



005015179

✓

Павелкина Лариса Сергеевна

**МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИХ
ПРОЦЕССАХ США И РФ**

Специальность 23.00.02 — Политические институты,
процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

12 МАР 2012

Владивосток
2012

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего и профессионального образования «Дальневосточный федераль-
ный университет»

Научный руководитель: **Печерица Владимир Федорович**
доктор исторических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Петров Юрий Дмитриевич**
доктор политических наук, профессор,
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего и профессионального образования
«Северо-Восточный федеральный
университет» им. М. К. Амосова,
заведующий кафедрой политологии

Васина Анна Николаевна
кандидат политических наук, доцент,
Владивостокский филиал Российской
таможенной академии кафедра
гражданско-правовых дисциплин, доцент

Ведущая организация: «Приморская государственная
сельскохозяйственная академия»

Защита состоится 22 марта 2012 года в 14⁰⁰ на заседании диссертационного совета Д 212.056.03. по защите докторских и кандидатских диссертаций при Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего и профессионального образования «Дальневосточный Федеральный университет» по адресу: 690091, г. Владивосток, ул. 690091, Уборевича, 25, ауд. 208, тел. 251-53-10.

С диссертацией можно ознакомиться в Институте научной информации- Фундаментальной библиотеке ФГАОУ ВПО ДВФУ по адресу: 690600, г. Владивосток, ул. Алеутская, 65-Б.

Автореферат разослан 18 февраля 2012 года

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат философских наук, доцент



Мефодьева С. А.

Общая характеристика работы

Актуальность темы. Процесс развития и трансформации взаимоотношений политической среды и общества обусловил рост внимания и повышение интереса со стороны научных, политических и экономических кругов к вопросам формирования общественного мнения и управления поведением общества.

Прогрессирующее развитие средств массовой коммуникации резко увеличивает масштабы и скорость достижения аудитории. Информационная сфера все в большей степени становится системообразующим фактором жизни социума. Возможность доступа к информационным ресурсам в последнее десятилетие дает человеку возможность в некотором роде самостоятельно формировать свое индивидуальное информационное пространство. Последние технологические разработки в области достижения аудитории позволяют индивиду осознать свой шанс стать замеченным и повлиять на реальность. Прогнозируется, что развитие беспроводных сетей новых стандартов в ближайшие 10-20 лет приведет к окончательной интеграции традиционных коммуникативных каналов, Интернета и других информационных технологий, создав глобальную информационную среду. Предположительно это может существенно повлиять на отношения как внутри человеческого сообщества, так и между обществом и государством, а также внести существенные изменения в механизмы формирования общественного мнения.

Для структур, стремящихся формировать потребности и мнение личности и общества по своему усмотрению, ситуация осложняется тем, что в этих условиях аудитория уже в масштабах одной или нескольких стран имеет возможность непрерывно отслеживать резонанс их действий. Достижение эффективности воздействия на мнение общества вынуждает их совершенствовать инструментарий, что повлекло укрепление статуса связей с общественностью как института формирования и управления общественным мнением.

Неконтролируемое коммуникационное воздействие на граждан при отсутствии обратной связи между обществом и государством способно создать атмосферу напряженности и политической нестабильности в обществе, спровоцировать национальные, религиозные и политические конфликты и массовые беспорядки, привести к разрушительным последствиям для демократически-поступательного развития общества.

Таким образом, общественное мнение может являться эффективным инструментом в политических процессах. О его формировании много говорится, проблемы активно исследуются в научных и политических кругах, но многие вопросы относительно методов остаются открытыми. Несмотря на то, что истоки современных теоретических представлений о приемах управления поведением общества уходят корнями в античность, степень изученности проблем недостаточна. Выявление механиз-

мов формирования общественного мнения, его трансформации и использования делают работу актуальной.

Степень научной разработанности темы. О специфических формах целенаправленного информационного воздействия на политическое сознание и поведение граждан говорил Платон¹. Аристотель впервые обратил внимание на коммуникационный аспект политической деятельности². Представления о коммуникационной сущности политики встречаются в творчестве Цицерона³. В эпоху Возрождения проблема воздействия на ОМ, настроение и поведение людей, отразилась в творчестве Н. Макиавелли⁴.

Позже сформировались подходы к осмыслению политической роли общественного мнения (ОМ), оказывающие влияние и сегодня. Т. Гоббс обосновывал необходимость борьбы с «ядом мятежных учений», ослабляющих государство⁵. Д. Мильтон, Д. Локк и др.⁶ во многом определили нормативно-ценностный базис функционирования и развития ОМ на Западе, где обмена мнениями через независимые СМИ считается инструментом общественного контроля деятельности органов власти.

Позже К. Манхейм, Т. Парсонс, П. Сорокин⁷ обращались к механизмам формирования мнения общества при осуществлении политической власти как социальном взаимодействии «управляющих» и «управляемых». Начало систематического изучения целенаправленного воздействия на мнение общества в политике было положено работой Г. Лассуэлла, посвященной анализу пропаганды в период первой мировой войны⁸, а фундаментальные исследования в этой области начались только в середине 40-х гг. XX в.

Существенную роль в общетеоретических и методологических аспектах изучения роли ОМ в политических процессах играет анализ становления информационного общества. Автор обращался к трудам извест-

¹ Платон. Государство. // Платон. Филеб, Государство, Тимей, Критий. —М., 1999. С. 144-158.

² Аристотель. Политика. // Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т.4. —М., 1983. С. 376 и сл.

³ Цицерон. О государстве. // Цицерон. Диалоги. М., 1994. С. 20.

⁴ Макиавелли Н. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия // Макиавелли Н. Избранные сочинения. М., 2010.

⁵ См.: Гоббс Т. Левифан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. // Гоббс Т. Сочинения: В 2 т. Т.2. —М., 1991. С. 251.

⁶ См.: Мильтон Д. Ареопагитика: Речь о свободе печати, обращенная к английскому парламенту // О свободе: Антология западноевропейской классической либеральной мысли. —М., 1995. С. 19-47; Локк Дж. Два трактата о правлении. // Локк Дж. Сочинения: В 3 т. Т.3. —М., 1988. С. 66-405.

⁷ См: Манхейм К. Диагноз нашего времени. —М., 1994; Парсонс Т. О структуре социального действия. —М., 2002; Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. —СПб., 2000.

⁸ См.: Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. —London, 1927.

ных зарубежных и отечественные исследователей — Д. Белла, А. Мэттеларта, У. Томаса, Э. Тоффлера, Ф. Уэбстера⁹, А.В. Бахметьева, Г.Н. Попова¹⁰ и др. В контексте рассматриваемой проблематики актуальны работы в области анализа проблем между СМК и властью, массово-коммуникационных процессов, механизмов и результатов их воздействия на сознание. Этому посвящены работы В.М. Березина, И.А. Мальковской, Г.С. Мельник, В.П. Терина¹¹, Дж. Кина, Дж. Томсона, Ю. Хабермаса¹² и др.

Роль политической коммуникации в формировании ОМ анализируют российские и зарубежные политологи М.Ю. Гончаров, В.В. Латынов, А.И. Соловьев¹³, М. Дефлёр, Э. Деннис, Г. Лассуэлл, Д. Уилхем¹⁴. Авторы делали попытки выявить инструментарий, способный влиять на мнение общества.

Специальных работ о роли ОМ в политических процессах в современных российских исследованиях пока не много. Это монографии М.С. Вершинина, А.М. Цуладзе¹⁵, А.И. Кулика, Б.В. Овчинникова, Д.Н. Пескова и др.¹⁶. В диссертационных исследованиях Д.Г. Иванова и

⁹ См.: Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. — М., 1999; Тоффлер Э. Метаморфозы власти: Знание, богатство и сила на пороге XXI в. — М., 2003; Уэбстер Ф. Теории информационного общества. — М., 2004; Feather J. The Information Society: A Study of Continuity and Change. — London, 2000; Mattelart A. The Information Society: An Introduction. — London; Thousand Oaks, Calif., 2003.

¹⁰ См.; Бахметьев А.В. Социальные факторы формирования информационного общества. — М., 2003; Попов Г.Н. Переход России к информационному обществу. — СПб., 2003;

¹¹ См.: Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации. — М., 2002; Мальковская И.А. Знак коммуникации: Дискурсивные матрицы. — М., 2004; Мельник Г.С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. — СПб., 1996; Терин В.П. Массовая коммуникация: Исследование опыта Запада. — М., 2000 и др.

¹² См.: Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. — М., 1993; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб., 2000; M. Gurevitch — London; New York, 2000; Thompson J.B. Ideology and Modern Culture in the Era of Mass Communication. — Stanford, 1990.

¹³ См.: Гончаров М.Ю. Риторика политической коммуникации. // Массовая коммуникация в современном мире. — М., 1991. — С. 55-60; Латынов В.В. Политическая коммуникация. // Политическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. — М., 1999. С. 172-173; Соловьев А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. // Полис. 2002. № 3. С. 5-18.

¹⁴ См.: Уилхем Д. Коммуникация и власть. — СПб, 1993; DeFleur M.L., Dennis E.E. Understanding Mass Communication: A Liberal Arts Perspective. — Boston, 2002.

¹⁵ См.: Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе. — СПб., 2001; Цуладзе А.М. Формирование имиджа политика в России. — М., 1999.

¹⁶ Кулик А.Н. «Всемирная паутина» для политической науки, образования и политического участия. // Политическая наука: Сборник научных трудов. — 2002, № 1: Современное состояние. Тенденции и перспективы. — М., 2002. С. 101-125; Овчинников Б.В. Виртуальные надежды: состояние и перспективы политического Рунета. // Полис. 2002. № 1. С. 46-65; Песков Д.Н. Интернет в российской политике: утопия и реальность. // Полис. 2002. № 1. С. 31-45 и др.

А.В. Чугунова¹⁷ изучается использование информационных технологий в политической сфере.

Исследования зарубежных авторов, касающиеся роли общественного мнения в политических процессах, при всем многообразии их проблематики развиваются в русле двух направлений. Первое связано с построением микроуровневых когнитивных конструкций, упорядочивающих и обобщающих эмпирические данные о результатах информационного воздействия, имеющего целью изменение политических установок, мнений, поведения. Большая часть работ данного направления обращалась к побудительной коммуникации в избирательных кампаниях. Информационное воздействие на электоральное поведение и восприятие различными аудиториями политических медиа-образов, создаваемых СМИ, исследовались, в частности, в 50-90-е гг. Дж. Клэппером¹⁸; Д. Дэвисом, С. Краусом, Н. Наем, Д. Ниммо, Р. Сэвиджем¹⁹; Ф. Артертоном, Р. Дентоном, Т. Паттерсоном²⁰, Д. Ниммо, Р. Хартом²¹, и др. Теоретический анализ политической социализации личности представлен опубликованными в 50-90-е гг. трудами А. Аронсона, Б. Багдикяна, М. Корбетта, Дж. Фулбрайта²².

Второе направление исследований ОМ в политических процессах связано с макроуровневыми моделями информационного взаимодействия субъектов политики на уровне политической системы и общества в целом. Данное направление представлено меньшим количеством публикаций. Социально-политические и психологические аспекты представ-

¹⁷ См.: Иванов Д.Г. Использование интернет-технологий субъектами российского политического процесса в конце 1990-х — 2001 гг.: Автореф. дисс... канд. полит. наук. — М., 2002; Чугунов А.В. Политика и Интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий: Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. — СПб., 2000.

¹⁸ См.: Klapper J.T. The Effects of Mass Communication. — New York, 1960.

¹⁹ См.: Kraus S., Davis D. The Effects of Mass Communication on Political Behavior. — University Park, PA, 1976; Nie N.H., Nimmo D., Savage R. Candidates and their Images: Concepts, Methods, and Findings. — Pacific Palisades, Calif., 1976.

²⁰ См.: Arterton F.C. Media Politics: The News Strategies of Presidential Campaigns. — Lexington, Mass., 1984; Denton R.E. Jr., The Presidential Campaign: An Essay. — Washington, D.C., 1988; Patterson T.E. The Mass Media Election: How Americans Choose their President. — New York, 1980.

²¹ См.: Hart R.P. Campaign Talk: Why Elections Are Good for Us. — Princeton, N.J., 2000; Nimmo D. Political Persuaders: The Techniques of Modern Election Campaigns. — New Brunswick, N.J., 2001;.

²² См.: Bagdikian B.H. The Media Monopoly. — 6th ed. — Boston, Mass., 2000; Corbett M. American Public Opinion: Trends, Processes, and Patterns. — New York, 1991; Fulbright J.W. The Pentagon Propaganda Machine. — New York, 1970; Pratkanis A., Aronson E. Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion. — New York, 1997.

лены в трудах С. Грушина, В. Коробейникова, С. Кара-Мурзы, Г. Почепцова²³.

Многие работы имеют прикладное значение и не затрагивают глубинные процессы сознания и мышления, лежащие в основе успешных коммуникаций. В фундаментальном же подходе вопросам формирования общественного мнения уделялось серьезное внимание. Но исследователи обращались к ним в рамках рассматриваемых ими проблем. Сущность и специфика массового сознания рассматривалась в трудах Г. Лебона, Г. Тарда, А. Тоффлера, З. Фрейда, К. Г. Юнга²⁴. Исследования взаимосвязи идеологии и мифологии содержится в работах Э. Гуссерля, А. Ф. Лосева, Ортеги-и-Гассета, М. Элиаде, К. Г. Юнга²⁵. Психические процессы, проявляющиеся в трансформации одного типа сознания в другой, исследуются в работах Д. Майерса, А. Маслоу, В. П. Шейнова²⁶ и др. Формы потребительской культуры канала информации, отмечаются в трудах Э. Тоффлера, М. Элиаде, К. Обуховского²⁷.

Изучение методов и технологий ФОМ в политических процессах в своей теоретической направленности находится на стыке фундаментальных и прикладных дисциплин: социальной философии, политологии, социологии, социальной и политической психологии. Оно включает элементы теории коммуникации, конфликтологии, пропаганды, риторики, паралингвистики, кинесики, имиджологии. Практическая деятельность находится в ведении связей с общественностью (PR, CO).

При взгляде на их соотношение наблюдается противоречие: с одной стороны, связи с общественностью впервые в истории представляют пути решения проблем не через внешнее принуждение, а путем внутреннего убеждения человека. С другой стороны, это убеждение создается спланированной работой по программированию мыслей, поступков, жела-

²³ Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений. М., 1997 и др.; Коробейников В. Пирамида мнений. Общественное мнение: природа и функции. М., 1981; Кара-Мурза С. Г. Краткий курс манипуляции сознанием. М., 2002; Почепцов Г. Г. PR для профессионалов. М., 2003; Почепцов Г. Г. Коммуникативный инжиниринг. Теория и практика. М., 2008.

²⁴ Лебон Г. Психология народов и масс. СПб., 1995; Тард Г. Общественное мнение и толпа. —М., 1999; Тоффлер Э. Третья волна. АСТ, 2010; Фрейд З. Психология масс. М., 1996; Юнг К. О психологии бессознательного. М., 1995.

²⁵ Гуссерль Э. Логические исследования. М., 1994; Ортега-и-Гассет. Восстание масс [Электронный ресурс]. —Режим доступа : http://www.gumer.info/bogoslov/Buks/Philos/gas_voss/index.php (дата обращения: 16.04.2009); Элиаде М. Разновидности мифа. М., 1997; Юнг К. Современный миф. М., 1996.

²⁶ Майерс Д. Социальная психология. М., 2007; Маслоу А. Г. Мотивация и личность. —СПб., 2008. Шейнов В. П. Манипулирование сознанием. —М.: Харвест, 2010.

²⁷ Обуховский К. Психология влечений человека. [Электронный ресурс]. —Режим доступа : <http://lib.mexmat.ru/books/49688> (дата обращения: 28.05.2010).

ний и потребностей индивида, использующей методы, которые назвать методами мягкого косвенного воздействия из арсенала PR можно с трудом, но они же являются более результативными. Потому возникает потребность более глубоко и детально разобраться, в каком соотношении сегодня находятся связи с общественностью и реальная деятельность по формированию общественного мнения.

Таким образом, хотя отдельные аспекты формирования общественного мнения в политических процессах исследуются, в целом направление не определено в качестве отдельного специального комплекса. Кроме этого, методы и технологии ФОМ настолько динамично развиваются, что любые работы, описывающие ее как научный объект, едва успевают за реальностью. Отдавая должное значительной исследовательской работе отечественных и зарубежных ученых в области теоретического изучения и осмысления процессов формирования ОМ, следует отметить, что его методы в политических процессах еще не стали объектом целенаправленных теоретико-методологических исследований. Научный поиск ведется по нескольким смежным направлениям; но изучаются лишь отдельные стороны политико-коммуникационных процессов и явлений, их частные аспекты. Фрагментарный анализ, будучи неизбежным этапом развития любой теории, становится сегодня препятствием на пути выявления сущностных характеристик и приводит либо к неоправданному сокращению предметного поля исследования, либо к такому же неоправданному его расширению.

Цель исследования — на основе изучения деятельности формирования общественного мнения в политических процессах двух государств с различными политическими и социальными системами — США и России — и последующего сравнительного анализа ее результатов составить классификацию методов и инструментов формирования общественного мнения и выявить причины их эффективности.

Для достижения цели были сформулированы следующие исследовательские задачи:

- изучить сущность, структуру и свойства общественного мнения как объекта воздействия в политических процессах;
- выявить и систематизировать основные методы, инструменты и технологии практической деятельности по ФОМ и сравнить их развитие, совершенствование и результаты применения с учетом этнического менталитета в современных политических процессах России и США;
- разработать классификацию методов и инструментов, используемых для ФОМ в политических процессах.

Объектом исследования является общественное мнение как социальный институт современного общества.

Предметом исследования выступают методы и технологии формирования общественного мнения в политических процессах РФ и США.

Автор считает необходимым обосновать выбор для исследования ОМ США и РФ — столь разных по политическим и экономическим условиям государств. Оба государства долгое время являлись самыми мощными и авторитетными игроками на мировой арене. Несмотря на различия, сегодня значительной разницы в уровнях и результатах их деятельности ФОМ не наблюдается. США традиционно считается родиной PR, и на протяжении последних десятилетий Россия успешно использовала их опыт при решении аналогичных задач. Поэтому логично вначале обратиться к истории становления технологий и методов формирования общественного мнения в США, и лишь затем перейти к их исследованию в России.

Теоретико-методологической основой исследования являются общенаучные принципы системно-структурного и структурно-функционального анализа. В целом в данной диссертационной работе выступают три группы методов исследования.

Первая группа — общелогические — анализ, аналогия, моделирование, классификация, абстрагирование и конкретизация, сочетание исторического и логического анализов. При изучении направлений исследований применялись сравнительно-сопоставительный и диалектический методы, в сочетании позволяющие выделить общие и особенные черты в подходах представителей различных научных школ к роли общественного мнения в политических процессах с учетом менявшихся политических реалий.

Метод моделирования связан представлением свойств объекта, которое, с одной стороны, отражает ФОМ как явление, обладающее своим местом в социально-политической жизни, с другой стороны — раскрывает специфику его отдельных составляющих. При изучении генезиса и развития общественного мнения автор опирался на диалектический подход, который предполагает общественное развитие как естественно-исторический процесс, определяющийся объективными закономерностями и, вместе с тем, находящийся под воздействием субъективного фактора.

Вторая группа — эмпирические методы получения первичной информации о политических фактах.

Третья группа, на которую диссертант полагался прежде всего — концептуальные практико-теоретические подходы методологии политической науки. Использована сравнительная методология, позволяющая вести поиск элементов сходства и различия явлений одного порядка и применяемых технологий влияния на общество. С помощью системного подхода функционирование государства, общества, структур, осуществляющих практику ФОМ, рассматривались диссертантом как определенная целостность. При анализе реакции общества на действия власти, имеющие целью повлиять на его мнение, применялся социально-психологический подход. Для анализа тенденций развития методов ФОМ в информационном обществе, а также для оценки возможных перспектив

дальнейшей эволюции отдельных элементов в связи с использованием новейших информационных технологий использовался метод вероятностного политического прогнозирования. Ретроспективный подход помог проанализировать эволюцию и становление изучаемой деятельности. Институциональный подход позволил исследовать роль и потенциал правительства и СМИ в США и в России в мобилизации общественной поддержки официального курса.

Источниковая база исследования. Реализация комплекса поставленных задач при написании данной диссертации потребовала привлечения разных типов источников. Первую группу источников составляют основополагающие государственные нормативные документы США и России, регламентирующие деятельность политических институтов и масс-медиа. В частности, Конституции РФ 1993 г. и США, Билль о правах²⁸, официальные документы министерств США и РФ, Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»²⁹. Эти документы отражают правовую основу изучаемой деятельности. Вторую группу составляют тексты выступлений официальных лиц, дающие материал для анализа специфики воздействия на мнение определенных аудиторий. Следующая группа — исследования и материалы научно-практических конференций, освещающие различные аспекты изучаемой автором темы. Отдельные группы источников составляют периодические издания 1990-2000-х гг. и Интернет-источники, представляющие собой также и материалы для получения результатов, где достаточно полно и последовательно отражались результаты воздействия на общественное мнение и развитие методов и технологий его формирования.

Хронологические рамки исследования: автор подробно изучает деятельность по формированию общественного мнения США и РФ в период с 1985 года до настоящего времени. В РФ это начало коренных социально-политических изменений в стране. В США середина и конец 80-х годов ознаменовались появлением качественно новых тенденций в развитии практики ФОМ. Однако для правильного понимания закономерностей развития изучаемого явления автор посчитал необходимым несколько отступить от заявленных рамок и обратиться к анализу исторического опыта, поскольку, не отметив основных этапов кристаллизации данного явления на протяжении истории, невозможно понять закономерности и тенденции его развития на современном этапе.

²⁸ Конституция Российской Федерации. М., 2011. The Constitution of the United State of America and Amendments to the Constitution of the United State of America [Электронный ресурс]. —Режим доступа: —<http://www.archives.gov/exhibits/charters/constitution.html> (дата обращения: 06.06.11).

²⁹ СЗ РФ. 2006. № 31 (часть I). Ст. 3448.

Научная новизна исследования.

1. Автор представляет сравнительно-исторический анализ методов и технологий формирования общественного мнения и результатов их применения в двух различных общественно-экономических системах США и России с учетом национального менталитета, политических и социально-экономических особенностей, для чего была выполнена работа по исследованию развития практики воздействия на ОМ в различные периоды истории.

2. Предлагается авторская классификация методов и инструментов, используемых в области формирования общественного мнения.

3. Выявлены и проанализированы причины эффективности тех или иных методов формирования общественного мнения в США и в России, их сходство и различие, обусловленное геополитическими, социальными и экономическими факторами и необходимость их адаптации к тем условиям, в которых они будут использоваться.

4. Доказано, что независимо от общественно-экономической и политической системы связи с общественностью в политической сфере в современных условиях являются не самостоятельной отраслью в деятельности ФОМ, а одним из инструментов в ее осуществлении, приобретая черты идеологии.

5. Автор прогнозирует дальнейшие тенденции в развитии деятельности ФОМ в политической жизни России.

Положения, выносимые на защиту

1. В политической сфере связи с общественностью используют целый арсенал методов прямого воздействия для формирования общественного мнения в процессах развития любых форм политического лидерства. Таким образом, в современных условиях деятельность связей с общественностью в сфере политики приобретают черты идеологии.

2. При любом строе стабильность общественного мнения является действенным инструментом сохранения и упрочнения правящей системы.

3. Современная социально-политическая ситуация может быть интерпретирована не как объективная реальность, а как результат работы профессиональных служб по формированию общественного мнения независимо от любой политической системы.

4. Тенденции в развитии деятельности ФОМ на современном этапе основаны как на геополитических особенностях, включающих исторические, религиозные, ментальные и этнические различия, так и на социально-экономических особенностях государства.

Научно-практическая значимость работы. Диссертация выполнена с привлечением большого количества научных и публицистических работ. Результаты данного исследования могут оказать помощь при анализе социально-политических процессов. Комплексный взгляд на проблему ФОМ в сфере современной политики и экономики может иметь как ме-

тодологическое, так и практическое значение. Материалы исследования могут быть использованы для учебных курсов по связям с общественностью, политологии, социальной и политической психологии. Исследование предлагает методы управления своим информационным полем и донесения нужной информации до целевой аудитории в условиях, когда это становится необходимостью для функционирования в обществе, достигшем информационной ступени цивилизации. Представленная классификация методов и инструментов ФОМ может служить основой для анализа современной ситуации и для прогнозирования. Знание эволюции методов формирования общественного мнения даёт специалисту ориентиры в решении сегодняшних проблем.

Апробация. Материалы данного диссертационного исследования использовались при подготовке курсов «Связи с общественностью», «Современная пресс-служба», при участии в научно-практических конференциях, в научных публикациях по различным аспектам рассматриваемой проблематики в 2004-2011 годах, в практической работе.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка.

Основное содержание работы

Во введении обосновывается выбор темы, ее научная актуальность, раскрывается степень ее научной разработанности; определяются объект и предмет исследования, формулируются цель и решаемые задачи, обосновывается научная новизна исследования, излагаются положения, выносимые на защиту, раскрывается научная и практическая значимость работы, показывается апробация диссертации, содержится обоснование выбора темы исследования, определяется ее научная значимость, актуальность. Сформулированы цели и задачи, даны характеристика источников и историографический обзор, положения, выносимые на защиту..

В первой главе «Теоретико-методологические основания изучения общественного мнения» рассматриваются понятие и сущность ОМ, его эволюция, роль в политических процессах, современные механизмы его формирования с использованием социально-психологических, пропагандистских и коммуникативных рычагов.

В первом параграфе «Проблемы формирования общественного мнения в социально-политической мысли (основные теоретико-методологические подходы)» анализируется история социально-политической мысли, изучающей попытки власти влиять на ОМ, различные научные подходы, определяющие понятие общественного мнения.

В каждой общественно-экономической формации отношения с обществом являлись частью системы управления. Для целенаправленного формирования общественного мнения в XX веке зарождается профессия — связи с общественностью, появление которой значило, что ОМ стало

полноправной силой в политических процессах и даже стало претендовать на доминирование. Переход к информационному обществу сопровождается качественными сдвигами в потребностях, ценностях и мотивациях социального поведения, а значит, требует и специального изучения.

Проследив, как постепенно накапливался опыт осмысления общественного мнения, автор делает вывод, что в истории социально-политической мысли каждый из исследователей внес весомый вклад в изучение общественного мнения как социально-политической. Однако учёные обращались к этой проблеме только в рамках своих теорий. Диссертант постарался изучить разные понимания общественного мнения и его роли в политических процессах, собрать отдельные фрагменты и свести их в относительно целостную картину.

Во втором параграфе «Понятие и сущность общественного мнения и его роль в политических процессах» рассматриваются сущность, характеристики, свойства и динамическая структура ОМ как духовно-практического явления и политического института. Автор исследовал объекты общественного мнения, его каналы выражения, действующие по принципу самокомпенсации, проследил соотношение понятий общественное мнение — массовое настроение — массовое сознание.

Автор считает, что общественное мнение можно отнести к системным объектам, так как оно отвечает критериям системного анализа. Накопление потенциала ОМ опасно из-за невозможности прогнозировать поведенческую составляющую и место социального «взрыва». Поэтому необходимо выявление тенденций изменения ОМ, системный анализ и прогноз реакций на управленческие решения.

Процесс формирования общественного мнения как социально-политического института появляется на определенном этапе формирования производственных отношений. Это продукт комплексного развития общества, политики, экономики и культуры, который со временем начинает приобретать свои необходимые функциональные атрибуты.

В процессе исторического развития постепенно общественное мнение становится силой, которую политические элиты начинают использовать в своих конфликтах. В истории государств и мировых религий веками отработано влияние на массы, которое выражается в пропагандистско-идеологическом воздействии. Так как эта деятельность способна влиять на политическую реальность, следовательно, возникает необходимость в постановке ее на профессиональные рельсы.

В теории декларируется важность внимания к ФОМ, но на практике, когда речь идет о конкретной политической ситуации, часто наблюдается огромная дистанция между политическими коммуникациями и общественным мнением как значительной части политики. Отсюда вытекает задача определить границы взаимодействия уже существующих методов и инструментов ФОМ и определять его направленность в политических процессах.

В третьем параграфе «Научный и прикладной инструментарий в практике формирования общественного мнения (основные методы и технологии)» изучаются основные инструменты и методы ФОМ. Сегодня эта деятельность по ФОМ имеет свой инструментарий и связана с созданием информационного поля, которое формируется под воздействием многих факторов и не исключает ложного информационного бытия исходя из манипулятивного характера воздействия.

Проведенный автором анализ методов изучения деятельности ФОМ позволил систематизировать эти элементы в схему, которая объясняла бы их взаимодействие. Каждое направление имеет инструментарий, элементы которого не являются только его прерогативой. Не все из них задействованы и способны функционировать в любых политических и идеологических реалиях, но каждое может быть как стратегическим, так и вспомогательным элементом. Во всех коммуникациях с целью воздействия на мнение преследуется достижение цели путем управления одного участника действиями другого или других либо согласованием их позиций на основе консенсуса. Общим моментом является двусторонний информационный обмен, или обратная связь, теоретическая модель которой основана на концепциях Т. Ньюкомба и Л. Фестингера³⁰.

Считается, что связи с общественностью (СО, или PR) — это деятельность с целью ФОМ для обеспечения желаемого поведения целевых групп³¹. В современной практике они входят в число интегрированных маркетинговых коммуникаций, что расширяет понятие традиционных PR и арсенал методов их работы. Так стирается грань между реальными действиями в рамках PR и PR в традиционном понимании. Мы подошли к факту, что инструменты и технологии, используемые в современной практике ФОМ в политических процессах, заимствованы из арсенала пропаганды.

Таким образом, связи с общественностью не являются главным и единственным методом ФОМ в политике, а стоят в ряду других видов коммуникаций. Системный подход, знание психологии массовой и личностной, умение правильно расставить акценты приводят к долговременному успеху. Схема, предложенная автором, может использоваться как методологический прием, что и будет сделано в следующей главе при анализе деятельности ФОМ в политических процессах России и США.

Во второй главе — «Использование методов и технологий формирования общественного мнения в различных социально-политических системах» — изучены опыт и практика формирования общественного мнения в политических процессах в США, особенности данной деятельности в современной России в условиях социальной трансформации, выявлены ее тенденции и перспективы развития в современных политических процессах обеих стран.

³⁰ Фестингер Л. — Теория когнитивного диссонанса. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://readall.ru/lib_page_readall_109063.html (дата обращения: 09.10.2009).

³¹ Блэк, С. PR сегодня / С. Блэк // Паблик релейшнз. — М., 1990. С. 15.

В первом параграфе «Опыт и практика формирования общественного мнения в политических процессах в США». Автор анализирует основные этапы становления деятельности по ФОМ в США и процесса сращения прессы и политики, начала превращения независимых изданий в ее инструмент. Особое внимание автор уделяет изучению развития технологий, делающих подготовку политического мероприятия похожим на репетицию спектакля. Так, Институт современных исследований разработал для Рейгана рекомендации для откровенного манипулирования прессы. Практическая деятельность по формированию общественного мнения все больше развивалась в направлении «общества спектакля». Белый дом не скрывал своего отношения к появлению президента «на публике» как к театральным постановкам³². Тогда же произошел перелом в отношениях прессы и Белого дома — журналисты постепенно по ряду причин отказались даже от видимости конфронтации с властью.

В 1992 году Б. Клинтон вышел на принципиально новые виды коммуникаций с аудиторией. Анализ этой кампании показывает абсолютно новые приемы, связанные с изменившимися потребностями общества. В выборах 1996 г. продолжается развитие использованных ранее методов воздействия на ОМ, так и поиск принципиально новых, соответствующих развитию общества. Идеология сводилась к ограниченному набору упрощенных представлений для облегчения общения с массовой аудиторией. На имидж правительства начинает целенаправленно работать массовая культура как один из полноценных каналов коммуникаций, направленных на формирование общественного мнения в политике. Общая задача правительственных информационных служб работы стала заключаться в следующем: «влиять максимально возможно на то, какие новости появятся в масс-медиа об администрации и ее политике»³³. В результате американцы пришли к мнению, что Вашингтон стал центром национальной культуры, где стираются грани между реальностью и фантазией.

Во время президентства Дж. Буша-младшего в массовой культуре появляются резкие выпады по отношению к администрации, чего не было 10 лет назад, при Клинтоне, и что говорит о кризисе в деятельности по ФОМ.

Предвыборная кампания 2008 года учитывала как многолетний опыт, так и новые информационные технологии и политические реалии. Кампания Обамы, в отличие от предшественников, практически вышла из-под зависимости СМИ. Он первым успешно совместил современные технологии и работу с электоратом. Другим его оружием оказались практически неограниченный финансовый ресурс³⁴. Предвыборная кампания

³² Иванян, Э. А. Дороги, которые они выбирают // Белый дом и пресса. М., 1991. С. 336.

³³ Почепцов Г. Г. Паблик релейшнз для профессионалов. М., 2003. С. 71.

³⁴ В. Ф. Печерица, Е. В. Федорова. Афроамериканский фактор в общественно-политической жизни США. Владивосток, 2011. С. 144.

была выиграна во многом за счет использования инновационных методов борьбы за голоса. Прогресс оказался сильнее, чем устоявшаяся, снабженная огромными материальными и пропагандистскими ресурсами партийная машина. Если президентские выборы 1960 года в США были названы первыми телевизионными, а победивший на них Джон Кеннеди — первым телевизионным президентом, то Барака Обаму можно назвать первым Интернет-президентом. В свое время Картер объехал едва ли не всю страну во время предвыборной гонки — Обама незачем было тратить время и средства. Он воспользовался возможностями Всемирной Сети, где каждый мог лично обратиться к нему и получить ответ. Виртуальная коммуникация лишь давала иллюзию личного общения, но результат голосования был одинаковым.

Изменение способов коммуникации повлияло на качество политических процессов. После этих выборов политики во всем мире, в том числе и в России, сосредоточили свое внимание на возможностях вести политическую коммуникацию средствами Интернет. Концентрация капитала в области СМИ при универсализации политических процессов и массовой культуры в целом является одной из магистральных тенденций наступившего века. Поэтому изучение методов ФОМ в США может облегчать понимание некоторых принципиальных тенденций в мировой практике и выступать в качестве своеобразной призмы для изучения процессов в своей стране.

Во втором параграфе — «Особенности формирования общественного мнения в современной России в условиях социальной трансформации» автор анализирует становление политических коммуникаций, имеющих целью воздействие на мнение общества в политических процессах в истории России. Автор приходит к выводу, что в различные периоды истории власть использовала приемы воздействия на общественное мнение, но эти действия носили ситуативный характер и не являлись программными. В период после 1917 года однажды выбранные методы и цели ФОМ не менялись. Автор подробно останавливается на последних десятилетиях кардинальных перемен в нашем обществе и исследует методы и технологии формирования общественного мнения в политических процессах указанного периода.

Автор считает, что причины возможности столь быстрых радикальных изменений имеют ряд причин политического, исторического, культурного и психологического плана. СМИ и массовая культура сыграли в этом процессе значительную роль. Разрушение коллективной исторической памяти привело к потере корней культуры. В результате общество в целом и каждый человек в отдельности потеряли возможность анализировать прошлое и использовать его уроки для определения своей позиции в конфликтах настоящего³⁵.

³⁵ Кара-Мурза С. Г. Краткий курс манипуляции сознанием. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://obuk.ru/other/34639-kratkiij-kurs-manipuljacijsoznaniem.html> (дата обращения: 03.03.2009).

В новых условиях предвыборная борьба отходит от честной и открытой работы с избирателями к манипуляционным приемам и методам ФОМ и к откровенному психологическому давлению на электорат. Политики стали стремиться держать медиа-актив в штате, поскольку его работа иногда кардинально меняла политический пейзаж. Так, комплекс мер, разработанный политтехнологами, неограниченные административные, финансовые и информационные ресурсы, отсечение от них конкурентов коренным образом изменили общественное мнение и позволили Ельцину из аутсайдера за 4 месяца стать фаворитом.

Эта кампания дала толчок к стремительному созданию медиа-империий. Безусловным лидером в практике воздействия на мнение общества стало телевидение: теперь предвыборные технологии откровенно ориентируются на достижение результата с помощью манипуляций, для осуществления которых ТВ обладает рядом преимуществ перед другими СМИ. В этот период управляемость ситуацией стала зависеть от управляемости ТВ.

После прихода к власти Путина новый режим проявляет настойчивое стремление к «моноцентризму». В результате политических реформ сократилось число площадок, на которых могут публично обсуждаться или оспариваться альтернативные политические проекты, а некоторые площадки приобрели сугубо имитационный характер³⁶. В политических коммуникациях фактически была уничтожена конкуренция. Чиновники вертикали получили административные рычаги воздействия на каналы информации, ни один из которых не нарушает Конституцию и формально не оскорбляет демократических принципов.

Это отразилось в президентской кампании 2004 года. Видимость демократии соблюдалась наличием конкуренции формальной. Общество было настроено так скептически, что усилия власти предпринимались не в предвыборной агитации, а в обеспечении явки избирателей. Апатия общества объяснялась тем, что итог выборов ясен до их начала. Поэтому к выборам-2008 правительство увидело оптимальным выходом поставить народ в такие условия, когда демократические рамки сужаются, и свобода выражения мнения и способность его самостоятельного формирования снижаются.

Если в кампании-2004 главным было обеспечить не победу, а явку избирателей, то в кампании-2008 первой задачей стало интерпретировать решение правительства в благоприятном свете, сформировать позитивное к нему отношение, а затем провозгласить его решением народным.

³⁶ Малинова О. Ю. Идеологический плюрализм и трансформация публичной сферы в постсоветской России // Полис. 2007. № 1. С. 18.

Таким образом, к этому периоду в России сложилась «самодержавная политическая культура». В период 1999-2007 гг. — в стране был реализован политический проект авторитарной демократии, возможность которой во многом обусловлена историческими и геополитическими факторами.

В третьем параграфе «Тенденции и перспективы развития деятельности по формированию общественного мнения в современных политических процессах России и США» автор проводит сравнительный анализ приемов воздействия на общественное мнение в предвыборных кампаниях 2008 года и подготовку к кампаниям 2012 года в России и в США. В России к данному периоду была сформирована бюрократическая форма управления, когда не институты определяют рамки активности политических акторов, а акторы подгоняют институты под свои потребности³⁷. Поэтому было закономерным появление среди кандидатов на пост главы государства персоны, которая, по новой традиции была преемником существующей власти.

Далее диссертант выявляет особенности и новые черты кампании-2012, реально начавшейся за много месяцев до официального ее старта. Автор исследует такую новую ее черту, как конфликт имиджей, который не обязательно означает наличие реального личностного конфликта между политиками. Автор считает, что при отсутствии конфликта реального это было видимостью, имитацией противоречий, необходимым условием, чтобы вызвать интерес населения к двум масштабным избирательным кампаниям в условиях, когда результат очевиден заранее, а политическая интрига отсутствует напрочь, и тем самым обеспечить явку на избирательные участки.

Что касается тенденций в практике ФОМ в обеих странах, то в последние годы эта работа все больше напоминает «общество спектакля», где общество получает информацию не о действительно происходящих событиях, а картину, которая сконструирована для них специалистами по воздействию на его мнение.

В США — стране с устоявшимися демократическими традициями — успех приносят действия, предполагающие личный контакт и личностное общение. Это уходит корнями в психологию индивидуализма. С учетом инновационных технологий процессы происходят довольно динамично. Ставка делается и на финансовую сторону. Кроме этого, в политическом пространстве США идет не имитационная, а реальная борьба политических сил, и ее результат никак не может быть запрограммирован и просчитан в администрации главы государства.

В России, в отличие от США, публичные политики видят свою функциональную роль не в артикуляции и защите интересов граждан, не в работе на социальный результат, а в игре на публику. Наблюдается некоторое отставание в инновациях, уклон в авторитарную сторону, стрем-

³⁷ Беляева Н. Ю. Публичная политика в России: сопротивление среды // Полис. 2007. № 1. С. 29.

ление взять под тотальный контроль все средства, способные повлиять на мнение общества, а апеллирование к его мнению носит декларативный характер. Ставка делается более не на честную предвыборную борьбу с полноценным реальным соперником, а на закулисные действия, результат которых будет представлен как «всенародное мнение», «выбор народа», что, по мнению диссертанта, является одним из различий в современных политических процессах России и США. Тем не менее, наблюдая за происходящим в чужой публичной политике, российский гражданин научился понимать разницу между реально действующими институтами политической конкуренции и их имитацией³⁸.

Также автор исследовал и проанализировал разницу в использовании глобальной сети для власти в РФ и в США.

В **Заключении** подведены итоги и сформулированы основные выводы, к которым проведенные исследования позволили прийти диссертанту.

Процесс формирования общественного мнения и осмысление его как социально-политического явления имеет многовековую историю. Внедренческая деятельность в области влияния на массовое сознание и формирование общественного мнения может быть технологизирована. Технологии формирования общественного мнения разрабатываются в соответствии с потребностями политических и административных структур.

Применение комплексной модели политического анализа в исследовании методов и технологий формирования общественного мнения позволило выявить следующее: сегодня связи с общественностью все больше превращаются из самостоятельной отрасли в один из инструментов управления общественным мнением и стоят в одном ряду с методами прямого воздействия, иногда находящимися на границе этики или морали. Таким образом, в реальной практике для воздействия на общественное мнение используются все средства, способные привести к цели.

В конкурентном информационном пространстве должна быть стабильная величина в виде позитивных новостей о субъекте. При их отсутствии место может занять стихийная и неуправляемая информация, однако агрессивная по отношению ко всему обществу. Бессистемность, отсутствие единой концепции в итоге формирует отрицательное информационное насыщение облика личности или страны. Поэтому основная задача профессиональных структур, которые являются этой стабилизирующей силой — оперативно и системно управлять потоками информации — важна и актуальна. Автор предлагает модель для анализа современных методов ФОМ, и анализирует применение ее в России и США.

В России накоплен национальный опыт применения различных средств влияния на общественное мнение. Феномен, выявленный в ис-

³⁸ Беляева Н. Ю. Публичная политика в России: сопротивление среды // Полис. 2007. № 1. С. 26-27.

следовании, заключается в следующем — политические и правительственные PR в их традиционном понимании в России как отрасль деятельности существует около двадцати лет, но сегодня существенного отличия в результатах их деятельности в США и в России, не наблюдается. Этому способствовало наличие относительного исторического и солидного пропагандистского опыта, который лег в основу и составляет одну из особенностей современных российских политических коммуникаций. Кроме этого, Россия в некоторых случаях использовала опыт в США.

В США действия правительства в области ФОМ были организованными, осознанными и целенаправленными, имели четкую стратегию, чего нельзя сказать о действиях российских соответствующих структур в тот же период.

Различие в развитии процессов ФОМ в США и в России диссертант объясняет разными экономическими и политическими условиями, а также различием менталитетов, уходящим корнями в многовековую историю и иную религию. Отсутствие целенаправленной и организованной работы в России было обусловлено ее монархическим, самодержавным строем, сменившимся диктатурой пролетариата и развитием идеологической пропаганды, принципы работы которой сегодня лежат в основе практики ФОМ в политической и правительственной сферах. На протяжении истории от Ивана Грозного до Дмитрия Медведева наблюдаются похожие тенденции — использование публицистики и формальное апеллирование к аудитории, используя свой авторитет и положение. При этом первые лица так или иначе решали свои политические задачи, игнорируя реальное мнение народа. Наблюдается уклон в авторитарную сторону, а апеллирование к мнению аудитории носит декларативный характер. Суть и цели коммуникации в России монархической, тоталитарной и президентско-демократической с годами не менялись, несмотря на развитие и совершенствование каналов коммуникации.

Иная картина сложилась в США. Приблизительно с 18 века мы видим все более четкое планирование работы в области ФОМ, достигшей высокого развития уже к началу XX века. Спустя еще два десятилетия она выделилась в самостоятельную отрасль. К началу демократических преобразований в России там уже имелись огромный практический опыт и солидная теоретическая база. Сегодня основные формы управления политическими впечатлениями граждан — установка контроля над потоками и объёмом информации, а также символическая мобилизация поддержки той или иной цели.

В стране с устоявшимися демократическими традициями потенциальные кандидаты отдают предпочтение методам, предполагающим личный контакт. Стремление воздействовать не на массу в целом, а индивидуально уходит корнями в психологию индивидуализма. Эти методы применяются с учетом инновационных технологий и неотделимы от них.

В отличие от США в России новые технологии служат больше не для развития качества и сущности коммуникаций, а для мониторинга общественного мнения и настроения. В реальности же в большей степени идет обращение к безликой массе на уровне стадного чувства. Наблюдается тенденция к обезличиванию, к массовой психологии, когда человек не ощущает себя значимой единицей, чего мы не наблюдаем в США. Данная черта, как и в США, имеет под собой национально-историческую почву.

При некоторых различиях, обусловленных политическими и социально-политическими факторами, выявлено, что деятельности по формированию общественного мнения в обеих странах присущи некоторые общие черты. В обеих странах взаимоотношения власти и СМИ присуща динамика, они меняются, испытывая влияния требований времени, особенностей развития общества и влияние специфических особенностей личности первых руководителей. Во многом их цели и задачи, а также пути их решения сходны. При любом строе остается неизменным то, что интересы высших органов управления и СМИ совпадают, и пресса является действенным инструментом сохранения и упрочнения правящей системы. Информационное пространство выполняет социальный заказ определенной страты или государства. Сегодня на уровне государственных и правительственных структур в обеих странах PR-деятельность как таковая часто подменяет реальную картину действительности. В практике формирования общественного мнения в области политики в последние годы наблюдается тенденция к «обществу спектакля», где аудитория получает информацию не о действительно происходящих событиях, а сконструированную реальность, которую она должна, по мнению заказчиков, видеть.

Содержание деятельности по формированию общественного мнения также с развитием общества претерпевает изменения. С развитием политических технологий главный объект воздействия — общественность — постепенно привыкает к ним, учится видеть методы, которыми пытаются на нее воздействовать, адаптируется и перестает реагировать, все больше дистанцируясь. Следовательно, данное явление вынуждено постоянно совершенствоваться и искать новые пути и методы работы. Перед специалистами в области формирования общественного мнения стоят задачи непрерывного обновления своего арсенала. Это означает, что перспектива развития рассматриваемого в исследовании явления имеется.

**По теме диссертационного исследования опубликованы
следующие работы.**

**Публикация в ведущем рецензируемом научном журнале, определенном
ВАК:**

1. Павелкина Л. С. Влияние особенностей западной и восточной культуры на формирование деловых отношений между представителями стран Юго-Восточной Азии и России / Л. С. Павелкина // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. — 2011. — №4. — С. 76-82.

Научные статьи:

2. Павелкина Л. С. Коммуникации в кризисной ситуации / Л. С. Павелкина // Совершенствование системы управления организацией в современных условиях: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 425-427.

3. Павелкина Л. С. Управленческий аспект службы ПР / Л. С. Павелкина // Теория и практика антикризисного менеджмента: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 199-202.

4. Павелкина Л. С. Становление службы ПР в США / Л. С. Павелкина // Социально-экономическое развитие России в XXI веке: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 25-27.

5. Павелкина Л. С. Роль службы ПР в отношениях с государством и местной общественностью / Л. С. Павелкина // Современное состояние и перспективы развития экономики России: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 17-19.

6. Павелкина Л. С. Групповая поляризация как фактор коррекции личности / Л. С. Павелкина // Феномен развития в науках о человеке: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 44-46.

7. Павелкина Л. С. Огруппление мышления как фактор групповой динамики / Л. С. Павелкина // Феномен развития в науках о человеке: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 57-59.

8. Павелкина Л. С. Проблемы конфликтов и их разрешение / Л. С. Павелкина // Современные проблемы управления персоналом организации: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 97-99.

9. Павелкина Л. С. Патриотическое воспитание в современных условиях / Л. С. Павелкина // Организационные, экономические и социальные проблемы управления высшим учебным заведением: Материалы конференции. — Пенза : ПДЗ, 2004. — С. 20-22.

10. Павелкина Л. С. Использование радиовещания как средства формирования общественного мнения в США / Л. С. Павелкина // Научные труды Дальрыбвтуза. Выпуск 16. — Владивосток, 2004. — С. 170-173.

11. Павелкина Л. С. Использование элементов ПР в российской истории / Л. С. Павелкина // Проблемы славянской культуры: Материалы

VIII Международной научно-методической конференции. — Уссурийск : УГПИ, 2006. — С. 20-22.

12. Павелкина Л.С. Проблемы массового сознания и формирования общественного мнения в истории Западной философии / Л. С. Павелкина // Вопросы журналистики: Сб. научных статей. Выпуск 12. — Владивосток : ДВГУ, 2006. — С. 37-42.

13. Павелкина Л.С. Специфика связей с общественностью в учреждениях культуры / Л. С. Павелкина // Вопросы журналистики: Сб. научных статей. Выпуск 13. — Владивосток : ДВГУ, 2007. — С.81-89.

14. Роль PR в формировании экологического мышления / Л. С. Павелкина // Медиаальманах, 2007, №3 (20). М: МГУ. — С.67-73.

15. Проблемы и особенности связей с общественностью в КНР / Л. С. Павелкина // Российско-китайское взаимодействие в политике, экономике, культуре, образовании: Материалы и тезисы докладов к Международному научно-исследовательскому семинару. — Владивосток : ДВГУ, 2008. — С. 411-419.

16. Манипуляционные приемы в сфере экологических PR / Л. С. Павелкина // Вопросы журналистики: Сб. научных статей. Выпуск 14. — Владивосток : ДВГУ, 2009. — С. 49.

17. Экологическая тема и СМИ — проблемы взаимодействия / Л. С. Павелкина // Вопросы журналистики: Сб. научных статей. Выпуск 16. — Владивосток : ДВГУ, 2010. — С. 116.

16. Манипуляционные приемы в сфере экологических PR / Л.С. Павелкина // Вопросы журналистики: Сб. научных статей. Выпуск 14. — Владивосток : ДВГУ, 2009. — С. 49.

17. Экологическая тема и СМИ— проблемы взаимодействия / Л. С. Павелкина // Вопросы журналистики: Сб. научных статей. Выпуск 16. — Владивосток : ДВГУ, 2010. — С. 116.

Павелкина Лариса Сергеевна

**МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕ-
СТВЕННОГО МНЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ
США И РФ**

Специальность 23.00.02 — Политические институты,
процессы и технологии

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Подписано в печать 16.02.2011 г.
Формат 60x84 1/16. Усл. п. л. 1. Уч.-изд. л. 1,27.
Тираж 120 экз. Заказ № 1 0 7

Издательство Дальневосточного федерального университета
690950, РФ, г. Владивосток, ул. Октябрьская, 25.

Отпечатано в типографии ИПК ДВФУ.
690990, г. Владивосток, ул. Пушкинская, 10.