

РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА

Капустин В.И.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Средства массовой информации, участвуя в процессе общей информационной деятельности, обеспечивают последовательность и завершенность процесса социально-политического управления, а также выработки и принятия законодательных, государственно-административных решений.

Очевидно, что любое государство не может обойтись без СМИ, поскольку именно они помогают осуществлять ему государственную власть, способствуя реализации информационной функции. В то же время средства массовой информации относительно самостоятельны как предприятие по производству информации. Поэтому, говоря об информационном взаимодействии государства и общества, нельзя не рассмотреть и важнейшей роли этого процесса, как общественного мнения, учитывая, что оно является для власти источником информации об интересах граждан, их отношения к власти, особенно в условиях политических и экономических кризисов. Наглядным примером могут служить обстановка на Украине и взаимоотношения между Америкой и Евросоюзом.

Существует множество подходов, что же представляет собой общественное мнение. Протагор считал, что только «публичное мнение» способно отличить истину от лжи. Правда, Сократ и Платон придерживались несколько иной точки зрения, считая, что «мнение мудрых», истиннее «мнения большинства». По мнению Гегеля, общественное мнение как «совместимость» единичных суждений, существующих в обществе на основе формальной субъективной свободы, может подавать власти соответствующие советы. Наконец, английский писатель и государственный деятель Д. Солсбери ввел специальный термин «*publik opinion*», которым охарактеризовал моральную поддержку парламента населением.

Теория общественного мнения активно разрабатывалась исследователями в середине XX века. Правда, взгляды ученых по поводу данного феномена так и не нашли совпадения.

К примеру, Ю. Хабермас понимает под общественным мнением совокупность позиций людей, обладающих образованностью и владеющих собственностью, и людей, чье групповое мнение претендует на общезначимость в формировании политических позиций

Поиску путей общественного развития России, исследованию проблем формирования национального общественного сознания посвятили свои работы русские философы XIX-XX веков П.И. Новгородцев, С.Н. Булгаков, Н.А. Бердяев, Н.О. Лосский, современные российские ученые Л.Н. Гумилев, В.В. Налимов, А.С. Панарин, С.Г. Кара-Мурза, А.К. Уледов, В.Е. Давидович, В.К. Егоров, В.Д. Попов и др. Кстати последний (В.Д. Попов) стал основоположником информатиологии – науки, изучающей проблемы информационного воздействия, оказываемого как на сознание отдельного индивидуума, так и на массовое сознание в целом.

Можно выделить один главный тезис, который объединяет воззрения русских и современных ученых. Он заключается в том, что Россия должна сама выбирать свой путь развития в соответствии с имеющимися глубинными традициями формирования общественных идеалов и с учетом современных глобальных социальных тенденций, о чём говорил Президент РФ Владимир Владимирович Путин в своём послании

Федеральному Собранию нашей страны. Пока же, в условиях политического и экономического кризиса, когда Соединённые штаты Америки и страны Евросоюза пытаются диктовать России, как надо жить и что делать в этих условиях, правительство надеется заручиться общественным мнением большинства граждан России.

Если попытаться обобщить все имеющиеся в науке подходы, то можно сказать, что в исследованиях западных ученых понятие «общественное мнение» употребляется в двух различных смыслах: во-первых, как некое коллективное суждение множества индивидов, выражаемое тем или иным образом, и, во-вторых, как политический институт, участвующий в управлении жизнью общества.

Общественное мнение – это не все массовое сознание, а совокупность оценок и представлений, которые могут объединять какую-либо группу (локальные точки зрения) либо, что возможно, большинство людей (массовые точки зрения). И все-таки эти оценки влияют на политическую атмосферу в обществе, формируют поведение масс и обладают смыслом и значением для людей, облеченных властью. Возникновение и соотношение точек зрения в обществе зависит от уровня конкуренции в обществе, от наличия механизмов презентации социальных интересов, определяемых степенью развитости институтов гражданского общества.

К существенным функциям общественного мнения можно отнести следующие:

- репрезентацию текущей политики в глазах общественности;
- обеспечение обратной связи в системе государственного управления, предполагающей коррекцию проводимого режимом курса;
- повышение степени легитимности правящего режима;
- социализацию граждан, включающихся в сферу политических отношений.

Правда, учитывая современные реалии политической борьбы и имеющиеся у власти возможности (тот же пресловутый *административный ресурс* – В.К.), нельзя не отметить, что и сама власть может взять на себя функции выражения общественного мнения, используя подконтрольные или лояльные СМИ и ангажированных властью «лидеров общественного мнения»; распространяя материалы и оценки, способствующие оформлению общественных чувств; иницируя публичные настроения и сигналы, на которые впоследствии власть и может уже реагировать, исходя из собственных интересов.

Механизмы формирования общественного мнения весьма разнообразны и существенно зависят от способов коммуникативирования гражданского общества с властью, уровня развития демократических институтов, организованности общественности. В самом общем виде различают: эмоциональные, стихийные и рационально-сознательные способы формирования общественного мнения.

Эмоциональные, чувственные способы и механизмы складываются главным образом на основе межличностной коммуникации, предполагающей длительные периоды формирования группового и тем более массового мнения.

Стихийные способы формирования чаще всего реализуются через использование мнения лидера либо выступления СМИ. В первом случае в высказанных авторитетным лидером позициях оформляются уже неявно существующие мнения граждан по тому или иному вопросу. Люди относятся с сочувствием к высказанным позициям, соглашались с ними, усиливая их звучание и расширяя их политические возможности.

При реализации такого способа широко используются возможности СМИ, которые культивируют эмоциональные состояния, шаблоны и стереотипы, сформированные у аудитории. «Внедряя в поток новостей стандартизированные и упрощенные представления, содержащие определенные оценочные ассоциации, стереотипы или

стандарты, СМИ вызывают автоматическую положительную или отрицательную реакцию общественности на то или иное событие».

Другой симптом виртуализации институтов массовой демократии – замещение апелляций к общественному мнению манипуляциями с рейтингами. Рейтинги, основанные на выборочном опросе, когда респонденты соглашаются с вариантами мнений, сконструированными экспертами, представляют собой лишь модель, образ общественного мнения. Участвуя в опросе, респонденты оживляют эти симулякры, и тогда образы становятся реальными факторами принятия и осуществления политических решений. Поскольку симулякры замещают реальные поступки политиков и волеизъявление граждан, постольку исполнение социальных ролей политиков – кандидатов и государственных мужей, а также роли избирателя становится виртуальным.

В 1940 г. американские ученые П. Лазарсфельд, Б. Берельски и Г. Годэ выдвинули идею «двухступенчатого порога коммуникации», согласно которой распространение информации и формирование общественного мнения происходит в два этапа: сначала от СМИ оценки транслируются к неформальным лидерам мнений, а уже от них – к их последователям. При этом авторы идеи выделяли роль «инновационных групп», которые первыми усваивают новые ориентиры и продуцируют их в политической жизни.

Кроме СМИ общественное мнение может формироваться и под воздействием профессионально действующих специальных структур (партии, движения, аналитические группы и т.д.), которые вырабатывают и транслируют определенные оценки от лица общественности и стараются через информационные каналы донести свою позицию до властных структур.

Прислушиваются ли власти к голосу общественного мнения, реагируют ли на точки зрения, звучащие в обществе? Наличие общественного мнения, имеющего возможность озвучивать свою точку зрения на происходящие в стране процессы и явления, является показателем развитости гражданского общества. Показателем реагирования на мнения граждан могут служить регулярные встречи Президента В.В. Путина с жителями всех регионов России, журналистами, его отчёты перед Федеральным Собранием.

Проблема формирования гражданского общества является ключевой в условиях перехода от тоталитарной системы к демократии. Развитие институтов гражданского общества в современной России далеко не завершено, если не сказать что они находятся в зачаточном состоянии. Можно сказать, что российское общество является квазигражданским, структуры и институты которого, обладая многими формальными признаками страт гражданского общества, выполняют противоположные функции. В преодолении этого состояния и состоит специфика современного этапа развития постсоциалистического общества.

Беспрепятственное получение информации населением является конституционной нормой. Но «демократия начинается тогда, - говорил в своей работе «Новое государство: поиски, иллюзии, возможности» Г.В. Атаманчук,- когда все члены общества осознают свои свободы и права и начинают утверждать их в личной и общественной жизни».

Для того, чтобы добиться взаимопонимания и сотрудничества органа власти с населением, с общественностью, необходимо выполнить, как минимум, три условия.

Во-первых, обеспечить широкое и адекватное информирование как всей общественности, так и отдельных специализированных групп населения.

Во-вторых, организовать эффективную обратную связь с информируемыми группами.

В-третьих, привлечь общественность к участию в процессе обсуждения и принятия решений, связанных с интересами различных социальных групп.

Если говорить о российских моделях коммуникативного взаимодействия государства и общества, то власть всегда использовала возможности средств массовой информации для реализации информационной функции власти. Вспомним Петра Первого, начавшего издавать первую российскую газету «Ведомости» (для которой он сам даже писал заметки), которая должна была информировать читателей о победах русской армии, деятельности государственных чиновников и о том, что происходит в государстве российском, так и за его пределами.

В тоталитарном обществе, каким был СССР, средства массовой информации были частью государственной идеологической системы и находились в полной политической и экономической зависимости от правящей партии (КПСС) и самого государства.

Сегодня Россия находится на важнейшем, переломном этапе развития, когда решается вопрос, а будет ли в дальнейшем наше общество демократичным или начнет обратное движение (на новом спиральном витке) в сторону развития авторитарности и расширения государственного вмешательства в процессы общественного развития. СМИ в этих условиях играют очень важную роль. С помощью масс-медиа общественное мнение контролирует власть, а та, в свою очередь, с помощью СМИ осуществляет обратную связь с населением. Если они свободны в своей деятельности, то будут выполнять свою главную функцию объективного информатора населения, сдерживая развитие государственного монополизма во всех сферах. Если же государство будет увеличивать свое влияние в СМИ и трансформирует их в инструмент манипулирования общественным сознанием, то развитие государственного монополизма – неизбежно.

Процесс формирования демократических институтов, присущих развитому гражданскому обществу, не происходит быстро. После долгого периода отсутствия в России такого института как общественное мнение (в публичном его выражении) должны пройти годы, чтобы такой институт сформировался. Конечно, средства массовой информации участвуют в формировании как самого этого явления (общественное мнение), так и осуществляют жизнедеятельность этого института. Можно только посетовать, что отечественные средства массовой информации в нынешних социально-экономических условиях не дают населению страны точной и полной картины происходящего. Нашей прессе сегодня не хватает главного – многообразия мнений, оценок, суждений, с которыми могли бы обратиться к обществу (с помощью СМИ) все представители российского общества, заинтересованные в успешных, предназначенных на пользу народу преобразованиях. Население отвечает прессе тем, что перестает ей верить. Сегодня вряд ли можно говорить о значительном влиянии прессы на формирование общественного мнения. Это подтверждают и данные социологических опросов. Обратимся к цифрам.

Картина оценок, характеризующих степень доверия /недоверия населения к масс-медиа сформировалась к 1992-1993 гг. и очень долго почти не изменялась. Если в 1989 г. уровень полного доверия населения к СМИ был высок (доли доверяющих полностью и не полностью практически равны, в сумме они составляют 80% всех респондентов), то к 1992 г. уровень полного доверия снизился примерно до 25% опрошенных. Подгруппа целиком недоверяющих приблизилась к 20%, а относительное большинство (превышающее две названные в сумме) образовали те, кто колеблется в оценке СМИ, и доверяя и не доверяя их информации. В настоящее время из-за уменьшения рекламного рынка, уменьшения тиражей периодических изданий, а отсюда ухудшения экономического состояния редакций газет, радио, телевидения журналисты стали больше пиарщиками и работать на заказные материалы, что, естественно ещё больше снизило доверие к СМИ со стороны Россиян.

Может ли само государство (в лице его институтов) наладить взаимодействие с обществом с помощью, в том числе, и средств массовой информации? Конечно, да. Если будет проводить научно выверенную и эффективную государственную информационную политику, сутью которой является единство стратегических целей, тактических шагов и технологий, направленных на оптимизацию отношений между органами государственной власти, СМИ и общества. Необходимость проведения государственной информационной политики определяется правом и стремлением общества к получению полной и достоверной информации. Реализация ее будет способствовать достижению главной цели государства – неуклонному и стабильному развитию экономических возможностей страны для наиболее полного обеспечения потребностей общества.

Список литературы

- 1. Попов В.Д. Информациология и информационная политика.-М., Изд-во РАГС, 2001.*
- 2. URL www.dataforce.net/-metuniv/consor/mironol.html#backo/*
- 3. Иванов И.А. Виртуализация общества. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000.*
- 4. Ледяев В.Г. Власть: концептуальный анализ//Полис.-2000.-№1*
- 5. Атаманчук Г.В. Новое государство: поиски, иллюзии, возможности.- М., 1996.*