

ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА СТРАН И ФАКТОР ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ*

Факты свидетельствуют о том, что мировая общественность, как в целом, так и в отдельных странах, активно реагирует на события, происходящие в мире, а её мнение постепенно превращается в фактор внешней политики, потенциальные возможности которого велики.

В последние годы постоянно растущий уровень участия представителей мировой общественности в сфере внешней политики очевиден. Во многом именно этим обстоятельством объясняется также неизменно возрастающее внимание исследователей к проблемам внешней политики в контексте их рассмотрения сквозь призму такого феномена, как «общественное мнение».

В настоящее время общественное мнение – важный и неотъемлемый атрибут жизни практически всех стран мира. Вступая во взаимодействие с традиционными компонентами – участниками внешнеполитического процесса, общественное мнение отражает отношение различных групп общества к внешней политике в целом. Кроме того, при наличии ряда обстоятельств, общественное мнение, вторгаясь в область внешней политики, может оказать воздействие на принятие решений в этой сфере, превращаясь в механизм, действие которого накладывает отпечаток на развитие существующей в данный момент системы международных отношений. Учитывая усиливающую активность, которую в последние годы проявляет общественность в политической сфере жизни общества, можно утверждать, что значимость феномена общественного мнения постепенно растёт: эти тенденции отмечены как у нас в стране, так и за её пределами – в странах Запада и Востока. При этом, не ограничивая сферу своего влияния исключительно внутривнутриполитической областью, общественное мнение вторгается нередко в область внешней политики.

* Исследование проведено при финансовой поддержке РГНФ грант № 15-03-00224, руководитель проекта доктор исторических наук С. Н. Погодин.

Общественное мнение – это океанские волны. Некоторые политические лидеры способны провести по ним свой корабль в определённую гавань.

Существуют целый набор факторов внутривнутриполитического характера, которые, действуя в комплексе, в той или иной степени оказывают влияние на формирование и осуществление внешнеполитического курса отдельных стран мира. Среди подобного рода факторов – общественное мнение. Сам термин, его обозначающий, появился в Англии в XII веке. По некоторым источникам, его возникновение связано с именем английского государственного деятеля, писателя Дж. Солсбери и представляет буквальный перевод сочетания двух слов «Public Opinion». [12]. Понятие «Общественное мнение» трактуется как способ массового сознания, в котором проявляется отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям действительной жизни, затрагивающим их интересы и потребности. Представляется, что общественное мнение получает своё выражение в разнообразной форме, а общественность, как его носитель, из представителей которой состоят политические партии и гражданское общество, использует для его создания различные каналы. Возможность получения информации сегодня имеет своим следствием превращение внешнеполитического процесса в гораздо более открытую для населения систему, большое значение имеет также рост вовлечённости широких кругов людей в обсуждении различных международных вопросов.

В нашей стране интерес по отношению к общественному мнению возник в 1960-е годы, он остаётся устойчивым и к данному моменту. Первым, кто дал определение понятию «общественное мнение», был А.К. Уледов. [1]. Рассматривая общественное мнение как одну из форм общественного сознания, он считал, что это есть «оценочное суждение больших общностей людей по общезначимым вопросам социальной жизни, затрагивающим их общие интересы», а его субъектом является общество в целом [12].

Российский учёный Б.А. Грушин определил общественное мнение как плюралистическое образование, характеризующееся массовостью. Критикуя подход А.К. Уледова, Б.А. Грушин считал, что носителями общественного мнения помимо общества в целом, могут быть различные общности людей, объединяющиеся в группы [2].

В результате, если брать за основу подход Б.А. Грушина, то субъектом общественного мнения может быть и большинство, и меньшинство, и такая позиция, на наш взгляд, в большей мере отражает всю сложность такого феномена, как общественное мнение.

Е. Егорова – Гантман и К. Плешаков предложили использовать, говоря о субъектах общественного мнения, методику «трёх страт». Речь идёт о трёх основных, по их мнению, носителях общественного мнения. Во-первых – руководство страны, представленное официальными лидерами. Во-вторых – элита. В-третьих – массы. Отсюда – общественное мнение есть отличающееся интенсивностью и относительной стабильностью оценочное суждение социальных общностей к вопросам, представляющим для них интерес [3].

Интерес вызывает также вышедшая в 1990-е годы работа В.М. Герасимова, предпринявшего попытку рассмотреть общественное мнение в политическом контексте. Он пришёл к выводу, что существует тесная взаимосвязь между властью и общественным мнением и пренебрегать ею невозможно [4].

Необходимо также назвать работы исследователя из Санкт-Петербурга Д.П. Гавра, сравнившего общественное мнение с воздухом, который необходим для дыхания демократии: когда он есть, его не замечают, но его отсутствие может привести к гибели организма. На основе разработанных им системы критериев [5] Д.П. Гавра выделяет следующие «режимы взаимодействия власти и общественного мнения»:

1. Режим подавления общественного мнения со стороны властных структур;
2. Режим игнорирования общественного мнения;
3. Режим патернализма власти по отношению к общественному мнению;
4. Режим сотрудничества;
5. Режим давления общественного мнения на власть;
6. Режим диктатуры общественного мнения [6].

Из работ современных исследователей выделяются и достойны внимательного изучения публикации Д.В. Кузнецова. Он является автором более 70 публикаций, тематика которых непосредственно связана с международными отношениями. В центре его научного внимания – проблематика, связанная с рассмотрением сквозь призму общественного мнения международных проблем, а также многочисленные аспекты, касающиеся взаимодействия внешней политики и общественного мнения

[7]. В числе его работ кроме многочисленных журнальных статей несколько монографий: «Арабо-израильский конфликт и Франция: внешняя политика и общественное мнение» [13], «Югославский кризис: взгляд сквозь призму общественного мнения» [14], «Проблемы нераспространения оружия массового уничтожения и общественное мнение» (в 2-х ч.; 2009) и др.

Несмотря на вышеуказанное, приходится отметить, что отечественные учёные в теоретическом плане, склонны рассматривать общественное мнение как исключительно характерное для внутренней политики явление. В европейских странах и США давно существует институт опросов общественного мнения, к которому в России относились достаточно долго скептически.

Между тем самым известным в нашей стране исследователем, деятельность которого оказалась, связана полностью с изучением общественного мнения США, стала М.М. Петровская. В 1977 году М.М. Петровская защитила диссертацию на соискание учёной степени кандидата исторических наук по теме «Опросы общественного мнения в США и их роль в общественно-политической жизни страны», что стало неким рубежом в истории отечественной американистики [8]. В своих многочисленных работах М.М. Петровская подвергла анализу состояние общественного мнения США в отношении разнообразных проблем внешней политики. В её работах освещены теоретические и методологические вопросы работы с данными, полученными в результате проведённых в США опросов общественного мнения, дан критический анализ процедуры их проведения. Некоторые известные исследователи утверждают, что организаторы опросов общественного мнения приобрели гигантское значение и большое влияние на политику, поскольку их данные учитывают политические деятели, чиновники, журналисты, избиратели. В 2000-е годы Р. Собейл, исследователь из Гарвардского университета подчёркивает в ряде своих работ, что общественное мнение, хотя и выступает в качестве одного из факторов внешней политики, тем не менее, это есть один из многих подобных факторов. По мнению Р. Собейла, «общественное мнение устанавливает определённые рамки для руководства, ограничивая его действия, но вовсе не формирует внешнюю политику» [9].

Итак, важнейшая проблема, которая находится в центре внимания исследователей, это взаимодействие общественного мнения с процессом формирования и осуществления внешней политики, и существуют четыре вероятных интерпретаций этого взаимодействия.

Первая видна и заключается в том, что общественное мнение контролирует внешнюю политику, и последняя подчиняется диктату со стороны общественности, хотя общественный контроль над внешней политикой часто может быть пагубным, так как интерес общественности к политическим проблемам носит нерегулярный, эпизодический характер.

Вторая интерпретация основана на контролируемости общественного мнения; общественное мнение формирует правящая элита. Правящая элита способна манипулировать общественным мнением и создавать его, обращаясь к общественности, когда это выгодно.

Третья точка зрения предполагает, что правящая элита и общественное мнение независимы: правящая элита не подчиняется общественному мнению, но она и не контролирует его, т.к. не нуждается в этом.

Четвёртая точка зрения – общественное мнение и внешняя политика взаимодействуют друг с другом, воздействуя друг на друга в зависимости от политического, экономического и социального подтекста. Подразумевается интерес общественности к внешней политике, а также информированность общественности.

Наиболее полной представляется четвёртая интерпретация – общественное мнение и внешняя политика взаимодействуют и общественное мнение устанавливает некие пределы, в рамках которых лица принимающие решения, осуществляют выбор, если не желают столкнуться с проблемами во время голосования на выборах. Другими словами, власть, учитывая необходимость отчёта перед избирателями на выборах, не будет предпринимать действий, которые дискредитируют её в глазах избирателей. Расплата за неудачные и непопулярные действия – утрата электоральной поддержки. Соответственно, правящие круги стремятся с помощью опросов общественного мнения несколько корректировать проводимую ими внешнюю политику, добиваясь положительной реакции общественности на принятые правительством решения в области внешней политики.

Примечательно, что американские исследователи неоднократно подчёркивают важную роль СМИ в процессе формирования общественного мнения. С учётом вышесказанного важно подчеркнуть, что в настоящее время у англоязычных исследователей не вызывает сомнения, что роль общественного мнения как фактора внешней политики продолжает возрастать. Помимо США, отмеченными выше проблемами, занимаются учёные из Франции, Великобритании, Германии, Нидерландов, Италии. Следует упомянуть о работе коллективного характера, вышедшей в 2001г., – «Общественное мнение и международное использование силы» [10]. Интересно, что подавляющая часть научных исследований, связанных с взаимоотношением внешней политики и общественного мнения осуществлялась в США.

Руководство страны имеет свою официальную позицию по международным проблемам. При этом немаловажным обстоятельством является то, что весьма важную роль играет фактор личности политического деятеля, внешняя политика США носит персонифицированный характер, поскольку связывается с именем действующего главы государства. Именно глава государства вносит свой стиль в осуществление внешнеполитических решений, тем самым внося некую уникальность и даже наделяя её характеристиками, схожими со своими чертами характера.

Огромное влияние лично на Президента США оказывают сотрудники Белого дома – помощники (Assistants of the President), являющимися советниками по определённым направлениям, в том числе и курирующие внешнюю политику. Их деятельность связана с научно-исследовательскими центрами – так называемыми «мозговыми трестами» (Brain Trust), в рамках которых ведётся разработка концептуальных основ внешнеполитического курса США. К наиболее известным из подобных учреждений в США относятся: Национальный комитет по американской внешней политике (The National Committee on American Foreign Policy, NCAFP) основанный в Нью-Йорке; Институт Брукингса (The Brookings Institution) в Вашингтоне; Институт изучения внешней политики (The Foreign Policy Research Institute, FPRI), издающий журнал Orbis; Американская академия политических и социальных наук (The American Academy of Political and Social Science), выполняющая роль советника и

консультанта правительства США; Американский совет безопасности (The American Security Council, ASC); Аспенский институт (The Aspen Institute), осуществляющий программу для специалистов различных организаций во многих странах; Институт мировой политики (The World Policy Institute, WPI) в Нью-Йорке; Американский институт мира (The United States Institute of Peace, ISIP), независимый институт по изучению проблем урегулирования конфликтов, созданный в 1964 г. и раз в два года представляющий отчёт о своей деятельности органам исполнительной и законодательной власти США.

В 2003 г. в Вест – Поинте был создан Центр по борьбе с терроризмом при военной академии (The Combating Terrorism Centre), занимающийся военными исследованиями в этой области. Учёные, работающие в вышеперечисленных институтах, регулярно дают интервью по радио и телевидению, участвуют в публичных обсуждениях, публикуют свои статьи в периодической печати.

Также существует институт лоббизма, специфический способ воздействия на власть. Цели лоббизма и лоббистов состоит в том, чтобы добиться от органов государственной власти одобрения или отклонения каких-либо решений и направить осуществление политики в выгодное для себя направление. В настоящее время в США с деятельностью корпораций связано существование ряда объединений, которые оказывают влияние на политический процесс. Так, например, Национальная ассоциация производителей (National Associations of Manufacturers, NAM) – общенациональная организация промышленных предприятий. В настоящее время она насчитывает свыше 14 тыс. компаний-членов. Мнение представителей данной организации учитывается при принятии внешнеполитических решений. В 1979 г. в США была создана Американская лига лоббистов (American League of Lobbyists, ALL) – организация, объединяющая лиц, профессионально занимающихся лоббистской деятельностью. Американская лига лоббистов организует профессиональное обучение, семинары, разработала Кодекс профессиональной этики.

СМИ выступают в качестве центрального канала, через который общественность могла бы выразить своё мнение в отношении внешнеполитических проблем. Итак, СМИ, которые нередко называют

«четвёртой властью», являются как каналом выражения общественного мнения, так и каналом, с помощью которого общественное мнение формируется. Телевидение, учитывая то, что оно в сравнении с другими СМИ охватывает самую большую аудиторию, играет ведущую роль, когда речь идёт о воздействии на процессы формирования общественного мнения.

Можно выделить несколько основных форм работы СМИ для создания общественного мнения. Во-первых, это отбор фактов и представление их таким образом, чтобы воздействие их на массовое сознание было наибольшим. Возможно искажение важных фактов, фильтрация информации. Во-вторых, усиление благодаря СМИ уже существующих на уровне массового сознания стереотипов. В-третьих, оформление с помощью СМИ необходимой модели восприятия событий за счёт многократной повторяемости информации под определённым ракурсом. Именно СМИ играют роль своеобразного «манипулятора», принимают участие в процессах формирования и функционирования общественного мнения в отношении внешнеполитических проблем, играют роль средства для «промыывания мозгов», используя пропагандистские и психологические методы с целью изменения отношения к политическому курсу, какому-либо событию [11]. Несомненный интерес вызывают содержащиеся в СМИ материалы, освещающие внешнеполитические проблемы, поскольку, воздействуя на массовое сознание жителей страны, СМИ выстраивают отношения к ним со стороны общественности. Эффект СМИ может оказать воздействие на руководство страны, вынуждая его действовать решительнее. В результате СМИ, в первую очередь электронные, могут ускорить процесс принятия каких-либо внешнеполитических решений, связанных с разрешением кризисных ситуаций в отдельных регионах мира. Интересно, что воздействие СМИ на суждения, оценки людей тем выше, чем дальше отстоит от непосредственного опыта людей та сфера деятельности, которая отражена в материалах СМИ. Поэтому степень влияния СМИ на формирование общественного мнения приобретает максимальное значение при освещении внешнеполитических проблем. Достаточно большое количество граждан используют Интернет, вследствие чего материал, содержащийся не только в периодической печати, освещаемый

телевидением, но и находящийся в Интернете, также оказывает воздействие на процессы формирования общественного мнения. При этом именно СМИ во многом способствуют складыванию определённого образа других стран и политических течений.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что практически во всех странах мира, и это касается также России, проблемы внутреннего свойства, как правило, находятся в числе самых важных приоритетов. Именно эти вопросы связаны с экономикой и социальными отношениями, внутренним политическим развитием. Данные проблемы оказывают непосредственное воздействие на повседневную жизнь людей. Вопрос, который может закономерно возникнуть, если рассматривать проблему взаимодействия общественного мнения и внешней политики, заключается в том, насколько важны и «привлекательны» для граждан страны с точки зрения интереса внешнеполитические проблемы. Интересно, что общественное мнение по-разному (речь идёт об интенсивности) реагирует на события международной жизни. Внешнеполитические проблемы, непосредственно затрагивающие состояние национальной безопасности страны, волнуют граждан гораздо больше, чем какая-либо абстрактная «международная ситуация». Интерес граждан усиливается в случае непосредственной вовлечённости их страны в события, происходящие, на международной арене. По всей видимости, взаимодействие общественного мнения и внешней политики будет усиливаться.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

- 1. Уледов А.К.** Общественное мнение советского общества. М.: Соцэкгиз, 1963. 391 с.
- 2. Грушин Б.А.** Мнение о мире и мир мнений. Москва: Праксис ВЦИОМ, 2011. 542 с.
- 3. Егорова-Гантман Е., Плешаков К.** Концепции образа и стереотипы в международных отношениях // Мировая экономика и международные отношения. 1988. № 2.
- 4. Герасимов В.М.** Общественное мнение в зеркале политической психологии. М.: Луч, 1994. 134 с.
- 5. Гавра Д.П.** Общественное мнение как социологическая категория и как социальный институт. СПб.: ИСЭП, 1995. 235 с.

6. **Гавра Д.П.** Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия // Журнал социологии и антропологии. 1998. Т. I. №4. С. 53-77.
7. **Кузнецов Д.В.** События 11 сентября 2001 года и проблема международного терроризма в зеркале общественного мнения. Моногр. М.: URSS. 2009. ISBN: 978-5-397-00312-4
8. **Петровская М.М.** Опросы общественного мнения в США // Вопросы истории. 1976. №2. С. 113–123.
9. Public Opinion in U.S. Foreign Policy: The Controversy over Control Aid / Ed. by R. Sobel. Lanham: Rowman & Littlefield Publ., 1993; Sobel R. Contra Aid Fundamentals: Exploring the Intricacies and the Issues // Political Science Quarterly. 1995. Vol. 110. № 2.
10. Public Opinion and the International Use of Force / Ed. by Philip P. Everts, P. Isernia. N.Y.: Taylor & Francis Publ., 2001. 320 p. See also: Everts, P., Isernia P. Power, War, and Public Opinion – Looking behind the transatlantic divide // Policy review. 2004. № 123, p. 73.
11. **Голядкин Н.А.** ТВ-информация в США. М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1994. 228 с.
12. **Рябова А.Л.** Общественное мнение и международные отношения // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2015. № 1 (215). С. 59-67.
13. **Кузнецов Д.В.** Арабо-израильский конфликт и Франция: внешняя политика и общественное мнение в период президентства Ф. Миттерана (1981-1995 гг.) / монография. Благовещенск. 2005. С. 257 ISBN: 5-8331-0083-6.
14. **Кузнецов Д.В.** Югославский кризис: взгляд сквозь призму общественного мнения / монография. М.: URSS. 2009. С. 344. ISBN: 978-5-397-00310-0