение в современной России

Заключение

Список литературы

## Введение

Словосочетание "общественное мнение" давно у нас на слуху. На него очень часто ссылаются политические деятели, журналисты, парламентарии, даже старушки, представляющие общественность жилого дома. Однако в социологии вряд ли найдется другая категория, содержание которой было бы столь размыто, сложно и вызывало бы такие горячие споры. Феномен "общественное мнение" принадлежит к числу таких социальных явлений, которые привлекают внимание мыслителей с давних времен. Сила общественного мнения, его активное воздействие на деятельность субъектов исторического процесса признавались всегда. Н. Макиавелли в своем произведении "Государь" особо указывал на исключительную важность этого феномена. В том смысле, в каком данная категория употребляется нами, она встречается у английского государственного деятеля и писателя Джона Солсбери. Происхождение этого словосочетания - англосаксонское. И появилось оно в Англии во второй половине XII в., а точнее, в речи Солсбери в 1159 г. Из Англии этот термин пришел в другие страны, а в конце XVIII в. стал общепринятым. Не обошел этот феномен своим вниманием и великий философ Г. В.Ф. Гегель. Он выделил в нем целый ряд структурных элементов: условия существования; объект (содержание); носитель; характер суждения, выступающего; соотношение "всеобщего" и "особенного" мнений, сочетание и противоположность истины и лжи [2.789-796 с.]. Общественное мнение и общественное сознание находятся в сложных связях и отношениях. Общественное сознание, как считают многие ученые, - это совокупность теорий, идей, взглядов, отражающих реальное общественное бытие, исторический процесс. Они порождены определенными материальными условиями жизни людей. Структура общественного сознания чрезвычайно сложна. В нем выделяют несколько форм. Чаще всего в качестве таких форм выступают политические идеи, правосознание, мораль, наука, искусство, религия, философия, экология, экономика и т.д. Эти формы отличаются друг от друга способом отражения действительности, особенностями своего развития и т.д., но, прежде всего своим предметом. Каждая форма сознания отражает определенную сторону действительности: мораль, например, имеет дело с нормами поведения человека в обществе, принципами, регулирующими его, наука рассматривает законы природы и общества, политическая идеология имеет дело с политическими отношениями (государственными, классовыми, национальными и т.д.).

Общественное мнение невозможно отождествить ни с одной из форм общественного сознания. Предмет общественного мнения невозможно "втиснуть" в рамки какой-либо одной формы, тик как общественное мнение может быть сформулировано по вопросам политики или права, морали или искусства, религии или науки и т.д. Таким образом, общественное мнение - это отношение социальных общностей к проблемам общественной жизни, проявляющееся сначала в эмоциях и суждениях, а затем и в действиях. Отличается относительной распространенностью, интенсивностью, достоверностью и стабильностью. Эти его качества во многом зависят от объекта и субъекта общественного мнения. Объект общественного мнения - это конкретные явления или темы, по которым высказывается или может быть высказана точка зрения индивида, группы или более широкой общественности. Бесконечное многообразие событий, фактов, явлений общественной жизни, т.е. исторический процесс развития общества, порождает и многообразие человеческих суждений. В итоге общественное мнение по своему содержанию оказывается таким же сложным, как и сама жизнь. Объектом этого феномена являются и процесс материального производства, и события в сфере духовной жизни общества, и поведение болельщиков на стадионе, публики в театре, политических лидеров и т.д.

Актуальность данной темы не вызывает сомнений, поэтому цель настоящей работы - изучение процесса формирования общественного мнения и динамики его развития в условиях различных политических режимов.

## Глава 1. Общественное мнение: механизм формирования, функции, проблемы изучения

## 1.1 Структура, сущность и содержание общественного мнения

Когда же возникает общественное мнение? Какие факторы детерминируют его появление и функционирование? Как утверждает большинство ученых, занимающихся исследованием этого феномена, таких факторов несколько, но важнейшими являются социальные интересы людей.

Общественное мнение формируется там и тогда, где и когда на обсуждение народа ставится проблема, имеющая важное практическое значение, затрагивающая существенные интересы людей (экономические, политические, духовные). Таково первое условие формирования общественного мнения. Не вызовет больших дискуссий давно известный факт типа "Лошади едят овес" или "Волга впадает в Каспийское море" или сообщение о том, что "я только что пришел из театра", а "дважды два - четыре". Мы просто констатируем очевидное. Подобное положение вещей можно наблюдать и в сфере общественного сознания. Общественное мнение чаще всего касается вопросов, связанных с политикой, экономикой, правом, моралью или искусством, где больше спорного и затрагивающего интересы людей. Предметом рассмотрения общественности чаше всего выступают те формы общественного сознания, те вопросы, которые предполагают различия в оценках, характеристиках, т.е. заключают в себе момент дискуссионности. Это второе условие появления общественного мнения. Данная проблема или вопрос должны носить дискуссионный характер. Даже метафизический подход к обсуждаемой проблеме по принципу "да или нет" порождает различные варианты ответов или путей достижения цели.

Кроме того, нельзя забывать и о третьем условии формирования общественного мнения - уровне компетентности. Если человек незнаком с каким-либо обсуждаемым вопросом, то на просьбу высказать мнение чаще всего отвечает: "Я не знаю". Но возможен и такой вариант, когда человеку просто не хватает знаний для спора, обсуждения вопроса. Механизм формирования общественного мнения изучен еще слабо. Безусловно, то, что выработка общих мнений предполагает борьбу индивидуальных. Если же общее мнение сформировалось по общезначимым, актуальным и типичным для данного общества вопросам, то оно, приобретая инвариантные черты, выступает как общее мнение, ибо является выражением социального целого. Но дело не только в масштабе проблем, по которым формируется общественное мнение, но и в том, как, с каких позиций вырабатывается сначала коллективное, групповое, а затем межгрупповое суждение, отношение к тем или иным социальным проблемам. Еще одна очень важная сторона анализируемого вопроса - структура, сущность и содержание общественного мнения. По этому поводу существуют предположения:

1) общественное мнение есть конкретный вывод определенной общности людей по тем или иным проблемам, итог мыслительной деятельности людей;

2) критериями отбора при формировании общественного мнения служат общественные интересы и потребности. Только те явления или факты общественной жизни становятся его объектами, которые приковывают к себе внимание, вызывают потребность в выработке по ним общего суждения;

3) массовые суждения людей обладают различной степенью объективности (истинности). Это объясняется тем, что мнения могут формироваться на основе, как научных знаний, так и ложных взглядов и ошибочных представлений. В случае недостатка объективной информации люди компенсируют ее слухами, интуицией и т.д. Общественное мнение, не имеющее в своей основе твердого научного фундамента, может быть ошибочным. Научная критика нередко заменяется предрассудками;

4) общественное мнение выступает в качестве специфической побудительной силы, регулирующей поведение людей, их практическую деятельность. Выступая в качестве регулирующей силы, оно относится к активной, т.е. овладевшей массами, части общественного сознания. Общественное мнение в этом случае не только отражает определенный уровень знаний людей по тому или иному вопросу, но и фиксирует их активное отношение к объекту мнения, образуя подобие сплава рационального, эмоционального и волевого компонентов. Этот феномен существует в сознании людей и выражается публично, выступая, как мощное средство общественного воздействия;

5) общественное мнение представляет собой специфический продукт взаимодействия людей, своего рода соединение мнений, нивелированных, измененных, образовавших новое качество, а не сводимое к простой сумме индивидуальных мнений [4.389-397 с.].

Образование общественного мнения подчиняется правилу нелинейного сложения (отдельное мнение может стать общим, некоторые вообще не войдут в общее мнение и т.д.). При решении проблемы субъекта общественного мнения необходимо различать понятия субъект и выразитель. В качестве выразителя могут выступать отдельные лица, группы людей. Что касается субъекта общественного мнения, то в данном качестве выступают общество в целом, народ, партия, международная общественность и т.п. Средства массовой информации - газеты, радио, телевидение - могучие рычаги формирования и выражения общественного мнения.

Итак, не любое групповое, коллективное мнение становится или является общественным, а лишь то, что соответствует критериям "социальный интерес", "дискуссионность", "компетентность". А его выразители - классы, социальные слои, содружество классов, народ. Значит, мнение можно классифицировать как: индивидуальное, групповое, или общее, мнение общественности, или общественное. Общественное мнение не может существовать вне системы экономических, социально-политических, идейно-нравственных отношений. Оценочные суждения этого феномена имеют социальный характер. Еще Г.В. Плеханов в "Очерках по истории материализма" писал, что общественное мнение имеет свои корни в социальной среде и, в конечном счете, в экономических отношениях; это не противоречит тому, что всякое данное "общественное мнение" начинает стареть, как только начинает стареть вызывающий его способ производства".

Основной базой для получения эмпирических данных при изучении общественного мнения является опросник. От качества его подготовки во многом зависит объективность исследования. Еще в 40-е годы XX в. крупный специалист по изучению общественного мнения Дж. Гэллап (р. 1908) (США) для совершенствования методики изучения общественного мнения разработал так называемый пятимерный план. Он совершенно справедливо утверждал, что самым ответственным моментом в интервью является формулировка вопросов. (Не зря говорят: каков вопрос - таков ответ) По мнению Гэллапа, "ничто не является столь трудным и столь важным, как выбор и формулировка вопросов". В недостаточно квалифицированных опросах чаще всего встречаются следующие ошибки: вопросы задаются людям, которые не владеют информацией по изучаемой теме, не имеют представления о предмете разговора; интервьюер не обращает внимания на такие тонкости: кто выносит суждения "с ходу", а кто взвешивает все "за" и "против" а уже потом высказывает свое мнение; вопросы сформулированы таким образом, что респонденты вкладывают в ответы различный смысл, так как один и тот же вопрос различными людьми понимается по-разному; интервьюеры-профессионалы, а особенно журналисты, делают упор на дихотомические ответы "да" или "нет". Но на многие сложные вопросы нельзя отвечать однозначно. В мире нет ничего, что можно трактовать только в черном или белом цвете. Даже белый цвет содержит, как известно, семь оттенков цветов; опрашивающий часто игнорирует мотив респондента, почему тот придерживается того или иного мнения; интервьюеры не всегда в ладах с психологией и потому не могут оценить интенсивность выраженного мнения [4.389-397с.].

Пятимерный план Гэллапа помогал свести до минимума отмеченные недостатки. В нем предусматривалось исследование 5 аспектов, связанных с изучением общественного мнения: знание предмета разговора опрашиваемым; его общие взгляды, социальная, политическая ориентация; причины, почему респондент придерживается этих взглядов; взгляды по специфическим аспектам темы разговора (проблемы); интенсивность. В институте Гэллапа всегда использовались пять категорий вопросов: фильтрующие; открытые, или свободные; причинные; специфические; выявляющие интенсивность мнений.

Фильтрующие вопросы позволяют выявить осведомленность респондента (опрашиваемого) о конкретной проблеме. При помощи открытого вопроса определяются взгляды, ориентация человека, у которого берется интервью. Причинные вопросы позволяют определить, почему респондент придерживается именно таких взглядов. Эти вопросы важны для получения представления о качественной характеристике мнения. Специфические вопросы содержат конкретные предложения о решении той или иной проблемы. Они предполагают краткий утвердительный или отрицательный ответ. С помощью вопросов пятой категории уточняется, насколько глубока убежденность опрашиваемых. Например, какие шаги сделает тот или иной человек для реализации своих взглядов, есть ли возможность изменить его точку зрения и т.п. [2.789-796 с.].

## 1.2 Функции общественного мнения

Функции общественного мнения различаются в зависимости от характера взаимодействия мнения тех или иных социальных институтов и отдельных лиц, в первую очередь от характера воздействия первых на вторых, от содержания высказываемого мнения, от его формы. Для общественного мнения характерны следующие функции: экспрессивная, консультативная, директивная [4.389-397с.].

1. Экспрессивная функция - самая широкая по своему значению. Общественное мнение всегда занимает определенную позицию по отношению к любым фактам и событиям в жизни общества, действиям различных институтов, лидеров государства. Эта особенность придает данному феномену характер силы, стоящей над институтами власти, оценивающей и контролирующей деятельность институтов и лидеров партий, государства. Таким образом, объективным содержанием общественного мнения государственные институты, их лидеры ставятся в положение контролируемых. Обладая только одной моральной властью, общественное мнение бывает весьма эффективным. Этот эффект будет, безусловно, выше, если он подкрепляется разнообразными формами контроля со стороны широких масс населения.

2. Консультативная функция - общественное мнение дает советы относительно способов разрешения тех или иных социальных, экономических, политических, идеологических, межгосударственных проблем. Это мнение, будет справедливым, если, конечно, институты власти заинтересованы в таких советах. Прислушиваясь к ним, политические лидеры, группы, кланы вынуждены корректировать решения, методы управления.

3. Директивная функция общественного мнения проявляется в том, что общественность выносит решения по тем или иным проблемам социальной жизни, имеющие императивный характер, например волеизъявление народа во время выборов, референдумов. Народ в данных случаях не только дает мандат доверия тому или иному лидеру, но и высказывает свое мнение. Императивные высказывания занимают в политике весьма значительное место. В зависимости от содержания суждений, сформированных общественностью, мнение может быть оценочным, аналитическим, конструктивным и регулятивным [2.789-796с.].

Оцененное мнение выражает отношение к тем или иным проблемам или фактам. В нем больше эмоций, чем аналитических выводов, умозаключений. Аналитическое и конструктивное общественное мнение тесно связаны между собой: принятие какого-либо решения требует глубокого и всестороннего анализа, для чего необходимы элементы теоретического мышления, а порой и напряженной работы мысли. Но по своему содержанию аналитическое и конструктивное мнения не совпадают. Смысл регулятивного общественного мнения состоит в том, что оно вырабатывает и внедряет определенные нормы общественных отношений и оперирует целым сводом неписаных законом норм, принципов, традиций, обычаев, нравов и т.д. Обычно оно реализует тот кодекс правил, который закреплен в нравственном сознании людей, групп, коллективов. Общественное мнение может также выступать в форме позитивных или негативных суждений.

Изучение общественного мнения социологическими методами позволяет уловить (при объективном анализе) малейшие его оттенки, тенденции его изменения, уточнить количественное соотношение между различными его оценками, узнать реальную расстановку политических сил. Применять методы социологического анализа можно и при изучении поступающих в различные государственные и общественные организации писем от населения. Анализ общественного мнения имеет не только большое практическое, но и теоретическое значение, способствует развитию наук об обществе. Социология, юридические и политические науки, экономические и этические теории не могут обойтись без такого анализа, пытаясь найти ответы на вопросы: "Чего хочет читатель, радиослушатель и т.д.?", "Что по тому или иному поводу думает народ?" и т.п. Верный ответ на подобные вопросы помогает увязывать научную работу с жизнью, теорию с практикой, гарантирует от ошибок в обобщениях, оценках. Серьезные выводы возможны на основе точной, разносторонней, объективной и многократно проверенной информации об общественном мнении.

На протяжении последних лет в России изучались проблемы формирования нравственного и политического сознания, проявления его в виде общественного мнения. Был проведен ряд исследований в Тульской, Калужской областях, в Москве, в одном из малых городов Красноярского края. В общей сложности было опрошено свыше 2000 респондентов. Из них более 40% составляли рабочие малых городов и поселков городского типа, а также крупных городов (Тула, Калуга) и мегаполиса (Москва). Около 40% опрошенных - служащие и инженерно-технические работники, почти 10% - пенсионеры, остальные - учащиеся, студенты, домохозяйки, 55% опрошенных - мужчины [4.389-397с.].

Как показал опрос, на изменение динамики общественного мнения и социальных ожиданий большое влияние оказывают несколько взаимосвязанных факторов. К ним относится нарастающее разочарование в реформах, особенно в экономической и социальной сферах. Отсюда - усиление пессимизма и неуверенности в завтрашнем дне. В начале 1991 г. тревогу за свое будущее испытывали почти 40% опрошенных. В конце 1994 г. эти опасения разделяли уже почти 60%, а в конце 1996 г. - 80% респондентов. Сегодня число надеющихся на улучшение жизни в условиях перехода к рыночной экономике не составляет и 20% опрошенных. Лишь немногим более 20% респондентов считают, что экономическая ситуация начнет улучшаться через год, 10% высказывают мнение, что улучшение произойдет через три - пять лет, а наибольшая часть опрошенных (65%) уверена, что для радикального улучшения экономической ситуации потребуется не менее десяти лет. Более трети опрошенных считают, что положение в стране чревато социальными взрывами.

Необходимо обозначить еще одну сторону рассматриваемого феномена. По проблемам, волнующим все население земного шара, может формироваться мировое общественное мнение, являющееся мощным фактором общественно-политической жизни современного человечества. Например, существует четко сформированное общественное мнение в отношении таких глобальных общечеловеческих проблем, как предотвращение экологической катастрофы, термоядерной, химической или биологической войны и т.д.

Сегодня надо говорить о формировании сознания широких масс, формой проявления которого и служит мировое общественное мнение, имеющее новую качественную определенность - демократический характер. Платформой этого движения, к которому примыкают люди разных социальных слоев, разного вероисповедания, цвета кожи, должно быть сохранение колыбели человечества - Земли. Число сторонников сохранения жизни на Земле велико. По данным Института Гэллапа, каждые восемь из десяти опрошенных - горячие сторонники этой идеи. Становление мирового общественного мнения - необходимое условие коренных социальных преобразований, изменения отношений между высокоразвитыми и развивающимися странами. Это мнение носит социально-политический характер, так как именно такой характер имеют чаще всего сами мировые проблемы, являющиеся предметом мирового общественного мнения.

Итак, общественное мнение - это состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам, событиям, фактам действительности. Оно выступает в экспрессивной, контрольной, консультативной и директивной функциях. В зависимости от содержания высказываний этот феномен выражается в оценочных, аналитических и конструктивных суждениях, в зависимости от знака высказываний - в позитивных или негативных вариантах.

В поле зрения общественного мнения попадают лишь те проблемы, события, которые вызывают общественный интерес, отличаются актуальностью и дискуссионностью.

В качестве субъекта общественного мнения выступают классы, группы, слои населения. По своей структуре этот феномен может быть монистичным и плюралистичным. Формирование общественного мнения может быть стихийным и сознательным.

Оно может содержать в себе правильные и иллюзорные представления о действительности. Набирает силу и мировое общественное мнение, предмет которого - глобальные вопросы сохранения жизни на Земле [2.789-796с.].

## 1.3 Связи с общественностью

Связи с общественностью (public relations) - усилия по налаживанию хороших отношений с общественностью, включающие в себя использование редакционного, а не платного, места в средствах массовой информации, формирование благоприятного имиджа компании и опровержение нежелательных слухов, историй или событий. Основными направлениями установления внешних связей являются поддержание связей с прессой, реклама товаров, корпоративные связи, лоббизм и рекомендации.

Раньше использовался термин паблисити - простое распространение разнообразной информации о компании и ее продукции в средствах массовой информации, не имеющее ярко выраженного коммерческого характера. Однако понятие связей с общественностью объединяет более разнообразные виды деятельности, чем те, которые осуществлялись в рамках паблисити. Отделы связей с общественностью выполняют любую из перечисленных ниже функций: установление и поддержание связей с прессой; размещение сведений познавательно-событийного характера в средствах массовой информации; общественные мероприятия; формирование и поддержание взаимоотношений с общественностью в местном или общенациональном масштабе; лоббизм; сотрудничество с представителями законодательной и исполнительной власти для влияния на процессы принятия законов и претворения их в жизнь; отношения с инвесторами; развитие; связи со спонсорами или членами некоммерческих организаций для получения финансовой поддержки или услуг добровольцев [4.389-397с.].

Связи с общественностью используются для популяризации товаров, личностей, мест, идей, видов деятельности, организаций и даже целых наций. Торговые ассоциации использовали связи с общественностью для восстановления падающего интереса к таким товарам, как яйца, яблоки, молоко и картофель. Компании могут использовать связи с общественностью как возможность выхода из кризиса: умелое использование связей с общественностью компаний сыграло большую роль. Государства используют связи с общественностью для привлечения туристов, иностранных инвестиций и международной поддержки. С помощью связей с общественностью можно оказать сильное влияние на общественное мнение за гораздо меньшую цену, чем с помощью рекламы. Компания не платит за место или время в средствах массовой информации. Вместо этого она платит персоналу за разработку и распространение материала и за руководство мероприятием. Если компания расскажет интересную историю, ее могут подхватить несколько средств массовой информации, что равносильно рекламе стоимостью в несколько миллионов долларов. И такой информации люди поверят больше, чем рекламе.

Профессионалы по организации общественного мнения используют несколько различных инструментов. Одним из основных являются новости. Иногда все происходит естественным образом, а иногда специалисты предлагают провести какое-нибудь мероприятие, которое и станет новостью. Публичные выступления тоже могут создать популярность. Еще одним распространенным средством связей с общественностью является проведение различных специальных мероприятий, начиная от пресс-конференций, дней открытых дверей и выставок с фейерверками, до воздушных шаров, мультимедиа-презентаций и представлений с участием звезд эстрады, чтобы заинтересовать разные слои общественности. Кроме того, специалисты по связям с общественностью готовят печатные материалы, включающие ежегодные отчеты, брошюры, статьи, сборники и журналы с новостями. Все чаще в качестве средств для поддержания связей используются аудиовизуальные материалы: фильмы, слайды, видео - и аудиокассеты. Логотип, канцелярские принадлежности, брошюры, бланки, визитки, здания, униформа и даже автомобили и грузовики - все это может повлиять на общественное мнение, если выглядит привлекательно, оригинально и запоминается. Можно заслужить расположение общественности, вкладывая деньги и время в общественно-полезную деятельность: кампании по сбору средств для решения неотложных проблем - например, кампания по борьбе с неграмотностью, поддержка благотворительных фондов или оказание помощи престарелым и людям с физическими недостатками - способствуют завоеванию признания общественности. Спонсорство - любое действие, посредством которого приобретают признание общественности. В Европе это направление бурно развивается, поскольку считается одним из инструментов маркетинга и проявляется в виде вложений огромных сумм в спортивные и культурные мероприятия различными компаниями. Web-страница также оказывается неплохим средством связи с общественностью. Потребители и другие представители общественности посещают страницу для получения информации или просто ради интереса [2.789-796с.].

Принимая решение о том, где и когда использовать связи с общественностью, руководство должно определить цели организации связей с общественностью, выбрать форму сообщения и средства, разработать план и оценить результаты. Реализация плана организации связей с общественностью требует осторожности. Возьмем случай с размещением историй в средствах массовой информации. Отличную историю легко разместить - но большинство историй не отличные, и не заинтересуют занятых редакторов. Поэтому одной из основных задач специалистов по связям с общественностью является установление личных связей с редакторами средств массовой информации. Фактически, профессионалы по внешним связям - это, как правило, бывшие журналисты, которые лично знакомы со многими редакторами и знают, чем можно их заинтересовать. Они рассматривают редакторов как рынок, запросы которого необходимо удовлетворить, чтобы редакторы продолжали использовать их истории. Результаты кампании по организации общественного мнения тяжело измерить, поскольку связи с общественностью используются в сочетании с другими средствами, и их влияние зачастую носит косвенный характер. Если связи с общественностью использовать прежде, чем все остальные средства, оценить их влияние будет легче. Самый легкий способ оценки - подсчитать, сколько раз история появилась в средствах массовой информации. Специалисты по связям с общественностью предоставляют клиенту перечень всех сообщений о товаре, опубликованных в средствах массовой информации, и резюме, похожее на приведённое. Охват средств массовой информации составляет 3500 квадратных дюймов в колонках новостей и фотографии в 350 публикациях с общим тиражом в 79,4 миллионов экземпляров; 2500 минут эфирного времени на 290 радиостанциях с приблизительной аудиторией в 65 миллионов слушателей; 660 минут эфирного телевизионного времени на 160 телеканалах с приблизительной аудиторией в 91 миллион зрителей. В таком отчете также следует указать стоимость купленного времени и площади по текущим рекламным расценкам. Однако такая оценка является не очень удовлетворительной, не показывая сколько людей прочли или услышали сообщение, какое впечатление у них осталось. Оценка не дает представления о том, сколько всего человек было охвачено. Лучше оценивать результаты кампании по связям с общественностью по тому, как она (общественность) изменила представление, знание и отношение. Чтобы увидеть изменения, требуется измерить уровни этих параметров до и после кампании. Обычно привлекают агентства, специализирующиеся на анализе и оценке средств массовой информации, или консультантов по связям с общественностью, которые проводили бы глубокий медиаанализ, выходящий далеко за рамки простых подсчетов или вырезок из прессы или количества дюймов в колонках. Вместо этого происходит анализ освещения в печатных и электронных средствах, выяснение мнения общественности о репутации организации, политика, партии и т.д., а также о конкурентах. Они разрабатывают методики определения эффективности деятельности компании по организации общественного мнения и помогают спланировать коммуникации и построить отношения с общественностью, включая консультации по поведению в кризисной ситуации [4.389-397с.].

## Глава 2. Динамика развития общественного мнения в условиях различных политических режимов

Словосочетание "политический режим", в отличие от вида и форм государственного устройства, означает конкретный порядок ведения дел в государстве. Это характеристика, выражающая степень политической свободы, правовое положение личности, метод деятельности государственных органов. "Режим означает то целое, которое мы теперь имеем в жизненном облике общества, складывающемся из фрагментарных форм; режим означает жизни общества, стиль его жизни, его морального состояния строение общества и строй государства, образ правления и дух законов", - писал Л. Штраусе.

Режим есть нечто более реальное, чем форма. Режимы нельзя подразделять на монархические, аристократические и демократические, так как форма правления не всегда соответствует конкретному содержанию. Главный вопрос, связанный с режимом, - не кто управляет, а как организовано управление, каковы взаимоотношения между управляющими и управляемыми. Само по себе слово "режим" не несет какой-либо отрицательной смысловой нагрузки, как, скажем, словосочетание "колония строгого режима". Скорее, это слово употребляется в смысле режима дня, который должен быть, у каждого человека и в котором нет ничего плохого. Близко по значению слово "порядок", но оно не выражает суть дела, поскольку, напротив, имеет преимущественно положительное значение, что также не вполне соответствует сущности определяемого, так как конкретное правление может быть далеко от настоящего порядка [1.243-267с.].

Самая распространенная классификация политических режимов строится на характере взаимоотношений властей и подданных. Выделяют три основных режима: тоталитарный, авторитарный и демократический. Эта классификация сложилась в западной политологии исторически и строилась на противопоставлении двух систем - капиталистической и социалистической. При этом тоталитаризм рассматривался как наиболее отличающийся от демократического. Характеристика тоталитаризма основывалась на самоназвании строя, который сложился в фашистской Италии после прихода к власти Муссолини (именно Муссолини начал использовать это слово в положительном контексте для характеристики его режима).

Затем выяснилось, что если тоталитаризм и авторитаризм реально существуют, то понятие демократии настолько многозначно (см. различные теории демократии), что классификация может предстать нелогичной и потерять большую долю привлекательности. Как, в самом деле, сопоставлять реальное и идеальное; то, что есть и что должно быть? Элементы социальной демократии присущи не только демократическому режиму, они есть в тоталитаризме и авторитаризме.

Есть и формальные замечания. В данной классификации смешение параметров: различие между тоталитаризмом и демократией вводится по признаку количества правящих, а между тоталитаризмом и авторитаризмом - по характеру воздействия правителей на подданных. Если взять признак количества правящих, то существующие режимы можно разделить на автократические, элитократические и демократические (идеал). По характеру воздействия правителей на подданных и допустимости различия политических взглядов режимы можно разделить на тоталитарные, авторитарные и плюралистические.

В тоталитарном режиме существует монополизм во всех сферах жизни, в авторитарном монополизм в политической сфере, в плюралистическом - отсутствие монополизма.

Предложено классифицировать режимы на одно - и много-партийные. Данный признак тоже может оказаться формальным, если на бумаге насчитывается много партий, а управляет одна.

За неимением лучшей общепринятой классификации придется взять за основу разделение режимов на тоталитарный, авторитарный и демократический, имея в виду, что под демократией здесь понимается то ее свойство, которое получило название политического плюрализма [1.243-267с.].

## 2.1 Формирование общественного мнения в условиях тоталитарного и авторитарного режима

Можно согласиться с Муссолини, что тоталитаризм зародился в начале XX века. Главная его особенность: правящая элита управляет не только политической сферой, но всеми основными областями жизни: экономической, культурной, информационной, семейной. Это можно объяснить тем, что в XX веке на политическую арену вышли широкие массы населения (совершилось, как писал X. Ортега-и-Гассет, "восстание масс"), на которые элита должна воздействовать, чтобы политически подчинить себе. С другой стороны, тем, что современные технологии, обеспечив возникновение СМИ, дали возможность элите эффективно воздействовать на массы. Эти же причины способствовали становлению идеологий, и поэтому неудивительно, что тоталитаризм взял их на вооружение. Первая черта тоталитаризма представляет собой широкое и открытое использование идеологии. Другие режимы также широко используют идеологию, но делают это скрыто (как хорошо показал Р. Барт[[1]](#footnote-1)), так что требуется провести огромную исследовательскую работу, чтобы тайное сделать явным. Именно открытый и навязчивый характер использования идеологии отличает тоталитарную систему. Если другие режимы обычно применяют либерально-капиталистическую идеологию, то тоталитарный использует националистическую и социалистическую - по этому признаку различают националистический (правый) и коммунистический (левый) тоталитаризм.

Вторым признаком тоталитаризма будет наличие однопартийной системы, где реальная власть принадлежит одной партии, занимающей господствующее положение и держащей в руках все нити управления государством. Положение партии не может быть поколеблено, так как, хотя проводится голосование, оно является фикцией: это гонка с одним участником, победитель которой заранее известен. Можно говорить не только о государстве-нации, которое обычно противопоставляли государству-полису, но и о государстве-партии [1.243-267с.].

Третья основная черта тоталитарного режима, и наиболее характерная для него, - это контроль за всеми сторонами общественной жизни. Сюда входит, во-первых, контроль над экономикой, что не обязательно означает отказ от частной собственности на средства производства и их национализацию. Во-вторых, контроль за СМИ. Все руководящие сотрудники СМИ входят в номенклатуру правящего класса и, по существу, становятся государственными чиновниками. Существует строгая цензура и ни одно сообщение не публикуется и не выходит в эфир без одобрения соответствующих партийных или государственных органов, в ведении которых находятся СМИ. Тоталитарный режим следит не только за политической информацией, но любой другой - экономической, культурной, научной. Известны слова Ленина: "из всех искусств для нас важнейшим является кино". Если слова "для нас" обозначают партию большевиков, то мысль понятна. Почему кино? Потому что оно наиболее массовое искусство, влияющее на широкие слои населения, что как раз важно для тоталитарного режима. Не только кино, но музыка, казалось бы, далекий от политики вид искусства, также жестко регулируется государством, которое решает, какую музыку слушать, исполнять, под какую танцевать.20 лет назад во время репортажа с чемпионата мира по фигурному катанию спортсмены танцевали на льду под одну музыку (скажем, рок-н-ролл), а советские зрители слушали по телевизору совсем другую музыку, которую включали специально для них. Постановлениями ЦК КПСС регламентировались не только музыка, живопись и литература, но сообщалось, какой наукой заниматься, а какая лженаука (две ведущие науки XX века - генетика и кибернетика).

Гражданские свободы - слова, печати, собраний, митингов и демонстраций, - хотя признавались Конституцией, но сводились на нет соответствующими добавлениями (разрешается, но в интересах "социалистического строя", т.е. фактически запрещается). В тоталитарных государствах действует принцип: все, что не разрешено - запрещено. Человек не только имеет право на труд, но и обязан трудиться. Вообще его работа, поведение, жизнь подчинены интересам государства, а фактически нынешних его правителей. Осуществлено зловещее предвидение М. Штирнера: человеку в тоталитарном государстве не только не принадлежит материальная собственность, но и его собственная мысль, поскольку думать следует так, как желают правители. Все должны иметь одинаковые мысли, одно "духовное платье". Самостоятельно мыслящие люди преследуются, в какой бы области жизни они ни пытались проявить себя. Тем самым исчезает человек как независимая индивидуальность. Поскольку человек не может не думать, то в обществе, где приходится скрывать свои мысли, распространяется система лжи и двойной морали.

Тоталитарные режимы подразделяют в зависимости от того, какая идеология внедряется в сознание людей в качестве единственно верной и приемлемой. Для правого тоталитаризма характерна ориентация на националистическую идеологию, для левого - на социалистическую в коммунистическом варианте. При правом тоталитаризме человек всецело поглощен государством, при левом не только государством, но и определенным классом. Можно выделить также религиозный тоталитаризм, в котором роль единственно правильного учения закрепляется за религией. Тоталитарные режимы противоречат индивидуальной человеческой природе, которая при них не только не достигает самоактуализации, но и извращается. Г. Маркузе дает расширенное толкование тоталитарности, под которое подходят и демократические страны. "Ибо тоталитарность является не только террористической политической унификацией, но и террористической технико-экономической унификацией, которая действует, манипулируя потребностями при помощи насущных интересов. Тоталитаризму способствуют не только особая форма правления или партийное господство, но и особая система производства и распределения, которая вполне уживается с "плюрализмом" партий, газет, "управляющих сил" и т.п." (Американская социологическая мысль, М., 1996, с.126) [1.243-267с.].

А.А. Зиновьев также рассматривает тоталитарность как тенденцию, которая может проявить себя в любом обществе. "Поскольку власть в силу социальных законов присваивает ум и волю общества, она, естественно, стремится фактическое положение дела сделать максимально близким к этому идеалу и рассматривает своеволие лиц, которые без ее ведома начинают размышлять об обществе, о его законах, о системе управления, о состоянии хозяйства, права, печати, искусства и т.д., - как незаконное вторжение не в свое дело" (Зиновьев А.А. Зияющие высоты. М., 2000, с.154).

Авторитарным режимом называют такой, в котором правит диктатор или немногочисленная элита, узурпировавшая управление государством, но не препятствующая людям делать то, что они хотят в других областях жизни. Этот режим как бы говорит подданным: "читайте, что хотите, пойте, танцуйте, но в политическую сферу не вторгайтесь. Этим занимаюсь я". Авторитарный может пропагандировать и не использовать открыто идеологию, поскольку не нуждается в том, чтобы подданные поддерживали политическую линию государства. Он даже, в отличие от демократического режима, может вообще обойтись без идеологии поскольку не нуждается в политическом участии населения, т.к имеет место однопартийная система. Но по той же причине, по которой авторитарный режим может обойтись без идеологии, он может обойтись без партий вообще, поскольку не нуждается в массовой поддержке населением. Этим он отличается от демократического режима, основанного на многопартийности. Примером авторитарного режима является Испания при Франко, многочисленные диктаторские режимы в Центральной и Латинской Америке, в Африке и Юго-Восточной Азии. Такой режим существовал в средневековой Европе и России до 1917 года. Сейчас зона его распространения по мере включения населения в активную политическую жизнь сужается, и он эволюционирует в направлении режимов других типов.

## 2.2 Демократический режим

Модное слово "демократия" используется ныне в самых разнообразных контекстах. Но о политических процессах и их результатах нельзя судить по тому хорошему названию (или самоназванию) или по тому плохому ярлыку, которым их наделяют участники событий. Широко распространенное в нашей стране, как и на Западе, понятие демократии в отношении к существующему политическому строю применялось и в советское время. Речь велась о социалистической демократии, имея в виду такие социальные блага, как право на труд и отдых, бесплатное медицинское обслуживание и образование, т.е. понимая демократию в смысле социального равенства людей. Сейчас подразумевается совсем иное: всеобщее избирательное право и допущение оппозиции и свободы печати. Именно это объявляется сейчас демократией. Из концепции представительной демократии, говорящей, что интересы народа представляют те, кому он отдает свой голос, следует, что формальный носитель власти не совпадает с реальным обладателем ее. Существуют различные варианты представительства, но нигде оно не бывает полным. Что касается воздействия на население, то оно столь же большое по результатам, но более скрытое, чем в тоталитарном государстве. Существующее государственное регулирование экономической деятельности не силовое, а по преимуществу финансовое, благодаря регулированию денежных потоков. В "демократическом" государстве существует, как пишет А.А. Зиновьев "денежный тоталитаризм". Цензура отсутствует, но воздействие на население через СМИ не силовое и откровенное, как в тоталитарных странах, а психологическое. Желаемый же результат - манипулирование общественным мнением - пожалуй, даже сильнее. Западные государства используют силу не менее чем авторитарные и тоталитарные, и наперегонки с ними участвуют в гонке вооружений, и различие здесь не в степени применения силы, а в формах и эффективности внутренней и внешней политики. Результаты сопоставления трех режимов могут быть суммированы в следующей таблице.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Признаки | Тоталитарный режим | Авторитарный режим | Демократический режим |
| Использование идеологии | Открытое | Идеологии может не быть | Скрытое |
| Партийная система | Однопартийная | Партий может не быть | Многопартийная |
| Политическое участие | Большое | Небольшое | Большое |
| Воздействие на население | Насильственное во всех сферах | Насильственное в политике | В основном психологическое во всех сферах |

При тоталитаризме люди обязаны иметь чужое мнение, авторитаризме не должны иметь свое мнение, при плюрализме могут иметь свое мнение. В тоталитарном обществе в политике участвуют по принуждению, в демократическом - по доброй воле. Какие черты характерны для современного западного режима? Это относительная независимость ветвей власти, независимые источники информации, соревновательность, свободное голосование, наличие политических свобод, развитие гражданского общества. Данные признаки присущи различным странам в разной степени, по их распространению можно вычислить "индекс демократии". В него включают следующие пункты: честные и свободные выборы; система избрания законодательной власти; система избрания исполнительной власти; свобода СМИ; свобода деятельности оппозиционных организаций; правовые санкции. Наличие данных признаков не дает оснований считать режим демократическим, поскольку отсутствует то, что в буквальном смысле означает демократию - народовластие. Прямая демократия в современных государствах, в отличие от Древней Греции невозможна, как и представительность в полном смысле этого слова. Речь может идти об относительной представительности в том случае, когда имеет место не только выборное, но и контролирующее начало, действующее не постфактум, когда срок исполнения данной должности закончился, а во время исполнения представительских функций. Большие размеры государства и численности населения увеличивают возможности манипулирования массой со стороны элиты. То, что невозможно скрыть в малой группе, успешно камуфлируется в современном государстве, и этим объясняется широкое распространение выгодных элите мифов, в том числе мифа представительства, которые не принимались бы всерьез, если бы государство ограничивалось размерами древнегреческого полиса. Рассуждения о демократическом мифе напоминают следующий афоризм: "На свете существуют две истины, которые следует помнить нераздельно. Первая: источник верховной власти - народ; вторая: он не должен ее осуществлять". Каковы характеристики реальной демократии?

1. У власти стоит активное меньшинство, получившее большинство голосов на выборах (принцип элитарности - количество лиц, принимающих решения - автократизм, культ личности, диктатура, элита, прямая демократия).

2. Большинство населения не обладает властью, но имеет возможность открыто высказывать свои политические взгляды и участвовать в борьбе за власть (принцип плюрализма - количество функционирующих политических взглядов - монополизм, плюрализм, единство) [1.243-267с.].

3. Граждане имеют определенные политические свободы: слова, печати, собраний, организаций, забастовок, избирать и быть избранным на основе всеобщего прямого тайного голосования (принцип представительства - количество участвующих в выборах - фальсифицированное голосование, плебисцитарность, с большей или меньшей отчетностью и контролем).

Реальная демократия относительна, поскольку различные политические взгляды обладают не одинаковыми силовыми, финансовыми, экономическими и информационными возможностями, и по соотношению этих условий можно судить о демократичности данного общества. Превышение определенного порога позволяет назвать данное общество относительно демократичным и назвать режим реальной демократией. Он включает в себя также защиту прав меньшинств как важный атрибут функционирования данного типа общества.

## 2.3 Общественное мнение в современной России

Общественным мнением постоянно манипулируют различные политические субъекты. Политики, желая добиться своих целей, выдать свои узкопартийные, социальные интересы за интересы широких народных масс, как правило, опираются на "своих" исследователей общественного мнения. В России действуют более двух десятков центров изучения общественного мнения, но на виду и на слуху миллионов людей (телезрителей, радиослушателей, читателей массовых печатных изданий) практически шесть: Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ); Фонд "Общественное мнение", Аналитический центр по общей политике Администрации Президента, Центр А. Киссельмана (Санкт-Петербург), Институт прикладного системного анализа. Это не значит, что другие научные подразделения, особенно в регионах, плохо знают проблему, некачественно ее исследуют. Скорее наоборот. Но, как показывает практика, наибольший интерес средств массовой информации и политиков вызывает продукция именно названных центров. Дело в том, что эти центры охотно выполняют социальный заказ политических лидеров, а региональные подразделения, как это ни парадоксально, дают более объективную информацию, находясь в стороне от столичных политических игр и баталий. Сошлемся на факты, сравнительно недавно являвшиеся объектом внимания специалистов по изучению общественного мнения, в том числе широких теле - и радиоаудиторий, читателей наиболее тиражных газет. Начиная с 1993 г. средства массовой информации (особенно электронные) во время подготовки к выборам в Госдуму РФ регулярно публиковали, транслировали различные прогнозы, рейтинги популярности партий, движений, их лидеров. По данным опросов общественного мнения, накануне голосования в 1996 г. социологи, отдавали пальму первенства поочередно то партии "Демократический выбор России", то движению "Наш дом Россия", то "Яблоку". А в итоге победу одержали коммунисты и аграрии. В чем дело? Уровень профессиональной квалификации столичных социологов стал так низок, что они не могли подготовить точный прогноз? Нет. Мы имеем дело с обыкновенной манипуляцией общественным мнением. Рейтинги популярности лидеров строились и строятся на чрезвычайно субъективных показателях, на априорных мифологемах, а поэтому не отражают реального положения дел.

Достоверность социологической информации во многом зависит от политических воззрений ученого, его зависимости от заказчика. Российская печать полна фактов, свидетельствующих о такой зависимости многих социологических центров, особенно при опросах общественного мнения во время избирательных кампаний. Этим, во многом, объясняется потеря доверия к опросам и к самой социологии в обществе. И заявления таких известных ученых, как В.А. Ядов, "что надежность исследований" не зависит от политической ориентации или участия в политических движениях, есть лишь желание сделать очевидное невероятным. Вот лишь один из примеров. Ежемесячно "Независимая газета" публикует рейтинги влиятельности политических деятелей России, Украины, Белоруссии, Молдовы и т.д. Оценки влияния выводятся на основе усреднения оценок, выставляемых со знаком " + " или со знаком " - " пятьюдесятью экспертами. Механика выведения оценки видна невооруженным глазом: все дело в подборе экспертов. Иногда публикуются списки иных экспертов, правда, не совсем полные. Этот и другие примеры показывают необходимость введения общественного контроля за достоверностью результатов изучения общественного мнения и ответственности средств массовой информации за распространение заведомо ложной информации [4.389-397с.].

Методы ведения опросов потенциальных избирателей (электората) бывают часто некорректны. Теле- и радиоопросы при определенных обстоятельствах - средства самообмана, обмана, подтасовки и т.д. Ответы по телефону не отражают мнения всего населения России, владельцы квартирных телефонов - это больше интеллигентствующий электорат, нежели представители рабочих и крестьян. Далее, мнение москвичей далеко не всегда совпадает с мнением населения российской глубинки. Слабым местом в методике опросов являются вольные или невольные ошибки в выборке, из которой исключаются "нежелательные" социальные группы - пенсионеры, рабочие, жители малых городов и сельской местности. Пренебрежение интересами и мнениями этих крупнейших социальных групп России сказалось на достоверности многих прогнозов.

Среди высказываний общественности встречаются суждения истинные и ложные. Но всегда ли можно таким образом оценивать те или иные суждения? Как известно, это - метафизический подход к оценке любых явлений, в том числе и общественного мнения. Как правило, между истиной и ложью находится целый ряд степеней истинности и ложности. Совершенно верное при обсуждении, анализе одних вопросов общественное мнение может быть иллюзорным или ошибочным при обсуждении других. Происходит это потому, что различные группы людей при анализе и оценке одного и того же вопроса чаще всего занимают различные, а порой прямо противоположные позиции. Из противоположных (высказанных) точек зрения правдивой, верной бывает одна или ни одной. Но главными факторами, от которых зависит степень истинности или ложности общественного мнения, являются социальная обусловленность процесса его формирования, компетентность и социальная установка его источников (в том числе телевидения, радио, прессы и т.д.) и субъектов. Эти факторы, взаимодействуя друг с другом, детерминируют существование многозначного (истинно ложного) общественного мнения. Чем ближе какая-либо политическая кампания, к примеру, выборы Президента или депутатов Госдумы, тем активнее начинают действовать любители самых разных социологических опросов, "синоптики" от социологии. Потом "объективные научные данные" обрушиваются с экранов телевизоров и газетных страниц на головы бедных читателей, радиослушателей и телезрителей. Они подспудно формируют содержимое их голов. За последнее десятилетие опросы общественного мнения превратились в привычный прием не изучения, а формирования, точнее, манипулирования общественным мнением. Это мощное оружие берут в руки политические блоки и партии, раздувая свой рейтинг, стремясь закрепить в сознании потенциальных избирателей очевидность своей победы на выборах и склонить на свою сторону колеблющихся. Профессиональным социологам известно, насколько трудно организовать и провести действительно достоверное социологическое исследование. Например, влияние на избирателя оказывается двумя способами:

1) когда результаты социологических опросов публикуются в прессе. Манипуляторы уверяют читателей в полной достоверности полученных данных. Они преподносятся как, безусловно правильный ответ о предпочтениях граждан. При том, что этот "барометр" чаще всего неточен или заведомо ложный. Но у нас принято верить печатному слову, что заставляет вспомнить слова И. Канта: "... отсутствие способности суждения есть то, что называют глупостью, и против этого недостатка нет лекарства";

2) используется не для выявления рейтинга, а для формирования нужного мнения, т.е. в самом вопросе заложена манипуляция. Дело это хитрое, тихое, тонкое и достаточно эффективное. Главное - масштаб охвата: чем больше число респондентов, тем достовернее полученные эмпирические данные.

Иногда применяется комбинированный метод: среди нейтральных вопросов помещаются один-два манипулятивных. И придраться трудно, и дело сделано. Такие приемы используются менеджерами предвыборных кампаний, когда они не имеют доступа к средствам массовой информации и когда есть намерение провести негативную кампанию против другого кандидата, но существуют опасения преследования за клевету. В любом социологическом опросе наличествует влияние интервьюера на респондента. Однако, если в грамотном социологическом опросе исследователи стремятся снивелировать воздействие вопроса, выявить реальное общественное мнение, то в манипулятивный вопрос заложен прогнозируемый ответ, не имеющий альтернатив. Представьте, что некая политическая "партия птиц", чтобы увеличить число своих сторонников, решила убедить избирателей, что медведи и лисы - тоже птицы. Результаты опроса будут обработаны, и выяснится, что подавляющее большинство избирателей считают медведей и лис птицами. Сокрушительный предвыборный рейтинг птичей партии.

Как манипулировать человеком, который никогда в жизни не прочтет программу кандидата, не слушает новости, не смотрит предвыборные теледебаты? Нужно задать популистский вопрос. Например: "Республика отчисляет в Москву больше средств, чем получает обратно. При этом отчисления постоянно возрастают, что приводит к задержкам зарплат бюджетным работникам республики. Одобряете ли вы решение занять более жесткую позицию на переговорах с Москвой?". Кто нибудь хочет ответить "нет"? Ангажированные или обманутые СМИ печатают ложные рейтинги, т.е. прямую дезинформацию, у большинства людей присутствует совершенно рациональное соображение - голосовать за лидера, поскольку за аутсайдера голосовать практически бесполезно. Политконсультанты хорошо знают, что надо показывать в СМИ последовательный рост рейтинга своего кандидата.

Ввиду того, что в соцопросах, как в никаких других "грязных" технологиях, чрезвычайно трудно выявить ложь и подтасовку смыслов, прежде всего избирателю надо думать. Это - первое и главное условие верной ориентации. Надо внимательно выслушать интервьюера. Вы можете согласиться или отказаться отвечать на вопросы анкеты - никакой ответственности за свой выбор вы не несете, ибо любой опрос анонимен. Попросите интервьюера показать удостоверение и поинтересуйтесь, какая организация проводит опрос и кто его заказчик. Звонят ли вам по телефону, приходят ли с опросами на дом, останавливают на улице - выслушайте вопросы, задумайтесь: почему именно такой вопрос был задан? Кому это может быть выгодно? Перепроверяйте информацию. Сопоставляйте, сравнивайте публикации результатов социологических опросов в разных изданиях. И твердо запомните, что "обаяние" рейтингов - самый ненадежный компас в вашем выборе, не принимайте решение, за кого голосовать, только на их основе. Самую достоверную информацию о кандидате вы можете получить, только побывав на его встрече с избирателями. Читайте интервью с ним в газетах, слушайте его выступления по радио. И самое главное: анализируйте листовки, плакаты. Сопоставляйте программы различных кандидатов. А если программ нет - значит, соискателю нечего сказать. И еще в копилку ваших знаний: Закон "О выборах" запрещает в течение пяти дней до выборов, а также в день выборов обнародовать в СМИ и Интернете результаты опросов общественного мнения и иных исследований, связанных с предстоящими выборами. Манипулятивная социология - это наша сегодняшняя реальность, запретить ее нельзя. Но не дать себя одурачить - в вашей власти. Рассмотрим другой (исторический) факт манипуляции общественным мнением. Например, чтобы спровоцировать войну между СССР и Германией, британские агенты распространяли слухи о том, что СССР готовится нанести превентивный удар по Южной Польше. А в последние дни перед войной и сама пропагандистская машина Германии усиленно распространяла дезинформацию, агенты спецслужб муссировали слухи - эффективный способ сеять панику, вызывать подозрения. Геббельс в дневнике 25 мая 1941 г. писал: Что касается России, то нам удалось организовать грандиозный поток ложных сообщений. Газетные "утки" не дают загранице возможности разобраться, где правда, а где ложь. Это та атмосфера, которая нам нужна. Геббельс рекомендовал распространять такие слухи: "Мир с Москвой, если не вечен, то долог, Сталин скоро прибудет в Берлин, вторжение в Англию предстоит в самое ближайшее время".14 июня он с удовольствием писал, что английское радио уже заявляет, что наш поход против России является блефом. А 15 июня Геббельс, исповедавший принцип: "Чем чудовищнее ложь, тем скорее в нее поверят", - самолюбуясь писал: "Наша игра полностью удалась" [4.389-397с.].

## Заключение

Режим есть нечто более реальное, чем форма. Режимы нельзя подразделять на монархические, аристократические и демократические, так как форма правления не всегда соответствует конкретному содержанию. Главный вопрос, связанный с режимом, - не кто управляет, а как организовано управление, каковы взаимоотношения между управляющими и управляемыми. Тоталитарные режимы подразделяют в зависимости от того, какая идеология внедряется в сознание людей в качестве единственно верной и приемлемой. Для правого тоталитаризма характерна ориентация на националистическую идеологию, для левого - на социалистическую в коммунистическом варианте. При правом тоталитаризме человек всецело поглощен государством, при левом не только государством, но и определенным классом. Авторитарным режимом называют такой, в котором правит диктатор или немногочисленная элита, узурпировавшая управление государством, но не препятствующая людям делать то, что они хотят в других областях жизни. Этот режим как бы говорит подданным: "читайте, что хотите, пойте, танцуйте, но в политическую сферу не вторгайтесь. Этим занимаюсь я". В "демократическом" государстве существует, как пишет А.А. Зиновьев "денежный тоталитаризм". Цензура отсутствует, но воздействие на население через СМИ не силовое и откровенное, как в тоталитарных странах, а психологическое. Желаемый результат - манипулирование общественным мнением - пожалуй, даже сильнее. Какими же свойствами должна обладать демократия как идеал? Быть по возможности прямой (референдумы, широкое самоуправление, федерализм); не бюрократической; не коррумпированной; уважающей права меньшинств (иначе деспотизм большинства); не агрессивной, исповедующей принцип ненасилия; контролируемой электоратом.

В таком обществе должны быть обеспечены подлинные политические свободы, соблюдение законов всеми, независимость СМИ, отсутствие денежного тоталитаризма, исполнение многих государственных функций гражданским обществом. Демократия благоприятна там и настолько, где и насколько народ поднялся на достаточно высокий моральный и рациональный уровень. В противном случае она не приживается или принимает извращенные формы.

Общественное мнение отражает реальное состояние общественного сознания, интересы, настроения и чувства классов и социальных групп общества. В общественном мнении проявляется конкретное состояние общественного сознания в тот или иной исторический отрезок времени. Оно концентрирует внимание на определенных сторонах, процессах бытия. Содержание общественного мнения - показатель глубины отражения, познания этих процессов, выражения их оценки с точки зрения интересов социальной группы, класса, народа в целом. Общественное мнение проявляется тем ярче и активнее, тем действеннее, чем вернее, точнее выбрана и сформулирована задача, которую предстоит решить, чем глубже и полнее разъяснены цели и средства их достижения. Оно - чуткий барометр, его показания говорят о глубинных процессах, протекающих в сознании масс. Эти процессы первоначально могут быть едва заметны или только нарождаться. Без умелого улавливания, глубокого анализа нарождающихся в обществе тенденций и их отражения в общественном мнении невозможна никакая мало-мальски серьезная политика. Такая точка зрения обусловлена фактами манипуляции общественным мнением. Однако манипуляции имеют свои границы, каковыми являются противоречия между интересами классов, социальных групп, политической элиты и людей наемного труда. Такое противоборство может иметь разные формы. Выступления шахтеров Кузбасса, Ростова, недовольных политикой правительства, продемонстрировали активную форму протеста против манипулирования их сознанием. В противоборстве мнений различных социальных групп, классов и функционирует общенациональное мнение.

## Список литературы

1. А. Атоян Информационная культура в условиях информатизации общества. - М.: ИЦ Владос, 2001. - 390 с.;
2. Бабаев В.К. Теория государства и права: Учебник для вузов - М.: "Юристъ", 2001. - 658 с.;
3. Горелов А.А. Политология: Учебник/А.А. Горелов. - М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2002. - 312с.
4. Елисеева Е.В. Социальная информатика: учебно-методические материалы. - Брянск: СЭИ БГУ, 2003 г. - 240 с.;
5. Ершова Т.В. Российский опыт интеграции в информационное общество // Вестник РОИВТ, 2004 г.;
6. Котлер, Армнстронг, Сондерс,. Основы маркетинга: Пер. с англ. - 2-е Европ. Изд. - М.: СПб; К.; Издательский дом Вильямс, 2001. - 944с.
7. Морозова Л.А. Основы государства и права: Учебник для вузов - М.: "Юристъ", 2000. - 469 с.;
8. Мухаев Р.Т. Политология.: Уч. д/в / М.: ЮНИТИ-ДАНА 2005 - 445с.
9. Нартов Н.А. Социология: уч. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005-511с.
10. Немировский В.Г. История социологии: уч. пос. - М.: ИЦ ВЛАДОС, 2005 - 318с.
11. Радугин А.А. Муниципальный менеджмент. Социология организаций и управления. - М.: ИНФРА-М, 2005. - 754 с.
12. Страны мира: Краткий полит.-экон. справочник. - М.: Политиздат, 2000. - 478 с.;
13. Система муниципального управления: Уч. / под ред. В.Б. Зотова - Спб: Питер, 2005-493с.;
14. Система государственного и муниципального управления: Уч. / под ред. Г.В. Атаманчука. - М.: Издательство РАГС 2005 - 488с.;
15. Экономическая, социальная и политическая география мира. Регионы и страны. / под ред. проф. С.Б. Лаврова. - М.: Гардарики, 2002. - 928 с.
1. БАРТ (Barthes) Ролан (1915-80) - французский культуролог семиотического направления. Исследователь языков, литературы, моды, рекламы, фотографии, автор книг "Мифологии" (1957), "Система моды" (1967). [↑](#footnote-ref-1)