

*На правах рукописи*



**ВАТУТИН АЛЕКСЕЙ НИКОЛАЕВИЧ**

**ПОЛИТИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ  
ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Специальность 23.00.02 - Политические институты, процессы и технологии  
(политические науки)

20 ИЮН 2013

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата политических наук



005061936

Пятигорск – 2013

**Работа выполнена на кафедре государственной политики и государственного управления ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»**

**Научный руководитель:** **Кольба Алексей Иванович**  
кандидат политических наук, доцент

**Официальные оппоненты:** **Чагилов Валерий Расулович**  
доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой философии и истории ГАОУ ВПО «Невинномысский государственный гуманитарно-технический институт»

**Соловьева Елена Александровна**  
кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры международных отношений, мировой экономики и международного права ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет»

**Ведущая организация:** ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Защита состоится 28 июня 2013 года в 11-00 на заседании Совета по защите кандидатских и докторских диссертаций Д212.193.03 при ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет» по адресу: 357532, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9, корпус «Ж», Зал заседаний диссертационных советов, к. 504.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный лингвистический университет» по адресу: 357532, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9

Отзывы на автореферат, заверенные печатью, просим присылать по адресу: 357532, г. Пятигорск, пр. Калинина, 9, корпус «Ж», диссертационный совет Д 212.192.03, к. 513.

Автореферат разослан «28» мая 2013 г.

Ученый секретарь Совета по защите кандидатских и докторских диссертаций,  
доктор политических наук, доцент

 Г.В. Косов

## **I. Общая характеристика работы**

**Актуальность темы диссертационного исследования** определяется местом и ролью политико-технологических возможностей формирования общественного мнения в структуре современного политического процесса, призванного обеспечить адекватное и незамедлительное реагирование на внешние и внутренние вызовы и угрозы общественно-политическому развитию страны.

В ситуации геополитических трансформаций обостряются проблемы, связанные с соперничеством государств за глобальное и региональное лидерство. В связи с этим очень актуален вопрос обеспечения национальной безопасности государства.

Современные политические процессы отличаются высоким уровнем информационной состязательности, что влечет за собой необходимость обеспечения информационной безопасности государства в рамках национальной безопасности.

Актуальность темы настоящего диссертационного исследования обусловлена тем, что информация становится сегодня одним из главных стратегических ресурсов, как государства, так и иных политических акторов. Обладание информацией или ее внедрение в общественное сознание позволит иметь преимущество над оппонентом.

Выявление механизмов использования разрушительного потенциала информации, а так же механизмов противодействия информационным атакам актуализирует тему диссертационного исследования.

В силу указанных обстоятельств исследование данной проблематики имеет ярко выраженную научно-практическую актуальность и социально-политическую значимость.

**Степень научной разработанности проблемы.** Научное исследование механизмов формирования общественного мнения в условиях военно-политического кризиса представляет известную сложность в силу своей многогранности.

Понятие кризис является одной из фундаментальных тем политической мысли. Аристотель, Конфуций, Макиавелли, Платон рассматривали в своих трудах сущность кризиса, его характерные черты и свойства, а так же пути его преодоления.

Больших успехов в исследовании кризисных проявлений добились философы эпохи Просвещения. Работы Вольтера, Т. Гоббса, Дж. Локка, Ш.Л. Монтескье, Ж.Ж. Руссо по праву заняли свое место в изучении роли кризиса и его проявлений. Среди российских мыслителей выделим А.А. Богданова, Н.Д. Кондратьева, И.С. Пересветова, В.Н. Татищева, И.Т. Тимофеева.

Важную роль в процессе исследования природы кризиса играют труды представителей экономической науки. В первую очередь, это учение К. Маркса. Значительный вклад в учение о кризисах так же внесли Д. Рикардо, Р. Харрод, Й. Шумпетер, Ж. Сисмонди. Определенный вклад в разработку сущности исследуемого понятия принадлежит В.И. Ленину.

А.С. Ахнезер, Н.А Бердяев, Г. Зиммель, Х. Ортега-и-Гассет, В.С. Соловьев акцентировали значительное внимание на изучении духовного, культурного и мировоззренческого кризисов.

Изучением политических кризисов с позиции синергетики и тектологии занимались В.И. Аршинов, В.Г. Буданов, В.В. Василькова, В.С. Егоров, Е.Н. Князева, Т. Постон и И. Стюарт, А.Д. Урсул.

Соотношение понятий кризис и конфликт рассматривалось в работах М.А. Аствацатуровой, Д. Бертона, А.А. Варгумяна, И. Галгунга, Р. Дарендорфа, Л. Козера, А.В. Глуховой, М.М. Лебедевой, В.Н. Панина, В.П. Пугачева, А.И. Соловьева, П.А. Цыганкова, В.Р. Чагилова, А.Н. Чумикова.

В работах А.Ю. Дябина, А.В. Фененко, В.В. Фортунатова, В.П. Юрченко анализируются особенности и характерные черты военно-политического кризиса.

По-прежнему сохраняют теоретико-методологическую и практически политическую актуальность для исследования работы Л. Альтюссера, А. Грамши, Дж. Клаппера, Р. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла, Д. Макуэйла, Г. Шиллера, Б.А.

Грушина, Т.М. Дридзе, Б.М. Фирсова, Ю.А. Шерковина. В них заложены основы влияния средств массовой коммуникации на общественное мнение.

Большой вклад в изучение механизмов формирования общественного мнения внесли М.И. Жаров, С.Г. Кара-Мурза, В.В. Кочетков, А.В. Манойло, Г.Г. Почепцов, М.В. Солодов, А.А. Цыганков. В данных трудах рассмотрен инструментарий воздействия и методы защиты от информационного влияния, дан анализ информационного пространства и предложены стратегии его трансформации.

В рамках обеспечения информационной безопасности государства актуальны труды У.С. Бека, Д.С. Белла, М. Калдора, А. Тоффлера, В.И. Аникина, А.А. Трешневикова, А.А. Максимова, В.Н. Крысько, Н.В. Рахно, Л.А. Шелепина, В.И. Ярочкина.

Проблемой исследования методов PR в ходе военно-политического кризиса занимались как зарубежные: С. Блэк, Ф. Зейтель, С. Финк, так и российские исследователи: В.И. Газетов, Г.М. Ибраев, Д.В. Корнеев, Б.В. Липатов, С.Э. Некляев, Г.Г. Почепцов, Е.А. Соловьева, В.И. Тимофеев.

Тематика диссертации, несмотря на большое количество смежных работ, затрагивающих сферу формирования общественного мнения во время военно-политического кризиса, исследована довольно слабо. В политической науке ощущается недостаток исследований, посвященных проблемам формирования общественного мнения в период военно-политического кризиса и его влиянию на достижение предполагаемого теми или иными акторами результата. Несмотря на всесторонний интерес, проявляемый к представленной проблематике, тема формирования общественного мнения в условиях военно-политического кризиса до настоящего времени не стала предметом системного политологического анализа, что обусловило необходимость проведения данного исследования.

**Объектом** исследования выступает общественное мнение в период военно-политического кризиса, **предметом** – политико-технологические особенности формирования общественного мнения в условиях военно-политического кризиса.

**Цель** исследования – концептуализация и выявление наиболее эффективных политических технологий и механизмов формирования общественного мнения в условиях военно-политического кризиса.

Для реализации цели исследования были поставлены следующие **задачи**:

- выявить специфические черты современного военно-политического кризиса;

- исследовать понятие «общественное мнение», проанализировать механизмы его формирования в контексте политических практик информационного общества;

- определить особенности влияния информационно-коммуникативных технологий на общественное мнение, в рамках военно-политического кризиса;

- рассмотреть механизмы формирования общественного мнения в условиях Южно-Осетинского военно-политического кризиса;

- изучить политико-технологические ресурсы печатных СМИ по формированию общественного мнения (на примере ситуации в Южной Осетии);

- выявить результативность применения информационно-коммуникативных технологий по формированию общественного мнения в условиях Южно-Осетинского военно-политического кризиса.

**Теоретико-методологические основы исследования.** Для решения поставленных задач потребовалось применить ряд подходов: системный, структурно-функциональный, исторический анализ, сравнительный метод. На основании первого из них изучены институты, которые обеспечивают информационную безопасность государства; второй подход позволил исследовать стратегию формирования общественного мнения в кризисное время посредством задействованных структурных единиц, и их влияния друг на друга. Исторический анализ помог зафиксировать события и факты, которые были необходимы для научного исследования. Сравнительный метод был использован для выявления однотипных военно-политических кризисов, с целью определения их общих специфических черт. Широко также применялись методы социологических и политологических исследований, такие как контент-анализ политических доку-

ментов, специальной литературы, архивных материалов, публикаций в СМИ, анализ результатов социологического исследования.

**Эмпирическую базу исследования составили:** материалы СМИ, фиксирующие событийный ряд военно-политического кризиса в Южной Осетии, материалы социологических опросов общественного мнения по кризису в Южной Осетии (2008г.), опрос общественного мнения, проведенный автором работы среди населения четырех стран: Грузии, Абхазии, России, Южной Осетии, материалы газет «Российская газета» (Россия), «The Times» (Великобритания), «The New York Times» (Соединенные Штаты Америки).

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

- выявлены специфические черты современного военно-политического кризиса и доказано, что они формируются под влиянием «сжатия» пространства во временной и физикалистской/релятивистской проекциях, виртуализации пространства, в том числе и политического;

- определены политические коннотации понятия «общественное мнение» и выявлены механизмы его формирования в ситуации увеличения информационной составляющей современного политического процесса;

- доказано, что в ситуации современного военно-политического кризиса акторы политического процесса, реализуя разнонаправленные задачи, используют традиционные (формирование образа врага, поддержание социальных страхов, трансляция дезинформации, изменение исторической памяти и т.п.), специальные («локальная закрытость информационного пространства», сигнальность информации) и модернизированные под конкретную политическую ситуацию традиционные информационно-коммуникативные технологии;

- выявлены механизмы формирования общественного мнения в ситуации информационного противостояния вокруг Южно-Осетинского военно-политического кризиса и доказано, что специфика этих механизмов вообще и особенности их использования зависят от политико-информационных стратегий противоборствующих сторон;

- определены политико-технологические ресурсы печатных СМИ, направленные на формирование общественного мнения в ситуации военно-политического кризиса, и на основе контент-анализа выявлены основные мес-седжи, транслируемые иностранными и российскими печатными СМИ в общественное сознание;

- разработаны индикаторы результативности применения информационно-коммуникативных технологий формирования общественного мнения в условиях военно-политического кризиса. Вследствие полученных в ходе социологического исследования результатов выявлено, что уровень поддержки общественного мнения напрямую зависит от методичности и периодичности использования технологического набора средств и технологий по формированию общественного мнения.

#### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. В связи с трансформациями современного политического процесса, выражающимися в сжимании пространства во временной, физикалистской проекциях, а так же виртуализации пространства видоизменяются и основные родовые черты понятия военно-политического кризиса. Помимо присущих данному термину основных характеристик, таких как: переломный момент, точка экстремума, переход в другое измерение, появляются новые свойства, присущие современному состоянию военно-политического кризиса: необходимость оперативного принятия политических решений, с целью сохранения актуальности событий, увеличение политических и неполитических акторов оказывающих влияние на военно-политический кризис (государства, мировые СМИ, НКО, мировое общественное мнение), сложность принятия политических решений в условиях противоречивости и многоканальности поступления информации о ходе военно-политического кризиса.

2. Политико-технологические особенности формирования общественного мнения в контексте политических практик современного информационного общества претерпели ряд изменений. На смену пропаганде пришли методы «мягкой силы» или «непрямых действий», выражающиеся в интеллектуальном,

культурном и информационном влиянии политических акторов на общественное мнение с целью его формирования или коррекции. Данные преобразования стали возможными вследствие увеличения количества каналов передачи информации, их многофункциональности, доступности и легкости поиска информационных материалов.

3. В условиях современного военно-политического кризиса акторы политического процесса используют обширный набор методик и механизмов формирования общественного мнения. Помимо традиционных технологических приемов манипуляции массовым сознанием (метод формирования образа врага, поддержания социальных страхов, трансляция дезинформации, изменение исторической памяти), в условиях военно-политического кризиса используются специальные техники влияния на массы («локальная закрытость информационного пространства», масштабность информационной активности, сигналность информации), а так же модернизированные под конкретную политическую ситуацию традиционные информационно-коммуникативные технологии.

4. Информационное противостояние вокруг Южно-Осетинского военно-политического кризиса продемонстрировало многообразие механизмов формирования общественного мнения. В рамках данного информационного противоборства сторонами использовались следующие технологические методики: «отключение исторической памяти», «прививание идеологии народа-победителя», методы «дезинформации», формирование «образа врага», метод «манипуляции числами», технология «приклеивания ярлыков», использования карикатур, как способа упрощения действительности, метод «переноса», или метод «отрицательных персонажей», фальсификация фото и видео материалов (использование карикатурных изображений), метод привлечения «лидеров общественного мнения», метод «страха». Несмотря на применение противоборствующими сторонами ряда идентичных методик формирования общественного мнения, технологические приемы имели специфику использования, зависящую от выбранной стратегии поведения в условиях кризиса.

5. Несмотря на возросшую роль интернета, как наиболее оперативного и независимого средства массовой коммуникации, печатные СМИ остаются важным инструментом формирования общественного мнения. Информационное освещение Южно-Осетинского военно-политического кризиса печатными СМИ как российскими, так и иностранными, имеет определенный ряд отличий, связанных со стратегией поведения государства в кризисе. Особенностью российских меседжей составила идея «оказания содействия, помощи угнетенному Грузией народу Южной Осетии», англоязычных «агрессивное вторжение РФ на территорию суверенное государства».

6. Необходимым условием поддержания определенно-выверенного общественного мнения является методичность и постоянство использования технологического набора средств, для «подогрева» интереса к необходимой тематике. В противном случае, уровень поддержки/несогласия будет методично видоизменяться, что и показали результаты социологического опроса среди населения четырех стран: России, Грузии, Абхазии, Южной Осетии, проведенного автором в 2008 и 2011 гг. соответственно.

**Теоретическая значимость исследования** определяется возможностью использования полученных теоретических и методологических результатов для системного исследования роли и места механизмов формирования общественного мнения в современной политической жизни. Сформулированные автором выводы могут способствовать дальнейшему углубленному теоретическому изучению процессов происходящих в современном политическом мировом пространстве. Кроме того, теоретическая значимость исследования связана с определением специфических свойств современного военно-политического кризиса, а так же технологий формирования общественного сознания в его условиях.

**Практическая значимость исследования** определяется, тем, что материалы исследования могут быть использованы с целью совершенствования управленческой деятельности, как на национальном, так и региональном уровнях. Результаты исследования могут использоваться и при анализе механизмов

принятия политических решений, ориентированных на поиск методик информационной защиты общественного мнения от внешнего воздействия. Рекомендации и выводы работы могут использоваться представителями органов государственной власти, военными специалистами, в области информационной безопасности, журналистами, экспертами в области PR.

Результаты исследования могут быть внедрены в преподавательскую деятельность, в том числе, в учебные курсы по политологии, современному политическому процессу в России, теории информационной и национальной безопасности.

**Область исследования.** Содержание диссертационного исследования соответствует пунктам Паспорта специальности ВАК Министерства образования и науки РФ – 23.00.02 Политические институты, процессы и технологии (политические науки): «б. Особенности и механизмы формирования общественного мнения в политике. Место СМИ в общественной жизни. Функции СМИ. Возрастание роли средств массовой информации в условиях утверждения информационного общества. Интернет и политика. Свобода и ответственность СМИ. Взаимодействие с государственной властью, бизнесом, влиятельными социальными и политическими группами. СМИ в электоральных процессах. СМИ и проблема информационной безопасности. СМИ и проблемы политического манипулирования. Особенности места и роли СМИ в политической жизни современной России».

**Апробация результатов исследования.** Основные положения и выводы диссертации, полученные на различных стадиях исследования, обсуждались на конференциях российского и регионального уровней.

Материалы диссертационного исследования отражены в 7 научных публикациях автора общим объемом 2,4 п. л., в том числе 3 статьи в ведущих научных журналах, рекомендованных ВАК РФ для апробации итогов диссертации.

Научные результаты диссертационного исследования используются в учебном процессе (лекции, семинарские и практические занятия) Кубанского государственного университета.

Диссертация обсуждена на заседании кафедры государственной политики и государственного управления Кубанского государственного университета, где была одобрена и рекомендована к защите по специальности 23.00.02 – Политические институты, процессы и технологии (политические науки).

**Структура диссертации** реализует проблемно-логический принцип в соответствии с выбранной целью и задачами исследования. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав по три параграфа соответственно, заключения, библиографического списка использованной литературы, приложений.

## **II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обоснована актуальность исследуемой темы, оценена степень ее научной разработанности, определены объект и предмет исследования, изложены его цели и задачи, дана характеристика теоретических и методологических основ, охарактеризована эмпирическая база исследования, сформулированы основные положения, выносимые на защиту, выявлена теоретическая и практическая значимость работы, изложены основные результаты исследования, их научная новизна и апробация ключевых положений исследования.

В первой главе – **«Теоретико-методологические основы изучения управления общественным мнением в условиях военно-политического кризиса»** - анализируются основные теоретические подходы к изучению понятия военно-политический кризис, выявляются его специфические черты; рассматривается сущность понятия «общественное мнение», приводятся и систематизируются основные подходы к изучению данного понятия; представлена характеристика технологий влияния средств массовой коммуникации на общественное мнение во время военно-политического кризиса.

В рамках первого параграфа первой главы – «**Военно-политический кризис**» как категория современной политической науки» - отмечается, что важной методологической проблемой в современной науке является отсутствие единой точки зрения на понимание природы двух понятий – конфликт и кризис, что приводит к различным их интерпретациям и создает трудности для научного исследования.

Развивая идеи Г. Хермана и М.М. Лебедевой о том, что кризис является одной из стадий затяжного конфликта, автор приходит к выводу относительно широты используемых понятий. Кризис рассматривается как переломный момент в развитии отношений, а конфликт – это и есть сам процесс взаимодействия, развития отношений. Согласно структуралистской концепции Р. Дарендорфа конфликт есть там, где есть противоречия, как осознанные, так и неосознанные. Если они не разрешаются, а напротив аккумулируются, то накопленная энтропия рано или поздно приводит к кризису.

Среди научного сообщества нет четкого определения понятия «кризис». Как правило, авторы дают трактовку «кризиса» исходя из стадий развития общества. Так, согласно линейной теории развития общества К.Маркса кризисы связаны с устареванием орудий производства, что выливается в экономический кризис. Модернизационные теории также рассматривают кризисы как необходимое условие общественных трансформаций (С. Хантингтон, З. Бауман).

Основными чертами кризиса, рассматривая его через призму синергетики, являются следующие компоненты: конец неопределенности и колебаний (А.А. Богданов), переломный момент (А.Б. Венгеров); Ю.В. Яковец выделяет возможность качественного скачка в другое измерение.

Политический кризис является одним из разновидностей кризисов вообще. Продолжая мысль А.Б. Венгерова, который отмечал, что любой кризис находит свое дальнейшее отражение в кризисе политическом, стоит отметить, что понятие политического кризиса явление более масштабное, чем кризис в политическом конфликте.

Опираясь на идеи С.Я. Лавренова, И.М. Попова предлагается охарактеризовать военно-политический кризис как – наиболее острую, резкую, внезапную фазу политического конфликта, характеризующуюся высокой степенью политической, военной напряженности между двумя или более субъектами, в результате выдвинутой одной из сторон условий, заведомо невыполнимых для другой стороны.

В связи с процессами «сжатия» пространства во временной и релятивистской проекциях, а так же виртуализации мирового сообщества, необходимо отметить современные специфические черты военно-политического кризиса: необходимость оперативности принятия политических решений, влияние мирового сообщества на принятие решений, противоречивость и многоканальность поступления информации.

Во втором параграфе **«Общественное мнение и механизмы его формирования в контексте политических практик информационного общества»** предпринята попытка исследования понятия «общественное мнение» через феномен «массового сознания».

Массовое сознание как явление многогранное находится на пересечении предметных областей различных наук: философия, социология, политология. Отсюда вытекает все разнообразие трактовок вышестоящего термина. Например, представители структурного функционализма считают, что индивидуальное поведение детерминировано воздействием социальных систем на человека (Э. Дюркгейм), сторонники диалектико-материалистической социологии рассматривали массовое сознание через общественные отношения (К.Маркс), для М. Вебера характерен анализ субъективной мотивации как способа создания «идеального типа».

Схожесть терминов массовое сознание и общественное мнение можно найти в работах О.А. Гулевича, О.И. Иванова, Д.П. Гавры, Б.А. Грушина, который предложил термин «эксгрупповое сознание».

Основываясь на идеях О.А. Васильева, основной характеристикой общественного мнения является четкая и яркая выраженность, в то время как в со-

держании массового сознания преобладают чувственные образы, не сформулированные и ясно не артикулированные. Данные образы являются ценностным основанием для формирования общественного мнения. Таким образом, массовое сознание по степени проявления является предшествующей стадией процесса формирования, развития и выражения идей, мнений социальной общности по отношению к проявлениям общественного мнения.

Среди научного сообщества нет единства суждений, относительно возможности и необходимости целенаправленного воздействия на общественное мнение, с целью манипуляции. К сторонникам позитивного отношения можно отнести Н. Макиавелли, Т. Гоббса, А. Тойнби, В. Парето. С началом Первой мировой войны складывается концепция пропагандистского воздействия обосновывающая необходимость целенаправленного формирования общественного мнения. Ее разработкой в разные периоды занимались американские исследователи Э. Аронсон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл, У. Липпман.

В противовес этому, развивались идеи о несовместимости скрытого воздействия на массовое сознание с демократическим типом общества. Работы М. Хоркхаймера и Т. Адорно, Ю. Хабермаса тому подтверждение.

В XXI веке природа политической власти претерпела значительные изменения, ввиду развития информационного общества. Важной характерной чертой современного мироустройства стало использование концепции «мягкой силы», предложенной Дж. Наем мл. Ее особенностью является идея о том, что соблазн эффективнее принуждения. С. Анхольт конкретизирует ресурсы «мягкой власти», говоря о возможности государства влиять на внешнюю и внутреннюю политику.

В качестве современного элемента формирования общественного мнения используется тактика «непрямых действий», которая была разработана Б. Лиддел Гартон. Несмотря на значительные изменения в структуре информационного общества, данная концепция до сих пор остается востребованной и актуальной.

Особенностью современного политического процесса и мировосприятия в целом, можно назвать использование государствами в целях формирования общественного мнения, обширного спектра каналов передачи информации, формирующих это мнение. В качестве данных каналов передачи информации выступают: публикации в СМИ, радиоэфир, использование ТВ, новости в интернете, в том числе (в популярных социальных сетях), слухи, сплетни, фото-видео-материалы и т.д.

В третьем параграфе «Технологии влияния средств массовой коммуникации на общественное мнение в ситуации современного военно-политического кризиса» предпринята попытка анализа теоретических концепций, связанных с определением влияния средств массовой коммуникации на общественное мнение, а так же выявлении специфичных технологий воздействия на общественное мнение в условиях военно-политического кризиса.

В структуре политологического знания существует множество определений понятия «коммуникация». Одни видят в ней передачу информации, идей, оценок от одного человека к другому (Т.В. Науменко), другие - определяют ее в качестве разновидности общения (Н.Ю. Хлызова), третьи склонны считать термины коммуникация и общение синонимами (В.П. Конецкая).

Развивая идеи Рахно Н.В., обосновывается мысль, что массовая коммуникация представляет собой процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) на большие территории, с дифференцированными аудиториями. А сами средства массовой коммуникации представляют собой специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информации на большие территории.

Анализируя влияние средств массовой коммуникации на формирование общественного мнения, в научной литературе существуют два основополагающих подхода: первый подход эмпирический, второй - культурософский. Их различие определяется степенью влияния средств массовой коммуникации на возможность формирования общественного мнения. Так, например, Г. Лассуэлл считается основоположником научного направления, посвященного роли про-

паганды, Г. Шиллер продолжая развивать идеи У. Липпмана, обосновывал необходимость создания политических мифов, П. Лазерсфельд - основоположник модели «двухступенчатой коммуникации».

Проанализировав ряд военно-политических кризисов, происходивших в различных временных промежутках, обосновывается идея о динамике влияния разнообразных средств массовой коммуникации на формирование общественного мнения. И если в начале XX в. основными источниками передачи информации была устная речь и художественная коммуникация (агитационные плакаты), то сегодня невозможно представить себе информационную кампанию по формированию общественного мнения без телевидения, интернета, (в особенности использования популярных социальных сетей, типа Twitter, Facebook, VK и т.д.), видео-фото монтажа, различного рода гаджетов.

В ситуации неопределенности и неочевидности, которые присущи современному политическому кризису, акторы политического процесса используют обширный набор апробированных технологий влияния на общественное мнение. Условно данные технологии можно разделить на 3 составляющие: традиционные технологические приемы формирования общественного мнения, типа метода формирования образа врага, поддержания социальных страхов, трансляция дезинформации, изменение исторической памяти; специальные техники, применяемые на пиковой точке кризиса, когда политическая ситуация дошла до точки экстремума - «локальная закрытость информационного пространства», масштабность информационной активности, сигнальность информации, и наконец, модернизированные под конкретную политическую ситуацию традиционные информационно-коммуникативные технологии.

Во второй главе **«Процессы и технологии формирования общественного мнения в условиях военно-политического кризиса (на примере Южноосетинского военно-политического кризиса)»** рассматриваются технологические особенности формирования общественного мнения в условиях Южноосетинского военно-политического кризиса; определены политико-технологические ресурсы печатных СМИ, выявлены основные месседжи,

транслируемые иностранными и российскими печатными СМИ; представлена результативность применения информационно-коммуникативных технологий воздействия на общественное мнение.

В первом параграфе **«Механизмы формирования общественного мнения в ситуации информационного противостояния вокруг Южно-Осетинского военно-политического кризиса»** выявлены механизмы и технологии, которые использовались в ходе военно-политического кризиса в Южной Осетии, как со стороны Грузии, так и России.

Обосновывается необходимость исследования технологических приемов формирования общественного мнения в различные периоды эскалации кризиса в Южной Осетии. Было выделено традиционное деление кризиса на три составные части: предкризисное время (подготовка к противостоянию), один или несколько инцидентов, после которых начинается стадия открытого информационного противоборства, и завершающий этап, на котором напряженность информационного противоборства снижается.

Особенностями предкризисного времени стала активная подготовка обоих государств к возможному военному варианту развития событий. Это подтверждается увеличением расходов на военные нужды, сотрудничеством с западными фирмами, специализирующимися на PR-мероприятиях, плановыми военными учениями, проходившимися вблизи от территории Южной Осетии, и их активное информационное освещение. На данном этапе проанализированы следующие технологические приемы формирования общественного мнения: «отключение исторической памяти», «прививание идеологии народа-победителя», методы «дезинформации», формирование образа врага, привлечение мирового внимания к существующей ситуации посредством многомиллионных митингов в поддержку/протест.

Стадия открытого информационного противоборства предполагает выделение многообразия методов формирования общественного мнения: метод «манипуляции числами», технология «приклеивания ярлыков», использования карикатур, как способа упрощения действительности, метод «переноса», или ме-

год «отрицательных персонажей», фальсификация фото и видео материалов (использование карикатурных изображений), метод привлечения «лидеров общественного мнения», метод «страха» и т.д.

Характерной чертой завершающего этапа, с точки зрения информационного противоборства, стало использование следующего технологического приема: переключение каналов формирования общественного мнения с новостных сюжетов, использующих публицистический стиль подачи информации на художественный, где основной акцент делается на полнометражные фильмы. Так, например, с российской стороны вышла работы под названием «Война 08.08.08. Искусство предательства» и «Олиmpiус Инферно», Грузия ответила следующими картинами - «Хроники грузинского августа», при поддержке США «5 дней августа».

Анализируются каналы распространения информации в условиях военно-политического кризиса в Южной Осетии. В качестве таковых выделяются следующие средства массовой коммуникации: телевидение, печатные СМИ, радио, интернет. На основании анализа выделяется следующий набор апробированных технологий: изменение тональности новостных материалов, подлог сайтов с похожими адресами, фальсифицированное интернет-голосование, отключение интернет-домена RU на территории Грузии и т.д.

Кроме того, выявлены недостатки в работе российских специалистов, занимающихся информационной безопасностью (информационным освещением) событий в условиях военно-политического кризиса. К недостаткам относится запоздалое открытие международного пресс-центра «Кавказ -2008» (28 августа 2008г.) в сравнении с грузинской стороной (5 августа 2008г.), слабая организационная структура работы органов СМИ с военными ведомствами, отсутствие оперативной информации для подачи в печать, с целью формирования мирового общественного мнения.

Резюмируется, что Грузия в информационном пространстве в течение военно-политического кризиса строила свои действия на тактике массированного нападения. Этой стороной преимущественно использовались технологические

схемы англосаксонской модели психологического управления конфликтами и кризисами, тогда как Российская сторона выбрала романо-германскую оборонительную позицию в информационном противостоянии с Грузией. Ее особенностью является урегулирование кризиса с помощью переговорного процесса и информационные ответы оппоненту.

Обосновывается идея о том, что, несмотря на применение противоборствующими сторонами ряда идентичных методик формирования общественного мнения, технологические приемы имеют и определенные различия, в зависимости от выбранной стратегии поведения в кризисе.

В параграфе **«Политико-технологические ресурсы печатных СМИ по формированию общественного мнения (на примере военно-политического кризиса в Южной Осетии)»** представлены качественные и количественные показатели материалов, публикуемых в СМИ в период военно-политического кризиса в Южной Осетии.

В качестве исходного материала для контент-анализа российских СМИ послужила федеральная газета «Российская газета», американская пресса представлена газетой «The New York Times», анализ европейских печатных СМИ проводился посредством газеты – «Times».

Автором работы были выделены параметры информационных кампаний в печатных изданиях, оказывающих влияние на формирование мирового общественного мнения при этом озвучивающих позицию одной из конфликтующих сторон. В качестве данных параметров выступили: количество статей, опубликованных в исследуемый период; количество журналистов, задействованных в освещении происходящих событий; актуальность и оперативность выхода материала в печать; эмоциональная окраска статей (негативная информация, нейтральная, позитивная); тематика статей (новостная лента, аналитика, экспертное мнение, официальные документы); количество цитируемого материала и повторяемость словосочетаний для формирования определенных стереотипов в глазах общественного мнения; собирательный образ государств, лидеров и их оппонентов в глазах мировой общественности.

Доказывается, что военно-политический кризис в Южной Осетии обширно представлен в российских и мировых информационных сводках, причем на пике информационных поводов с пометкой «главное», оставляя далеко позади проходившую параллельно летнюю олимпиаду в Пекине. За анализируемый период суммарный показатель информационной активности СМИ по военно-политическому кризису в Южной Осетии составляет 332 материала, в сравнении с аналогичным исследовательским периодом количества статей в информационном противоборстве в Ливии, по свержению президента страны М. Каддафи - 430. ( Показатель статей в ходе информационного противоборства в Ливии обуславливается несколькими причинами: необходимостью формирования СМИ США мирового общественного мнения, в целях оправдания военного вмешательства стран НАТО в дела Ливии, вторая - меньшая заинтересованность публикаций с российской стороны).

Обосновывается мысль о деятельности СМИ в условиях военно-политического кризиса с позиции «оправдания действий властей».

На основании проведенного анализа выделяется разница поведения СМИ в условиях военно-политического кризиса в Южной Осетии: особенностью российской стороны стала позиция «оказания содействия, помощи» угнетенному Грузией народу Южной Осетии, т.е. оборонительная позиция, а характерной чертой англоязычных СМИ - агрессивный настрой, т.е. позиция наступления.

Наиболее повторяемые словосочетания, используемые журналистами для создания «штампов» в массовом сознании в Российской газете: «независимость Южной Осетии и Абхазии», «геноцид югоосетинского народа», «операция по принуждению Грузии к миру», «проект Саакашвили» и т.д, в газете «The New York Times» - «сепаратистский регион Южная Осетия и Абхазия», «Цхинвал - провинция повстанцев», «целостность Грузии» и т.д.

При изучении материалов печатных СМИ были выявлены наиболее часто встречающиеся технологические приемы формирования общественного мнения: метод приклеивания ярлыков, подмена понятий, количественные неточности, красочная визуализация событий и т.д.

В третьем параграфе «Оценка результативности применения информационно-коммуникативных технологий формирования общественного мнения в условиях Южноосетинского военно-политического кризиса» исследуется результативность применения технологий для формирования общественного мнения в кризисных условиях.

Обосновывается тезис о необходимости постоянного поддержания в массовом сознании стереотипов/информации, иначе уровень поддержки будет методично видоизменяться.

Составленная автором социологическая анкета направлена на сбор информационной результативности по формированию общественного мнения среди респондентов четырех государств, втянутых в конфликт: Россия, Грузия, Южная Осетия и Абхазия. На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что четко прослеживается корреляция точки зрения, которую СМИ «навязывали» общественному мнению во время военно-политического кризиса в августе 2008 г. с мнением опрошенных в 2011 г. Т.е. российские респонденты винят в политическом противостоянии с применением военной техники Президента Грузии М. Саакашвили и его союзников, грузинское население – придерживается мнения о необходимости наведения порядка на всей территории Грузии, обвиняя Россию в вероломном нарушении грузинского суверенитета. Абхазию и Южную Осетию совместно интересует вопрос независимости республик и их свободы от грузинского гнета. Отсюда основное видится в том, что общественное мнение у населения четырех стран было «накачено» внутренней пропагандой, основанной на воспроизведении фраз, которые были озвучены лидерами общественного мнения и прокручены СМИ во время военно-политического кризиса в Южной Осетии несколько сотен раз.

Целями социологического исследования являлись количественные показатели населения четырех стран по следующим позициям: знание о военном противоборстве в Южной Осетии в августе 2008 г.; выявление страны-инициатора военных действий; необходимость вмешательства России в противоборство между Грузией и Южной Осетией; информационная освещенность ходом воен-

ных действий в Южной Осетии; возможность получения альтернативной точкой зрения на военно-политический кризис; информационная победа или поражение стран участниц военно-политического кризиса; зависимость международного авторитета страны от проигрыша или победы в ходе военно-политического кризиса.

Показательна позиция респондентов из Грузии, которые высказались в пользу России по вопросу вмешательства в урегулирование кризиса. Так, в 2008г. количество опрошенных респондентов одобрявших Российское вмешательство в Южно-Осетинский кризис составляло 26%, а показатель за 2011г. составил 40%. Эти показатели говорят о том, что в Грузии, в связи с прохождением временного отрезка после военно-политического кризиса, уменьшилось влияние государства на массовое сознание, а во-вторых - в данной стране все еще остается весомая часть населения, у которой российская внешняя политика в отношении Грузии пользуется латентной поддержкой. Другую позицию мы видим в отношении России. В данном случае происходит падение показателей относительно одобрения действий российских властей с 77% в 2008 г. – до 67% в 2011г. соответственно.

Заслуживает внимания и дополнительного научного исследования процентный показатель недоверия собственным СМИ возрастной группы российских респондентов в возрасте от 19 лет до 41 года. Так, по результатам за 2011г. - 73% респондентов видят в собственных СМИ лишь источник лживой информации, что впоследствии может сказаться на общем уровне доверия власти. Во время военно-политического кризиса этот показатель достиг максимума – 81% в данной возрастной категории.

Доказано, что, несмотря на то, что Россия получила огромную поддержку со стороны собственного населения (67%) на возможность вмешаться в конфликт между Грузией и Южной Осетией, а так же колоссальное одобрение жителей Абхазии (91%) и Южной Осетии (86%), она так и не смогла полноценно проникнуть на европейское, американское и другие медиа-пространства, завоевать доверие западных обывателей, и склонить мировое общественное мнение

для одобрения своей позиции, во время пиковой точки военно-политического кризиса. Так, лишь 2% респондентов из Грузии получали альтернативную информацию о ходе военно-политического кризиса в ходе просмотра российского канала, вещающего на английском языке «Russian Today». Таким образом, Россия достойно сработала в вопросе формирования общественного мнения на внутренней аудитории, однако за ее пределами не была услышана.

В заключении подводятся основные итоги диссертационного исследования, формулируются основные выводы и практические рекомендации:

- необходимо при содействии органов государственной власти и их непосредственном участии, организовать лекционные и практические занятия с военными специалистами, отвечающими за информационную безопасность, журналистами, освещающими событийный ряд в кризисных условиях, информационными агентствами, PR-специалистами. Эти действия приведут к разграничению обязанностей в структурах, повысят коммуникабельность между ведомствами, улучшится уровень знаний и навыков поведения людей в кризисных условиях;

- важно увеличить количество информационного присутствия в англоязычных СМИ. Для этого необходима целенаправленная работа с иностранными СМИ, их корреспондентами, иностранными компаниями, работающими в сфере PR, по налаживанию тесных связей и партнерских отношений;

- добиться повышения доверия к российскому телеканалу, вещающему на иностранном языке - «Russian today», чтобы в необходимый момент использовать его в качестве полноценного источника информации на европейской аудитории;

- сформировать и апробировать базу информационно-коммуникативных приемов и методов, способных перевести Россию из оборонительной позиции в позицию мгновенного информационного реагирования.

### **III. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В 7 ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА ОБЩИМ ОБЪЕМОМ 2,4 П.Л.:**

*Научные статьи, опубликованные в рецензируемых журналах, входящих в реестр ВАК РФ:*

1. Ватутин, А.Н. Сравнительный анализ общественного мнения стран участниц конфликта в Южной Осетии / А.Н. Ватутин // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – №2. – С. 111-115 (0,5 п.л.)
2. Ватутин, А.Н. Противоречивая природа понятий «конфликт» и «кризис»: теоретико-методологические основания исследования / А.Н. Ватутин // Человек. Сообщество. Управление. – 2012. – №3. – С. 49-55 (0,5 п.л.)
3. Ватутин, А.Н. Технологические особенности формирования общественного мнения в кризисных условиях / А.Н. Ватутин // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – №2. – С. 45-51 (0,5 п.л.)

*Другие публикации:*

4. Ватутин, А.Н. Политическая карикатура как механизм информационного воздействия на общественное сознание (на примере ситуации в Южной Осетии) / А.Н. Ватутин // Социальный и человеческий капитал как основа инновационного развития местных сообществ. Тезисы Всероссийской конференции молодых ученых, Краснодар, 6-9 октября 2010. Краснодар: КубГУ. – 2010. – С.41-43 (0,3 п.л.)
5. Ватутин, А.Н. Механизмы формирования общественного мнения в условиях военно-политического конфликта (на примере ситуации в Южной Осетии) / А.Н. Ватутин // V Всероссийский конгресс политологов: Изменения в политике и политика изменений: стратегии, институты, акторы. Москва, 20-22 ноября 2009 г. М.: РАПН. –2009. – С.505–506 (0,3 п.л.).
6. Ватутин, А.Н. Сравнительный анализ информационной составляющей управления конфликтами в Южной Осетии и Ливии / А.Н. Ватутин //

Человек. Сообщество. Управление: взгляд молодого исследователя. Управление (статья): материалы XI Всерос. науч. практ. конф. Краснодар: КубГУ. – 2011. – С. 65-70 (0,3 п.л.)

7. Ватутин, А.Н. Механизмы формирования общественного мнения в условиях военно-политического конфликта (на примере ситуации в Южной Осетии) / А.Н. Ватутин // Изменения в политике и политика изменений: стратегии, институты, акторы. V Всероссийский конгресс политологов. II Форум молодых политологов. Москва, 20 - 22 ноября 2009 г. Материалы конгресса (электронное издание). М.: РАПН – 2009.

**ВАТУТИН АЛЕКСЕЙ НИКОЛАЕВИЧ**

**ПОЛИТИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ  
ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

**Автореферат**  
диссертации на соискание учёной степени  
кандидата политических наук  
(политические науки)

Научный руководитель:  
кандидат политических наук, доцент  
А.И. Кольба

Текст автореферата размещен на сайтах:  
ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации  
<http://vak2.ed.gov.ru/catalogue>;  
ФГБОУ ВПО «ПГЛУ» - <http://pglu.ru/science/diss/>

---

ФГБОУ ВПО «КубГУ»

Подписано в печать 28 мая 2013.  
Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная. Печать цифровая.  
Усл. печ.л. 1,2. Тираж 110 экз. Заказ 1471.8

Издательско-полиграфический центр КубГУ  
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

---