

УДК 32.019.5 – 053.81

ВОСПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ КАК СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

Некрасов С.Ф.

*Сибирский институт управления – филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
Новосибирск, e-mail: bondar4455@rambler.ru*

В статье воспроизводство рассматривается в широком смысле как целостная система воспроизводства общественной жизни, коллективных суждений людей, а не только их материальных условий. Социальное воспроизводство представляет собой непрерывный процесс воссоздания различных социальных групп, общественной жизни людей и системы отношений. При этом воспроизводство является не только процессом повторения, возобновления на сложившемся уровне, но и процессом качественного развития, непрерывного накопления количественных и качественных изменений, создания импульсов и условий для непрерывного развития. Автор делает акцент на том, что воспроизводство общественного мнения – это социально-политический процесс создания коллективных суждений, необходимых для существования и развития общества. Процесс воспроизводства общественного мнения выглядит как цепочка шагов, подчиненных решению задач создания определенного мнения. Процесс воспроизводства мнений – это динамичный социально-политический процесс, состоящий из взаимосвязанных между собой процессов формирования и выражения общественного мнения. Анализ показывает, что борьба за власть, очевидно, смещается от «классической» постановки вопроса о власти и собственности на средства материального производства в плоскость борьбы за власть и собственность на средства производства общественного мнения. На данном этапе социального развития важным средством производства мнений являются СМИ.

Ключевые слова: социально-политический процесс, воспроизводство, общественное мнение, средства массовой информации

REPRODUCTION OF PUBLIC OPINION AS A SOCIO-POLITICAL PROCESS

Nekrasov S.F.

*Siberian branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Novosibirsk, e-mail: bondar4455@rambler.ru*

Article reproduction in a broad sense as a holistic system of reproduction of social life, the collective judgment of people, not only their material conditions. Social reproduction is a continuous process of rebuilding the various social groups, social life and relationships. In this reproduction is not only a process of repetition, renewal at the current level, but also by the quality of development, continuous accumulation of quantitative and qualitative changes, creating pulses and conditions for sustainable development. The author emphasizes that the reproduction of public opinion – is a socio-political process of creating collective judgments necessary for the existence and development of society. Reproduction process of public opinion looks like a chain of steps, subordinates the challenges of creating a definite opinion. Reproduction process of opinion – a dynamic socio-political process consisting of interconnected processes of formation and expression of public opinion. Analysis shows that the struggle for power, obviously shifted from the «classic» of the question of power and ownership of the means of material production in the plane of the struggle for power and ownership of the means of production of public opinion. At this stage of social development an important means of production are the opinions media.

Keywords: socio-political process, reproduction, public opinion, the media

Воспроизводство – это процесс постоянного повторения и возобновления производства. В современной науке воспроизводство воспринимается как «непрерывный процесс возобновления производства благ, а также непрерывный процесс возобновления производственных отношений по поводу производства, распределения обмена и потребления этих благ» [10, с. 55]. Общественное воспроизводство, по мнению В.С. Сизова, – это «постоянное возобновление (иначе говоря, воспроизводство), во-первых, процесса производства разнообразных благ и оказания различного вида услуг, во-вторых, экономических отношений общества, в-третьих, рабочей силы с учетом ее уровня и качественных параметров на фундаменте воспроизводства народонаселения» [8, с. 14].

Социальное воспроизводство представляет собой непрерывный процесс воссоздания различных социальных групп, общественной жизни людей и системы отношений. Воспроизводство человека осуществляется как на уровне семьи, так и на уровне всего общества, с учетом необходимости воспроизводства многогранной природы человека: биологической, социальной, профессиональной и культурной. В круговороте жизни люди взаимодействуют друг с другом на «конвейере воспроизводства» общественной системы со всеми ее нюансами – политическими институтами, социальной структурой, материальным производством и т.д. Из этого следует, что люди, сознательно или бессознательно, участвуют в процессе социального воспроизводства.

А.А. Уланов в связи с этим замечает, что социальное воспроизводство можно определить как «процесс репродукции существовавших ранее элементов социума – символического пространства (социальной структуры, иерархии, отношений, характеризующих это пространство) и тенденций формирования в нем новых элементов общественного бытия (символов, смыслов, отношений и др.), где субъект общественных преобразований и сам социум предстают как саморазвивающиеся системы» [9, с. 37]. А.А. Пископелль и Г.Л. Смолян в зависимости от результатов деятельности выделяют «четыре вида общественного производства и воспроизводства: материальное производство (вещей), духовное производство (духовных значений), производство и воспроизводство самих людей (как биологических и социальных индивидов), производство и воспроизводство общественных отношений (форм общения) между людьми» [7, с. 69]. Добавим, что социально-политическое воспроизводство представляет собой непрерывный процесс воссоздания социальных групп и слоев населения, изменений в их социальном положении, политическом поведении и общественном мнении.

Существование социально-политической системы общества невозможно без систематического возобновления процесса производства ее элементов. Вместе с тем И.Н. Олейникова подчеркивала, что «воспроизводство есть не только процесс повторения, возобновления на сложившемся уровне, но и качественное развитие, непрерывное накопление количественных и качественных изменений, создание импульсов и условий для непрерывного развития. Качественная поступательная динамика – это сущностная характеристика воспроизводства» [6, с. 55].

В рамках социокультурной теории на основе такого классификационного принципа, как жизнеспособность системы Н.Ц. Шойдокова выделяет «следующие виды социокультурного воспроизводства: деструктивное воспроизводство, связанное с недостаточной способностью субъекта преодолевать внутренние и внешние противоречия, удерживать на минимальном для этого субъекта уровне эффективность воспроизводства; простое (статичное) воспроизводство, поддерживающее достигнутый уровень эффективности на неизменном или мало изменяющемся состоянии; интенсивное (динамичное) воспроизводство, характеризующееся возрастанием эффективности новаторской деятельности» [13, с. 13]. При этом И.Н. Олейникова современную систему общественного воспроизводства характери-

зует как «инновационное воспроизводство, основу которого составляет новое научное знание, передовые информационные технологии, услуги, продукты» [6, с. 38].

Из всего вышесказанного следует сделать вывод, что при создании общественного мнения необходимо вести речь не о процессе формирования, а о процессе его производства и воспроизводства. В монографии «Формирование общественного мнения населения крупного города (опыт изучения)» отмечается: «Одной из слабо разработанных областей является проблематика, связанная с осмыслением процессов производства (формирования) общественного мнения. Актуальность разработки этой проблематики обусловлена не только потребностями развития теории и методологии исследования общественного мнения, но также практическими задачами его включения в решение актуальных проблем развития российского общества» [11, с. 5]. При этом авторами подчеркивается необщепринятый характер употребления понятия «производство общественного мнения», чаще используется понятие «формирование общественного мнения». Вслед за авторами, отдавая дань уважения традиции, мы используем оба понятия, хотя отдаем предпочтение понятиям «производство» и «воспроизводство».

Воспроизводство общественного мнения – социально-политический процесс создания коллективных суждений, необходимых для существования и развития общества. Тот факт, что именно в процессе воспроизводства создаются очень важные для существования людей коллективные суждения, свидетельствует об определяющей их роли в жизни общества. Процесс воспроизводства общественного мнения выглядит как цепочка шагов, подчиненных решению задач создания определенного мнения. Процесс воспроизводства мнений – это динамичный социально-политический процесс, состоящий из взаимосвязанных между собой процессов формирования и выражения общественного мнения.

Управление процессом создания общественного мнения, по утверждению авторов работы «Общественное мнение и пропаганда», предполагает «знание того, как возникает данное социальное явление, при каких условиях и под влиянием каких факторов оно складывается, какова динамика процесса его становления, какими качествами обладает утвердившееся мнение. И прежде всего, оно требует решения проблем методологического характера, касающихся возможностей самого управления, его целей и задач, объекта и субъекта управления»

[5, с. 20]. При этом производство общественного мнения, как утверждается в работе «Формирование общественного мнения населения крупного города (опыт изучения)», нельзя сводить только к «системе целенаправленных на него воздействий, как это нередко понимается в отечественной литературе. Оно включает в себя объективные и субъективные, сознательные и стихийные компоненты. Формирование общественного мнения – процесс выработки и закрепления (кристаллизации) совокупности относительно устойчивых коллективных суждений, чувств, поведенческих установок различных социальных общностей по представляющим для них интерес проблемам» [11, с. 9].

С.Ю. Хлыстунов утверждает, что воспроизводство в «общественном сознании определенных ценностных систем всегда было и остается идеологическим инструментом управления, наряду с административным и экономическим принуждением, осуществляемыми на всех уровнях социальной организации» [12, с. 3]. При этом М.Н. Грачев обращает внимание на то, что «анализ проблемы борьбы за власть, очевидно, смещается от «классической» постановки вопроса о власти и собственности на средства материального производства в плоскость борьбы за власть и собственность на средства производства общественного мнения» [1, с. 89].

Важным средством производства мнений являются СМИ. В частности, как заметил А.Н. Моисеев, СМИ занимаются «тиражированием социального заказа власти: создают и регулярно воспроизводят востребованный властью миф о самой себе» [4, с. 82]. Но здесь следует согласиться с Э.Д. Дагбаевым, который утверждает: «В различных политических системах организация массово-информационного продукта производится с двух позиций: общественной (в интересах общества) и политической (в интересах политических групп)» [2, с. 68]. Признаем, что СМИ производят общественное мнение не только в интересах властных структур, но и общественности.

Следует заметить, что, в отличие от проблемы производства общественного мнения, политологи практически не уделяют должного внимания средствам этого производства. М.Н. Грачев замечает, что «...современные всепроникающие СМК, ставшие главной особенностью нынешней социальной действительности, воспринимаются как нечто само собой разумеющееся, о чем едва ли стоит особо задумываться. Интерес вызывают не сами средства коммуникации, а те «информационные продукты», которые

распространяются с их помощью, – применительно к той или иной проблеме, требующей своего разрешения, в роли которой чаще всего выступает идеология» [1, с. 89–90]. И эти «информационные продукты» в общей своей совокупности оказывают влияние на характер производства мнений в обществе. СМИ штампуют его, как на промышленном потоке. Средства массовой информации, будучи частью современной действительности, в конечном итоге воспроизводят ее.

На фоне распада господствовавшей ранее системы ценностей возникает необходимость, «с одной стороны, восстановить преемственность поколений, с другой, – найти механизмы воспроизводства социально значимых ценностей, соответствующих современной эпохе, – рассуждает И.В. Жилавская. – Сегодня ушла в прошлое прежняя система воспитания молодого человека, в значительной степени утрачена и традиционная воспитательная функция СМИ. При этом только обозначилась новая модель коммуникативных отношений, когда молодежная аудитория, как объект идеологических, психологических, педагогических, культурологических и прочих воздействий переходит в состояние субъектности и начинает участвовать в процессе духовного производства» [3, с. 13].

В заключение отметим, что воспроизводство общественного мнения связано прежде всего с общими закономерностями социального развития, а также с особенностями духовной жизни, конкретной ситуацией и местными условиями, характером субъекта и объекта, действующими СМИ, поставленной целью и рядом других конкретных моментов, которые нужно иметь в виду в каждом отдельном случае. При этом очень важно учитывать специфику процесса, т. е. какое общественное мнение формируется, является ли оно новым или обогащается, расширяется, стабилизируется уже существующее мнение или изменяется ранее сформированное мнение. Знание закономерностей воспроизводства общественного мнения дает возможность субъектам политики целенаправленно и гибко влиять на всю духовную жизнь общества, помогает понять динамику общественных процессов.

Список литературы

1. Грачев М.Н. Средства коммуникации как инструмент преобразования социально-политической действительности // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – С. 88–103.
2. Дагбаев Э.Д. Средства массовой информации: динамические модели политической коммуникации. – Улан-Удэ, 2004.

3. Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008.
4. Моисеев А.Н. Средства массовой информации и общественное сознание. – Чебоксары, 2009.
5. Общественное мнение и пропаганда / отв. А. К. Уледов. – М., 1980.
6. Олейникова И.Н. Воспроизводственные процессы: вопросы теории и методологии. – Таганрог, 2003.
7. Пископпель А.А., Смолян Г.Л. Инфосфера общества (теоретический анализ понятия). // Проблемы инфовзаимодействия: международный научный сборник / сост. и науч. ред. В.З. Коган. – Новосибирск, 1993.
8. Сизов В.С. Стратегическое управление воспроизводственным процессом. – М., 2004.
9. Уланов А.А. Современные тенденции и механизмы социального воспроизводства. – Уфа, 2008.
10. Федорова Ю.В. Общественные блага в пофазной динамике воспроизводства. – Саратов, 2004.
11. Формирование общественного мнения населения крупного города (опыт изучения) / отв. ред. О.И. Иванов. – СПб., 1996.
12. Хлыстунов С.Ю. Средства массовой информации российского общества в условиях идеологической глобализации: автореф. дис. ... д-ра полит. наук. – Саратов, 2008.
13. Шойдокова Н.Ц. Роль современной молодежи в социокультурном воспроизводстве: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Чита, 2007.
3. Zhilavskaya I.V. Streamline communication media and youth audience through media education strategies and technologies: Author. dis. ... Cand. Philology. Sciences. Moscow, 2008.
4. Moiseev A.N. Media and public consciousness. Cheboksary 2009.
5. Public opinion and propaganda / Ed. A.K. Uledov. M., 1980.
6. Oleinikova I.N. Reproductive processes: theory and methodology. Taganrog, 2003.
7. Piskoppel A.A., Smolyan G.L. Infosfera society (theoretical analysis of the concept). // Problems infovzaimodeystviya. International scientific collection. / Comp. and scientific. Ed. V.Z. Kogan. Novosibirsk, 1993.
8. Sizov V.S. Stewardship reproduction process. M., 2004.
9. Ulanov A.A. Current trends and mechanisms of social reproduction. Ufa, 2008.
10. Fedorova U.V. Public goods in single-phase dynamics of reproduction. Saratov, 2004.
11. Formation of public opinion in a large city (a learning experience) / Ed. O.I. Ivanov. St. Petersburg, 1996.
12. Khlystunov S.Y. Media of Russian society in terms of ideological globalization: Author. dis. ... Drs. watered. Sciences. Saratov, 2008.
13. Shoydokova N.C. The role of today's youth in social and cultural reproduction: Author. dis. ... Candidate Philosophy ... Sciences. Chita, 2007.

References

1. Grachev M.N. Means of communication as a tool to transform the socio-political reality // Bulletin of the Russian Peoples' Friendship University. Series: Politics. pp. 88–103.
2. Dagbaev E.D. Media: dynamic models of political communication. Ulan-Ude, 2004.

Рецензенты:

Гомеров И.Н., д.пол.н., профессор кафедры политических наук и технологий, Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС, г. Новосибирск;

Демидов В.В., д.и.н., заведующий кафедрой гуманитарных основ государственной службы, Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС, г. Новосибирск.

Работа поступила в редакцию 21.03.2014.