

Реклама как фактор повышения электоральной активности молодежи (на примере г. Череповец)

Белякова Светлана Игоревна

Студент

Череповецкий Государственный Университет, социология, Череповец, Россия

Email: b.sveta@mail.ru

Введение

Снижение электоральной активности – актуальная проблема российской демократии. Особенно это касается молодежного электората. Социологические исследования и анализ реальной явки на выборы последних лет свидетельствует, что не более 15-20 % тех, кому нет 30, приходят на избирательные участки. Молодежь не интересуется политикой. Так по данным наших социологических опросов, среди череповчан в возрасте от 18 до 24 лет безусловно интересуются политикой – только 9 %, скорее интересуются 28 %, скорее не интересуются политикой 50 % молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет, совершенно не интересуются – 12 %*. Как сделать политику, участие в выборах привлекательным для молодежи? Одним из признанных средств влияния считается политическая реклама в СМИ. В ходе выборной кампании декабря 2007 года было опробовано немало новых интересных форм такой рекламы, причем направленной именно на молодежь. Не случайно многие аналитики назвали эту политическую кампанию молодежной.

Метод

Сработали ли эти формы, как их восприняла молодежь – эти вопросы мы попытались выяснить в ходе нашего социологического исследования. С целью изучения восприятия рекламы, направленной на повышение электоральной активности молодежи в ходе избирательной кампании декабря 2007 года, а также оценки её эффективности были проведены глубинные интервью, опрошено 8 человек в возрасте от 18 до 30 лет. Среди них 3 мужчины и 5 женщин, 3 человека имеют среднее техническое образование, 3 человека – высшее, 2 человека – незаконченное высшее, опрошены представители различных сфер деятельности: промышленность, торговля, транспорт, образование, учащиеся ВУЗа и ПТУ.

Результаты

В Череповце для повышения активности избирателей, в первую очередь молодых, был задействован комплекс мер:

- акция «Город-праздник»: 2 декабря были организованы концерты в учреждениях культуры, пригласительные билеты бесплатно выдавали на выходе с избирательных участков тем, кто уже проголосовал; создание общей атмосферы праздника: город украшен флагами, музыка, гуляния и аттракционы на площадях;

- неформальное соревнование между самыми крупными городами области - Вологдой и Череповцом на электоральную активность: – в том городе, в котором жители активнее голосовали, был фейерверк;

- реклама на центральных и на местных каналах.

Что из этих мероприятий было в первую очередь замечено молодежью, что понравилось? В ходе интервью мы выяснили примерный рейтинг предпринятых мер:

1. Акция «Город-праздник», особенно выдача пригласительных билетов в Ледовый дворец на большую молодежную дискотеку и на другие культурные мероприятия;

2. Реклама в СМИ, призывающая молодежь отдать свой голос, активная агитация;

3. Созданная атмосфера праздника;

4. Спор между Вологдой и Череповцом;

5. Подарки тем, кто голосует впервые.

В ответах на вопрос, «Как бы вы оценили роль СМИ в процессе повышения активности избирателей?», отмечали, что СМИ сыграли важную роль, но не определяющую: «...здесь не

* Социологический опрос населения г. Череповца Центра региональных исследований Корпоративного университета «Северсталь» по методу интервьюирования по месту жительства, сентябрь 2007. Выборочная совокупность – случайная с определенным шагом отбора, квотирована по полу и возрасту. Репрезентативность обеспечивается структурно и статистически, объем выборки 800 чел. Погрешность не превышает 3,5%

только СМИ сыграла роль. Вообще такая цепочка была задействована, эффект достигался комплексно, но СМИ – компонент, с помощью которого добились этой эффективности»; «...даже давили на сознательность, мне кажется. Если бы я не сходила, мне бы было, наверно, стыдно, что как это так я не сходила – не проголосовала».

Прямое воздействие рекламы, призывающей сходить проголосовать, молодежь отрицает, но косвенное – на психологическом уровне – признается: *«...реклама была не основным источником стимуляции, но косвенным и незаменимым».*

Интервью показали, что наиболее популярным в рейтинге рекламных роликов, направленных на призыв молодежи голосовать, стал ролик на ТНТ с Гариком Харламовым «про овощи». Ролик наиболее запомнился молодежи и больше всего понравился. Практически все, кто его видел, отзываются позитивно: *«прикольная реклама, хорошо придумали, не то, что раньше», «реклама понравилась, нет обыденных призывов».* О том, что ролик понравился, свидетельствует и достаточно бурное его обсуждение в сети Интернет.

На наш взгляд, ролик пришелся по душе молодежи потому, что в нем были использованы приемы и технологии, учитывающие специфические черты молодежи как социальной группы, особенности молодежного восприятия:

✓ Авторитет и пример уважаемого известного человека. Задействован популярнейший в молодежной среде артист одной из самых рейтинговых передач «COMEDY CLUB» - Гарик Харламов. Вот как респонденты говорили о Гарике Харламове: *«взял персонаж любимого молодежью «COMEDY CLUB», который очень популярен в среде молодежи. Правильный выбор!»*, *«он харизматичный человек, ..., во-вторых, его знают»;*

✓ Делается ставка на юмор, комичность для лучшего восприятия смысла молодежью; использование юмора в политической рекламе - это достаточно спорный вопрос. Представители старшего поколения считают, что подобные приемы превращают выборы в фарс, это, по их мнению, недопустимо. Напротив, необходимо говорить о выборах серьезно. Очевидно, что такая нарочитая серьезность и отталкивает молодежь, делает политику и выборы скучным и неинтересным делом. Однако смешно и иронично – не значит не серьезно и безответственно.

✓ Придуман запоминающийся слоган, лаконично выражающий идею ролика: «Не будь овощем, проголосуй». Слоган стоит в конце рекламного сообщения и подводит итог всему, сказанному и показанному в рекламе с целью воздействия, которое эффективно реализуется экспрессивными средствами языка;

✓ Использована игровая технология для усиления эффекта слов – «кукольный театр – разговор помидора и огурца». Данная технология усиливает эффект слов, комичность;

Немаловажно и то, что правильно выбран канал передачи информации – телевидение. По данным социологических опросов, именно телевидение является у населения наиболее предпочитаемым каналом получения информации. Правильно был выбран и собственно телеканал. Центральные каналы – «Первый канал», «Россия», «Культура» не пользуются популярностью среди молодежи, а ТНТ и СТС можно назвать молодежными каналами. Это развлекательные каналы, именно развлекательные формы более привлекают молодежь. Реклама, размещенная на молодежных каналах, вызвала большой интерес и в определенной степени привлекла внимание молодежи к выборам. Самое главное - она была услышана частью молодежного электората и не раздражала: *«это не та реклама, от которой хочется отвернуться, и сказать «блин, достали»».*

Таким образом, мы можем говорить о том, что практика проведенной предвыборной кампании показала: форма привлечения молодежи к выборам оказалась эффективной. В частности положительным является эффект воздействия политической рекламы, размещенной на развлекательных каналах, на молодежный электорат. Был правильно выбран канал и форма передачи сообщения. Молодежь изменение политики в отношении себя восприняла позитивно и расценила данный шаг как правильный.

Это говорит о том, что необходимо и в дальнейшем продолжать работу по привлечению внимания данной социальной группы к политике и участию в выборах, используя наиболее

удачные формы политической рекламы и приемы, примененные в выборной кампании-2007, учитывающие специфические особенности молодежи как социальной группы.

Проблема поиска, продвижения и удержания талантливой молодежи в современной России

Букреева Ольга Владимировна

студент

*Курский государственный технический университет, кафедра философии и социологии,
Курск, Россия*

E-mail: zabubuka@inbox.ru

«Чтобы справляться с сегодняшними проблемами, нам нужны не только новые знания, но и новые способы мышления», – утверждает американский философ современности Элвин Тоффлер.

Действительно, умение мыслить глобально, системно, нестандартно и креативно является бесспорным конкурентным преимуществом в любой сфере. И умение мыслить подобным образом принадлежит талантливым людям. По мнению Э. Майклза, автора книги «Война за таланты», сегодня возрастает важность нематериальных активов – интеллектуального капитала и талантов, за которыми ведется настоящая охота.

Россия, обладая колоссальным интеллектуальным ресурсом, непосредственно вовлечена в «войну за таланты». Однако при наличии десятой части ученых мира Россия занимает лишь 0,3% доли рынка наукоемкой продукции. Инновационная активность в России очень низка – только 5% предприятий применяют новейшие научные достижения, в то время как в развитых странах эта цифра составляет 80-87%¹.

Одной из причин столь низких показателей является процесс «утечки мозгов». Таким образом, ежегодный «русский вклад» составляет около тысячи научных работников и 50 млрд. долларов.

По статистике, средний возраст человека, который выезжает из России работать за границу, а потом остается там жить – около 25 лет. Найти пути поиска, удержания и продвижения молодых российских специалистов в стране – это первостепенная задача, которую необходимо решить российскому обществу, если оно стремится сохранить преимущество в конкурентной среде глобального мира. Так, по словам Дмитрия Зимина, создателя фонда «Династия», если общество не ищет и не поддерживает таланты, то «в нем происходит отрицательный отбор»².

Решить данную задачу нам помогло обобщение опыта Германии, Швеции, Сингапура, Китая и Казахстана в сфере работы с талантливой молодежью, а также систематизация программ по поддержке талантливых молодых специалистов крупными зарубежными компаниями, такими как Bosch, British American Tobacco Russia, BP и Chevron.

Очевидным является тот факт, что в нашей стране уровень работы с талантливой молодежью крайне низок. Сохранились лишь локальные центры развития, сконцентрированные, прежде всего, в столице. Родители, учителя, преподаватели ВУЗов потеряли в значительной степени функцию наставников. Определенные позитивные подвижки в последнее время связываются с реализацией национального проекта «Образование», согласно которому юные победители олимпиад получают премии в

¹ Щепкина Е.В., Воронин С.А. Выпускник МГУ об «утечке мозгов» за рубеж [Текст] / Е.В. Щепкина, С.А. Воронин // Московский университет. – 2002. - №18.

² Чистякова М. С немецкой тщательностью [Текст] / М. Чистякова // Приложение к газете «Коммерсантъ». – 2007. - №18.

размере 30000 и 60000 рублей. Однако понятная система продвижения талантливых молодых людей пока не создана.

В то же время, например, в Казахстане, принята трехступенчатая президентская программа по поддержке талантливой молодежи. Во-первых, 6000 выпускников школ в 2007 году поехали учиться в лучшие ВУЗы мира. Принцип их отбора – успехи в учебе, лучшие результаты экзаменов и прохождение собеседования. Фонд Президента Казахстана «Балашаг» подписал договор с их родителями, в котором указывается, что семья обязуется выполнять все требования по воспитанию и обучению ребенка, а фонд «Балашаг» гарантирует ему трудоустройство по окончании обучения. Если ребенок по окончании учебы не вернется, то семья компенсирует государству грант в размере стоимости своей квартиры. Во-вторых, Президент Назарбаев лично дал указание своим представителям пригласить на встречу всю эмигрировавшую талантливую казахскую молодежь, в ходе которой он каждому талантливому технику, химику, физику лично пообещал оборудованную лабораторию, мастерскую... И, в-третьих, скоро состоится открытие крупнейшего инновационного университета в Астане. Университет изначально строился как технологический, то есть оснащенный лабораториями, мастерскими и др.

Существуют и другие, не менее замечательные примеры успешной работы с талантливой молодежью в вышеперечисленных странах. На основании их опыта можно выработать рекомендации по ведению грамотной политики в отношении талантливой молодежи в рамках нашей страны.

Литература

1. Майклз Э. Война за таланты [Текст] / Э. Майклз, Х. Хэндфилд-Джонс, Э. Экселрод; пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. – 2-е изд., испр. – М.: Манн, Иванов И., Фербер, 2006. – 272 с.
2. Тоффлер Э. Революционное богатство [Текст] / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ПРОФИЗДАТ, 2008. – 569 с.
3. Щепкина Е.В., Воронин С.А. Выпускник МГУ об «утечке мозгов» за рубеж [Текст] / Е.В. Щепкина, С.А. Воронин // Московский университет. – 2002. - №18-20.
4. Гуляев Ю. Инженеры требуют зарплату на 30% больше, чем у рабочих [Текст] / Ю. Гуляев // Солидарность. – 2003. - №44.
5. Чистякова М. С немецкой тщательностью [Текст] / М. Чистякова // Приложение к газете «Коммерсантъ». – 2007. - №18.
6. Игнатенко И. Талант – не роскошь, а средство достижения цели [Электронный ресурс] // <http://www.osp.ru>
7. Изобрели новый способ найти талантливую молодежь [Электронный ресурс] // <http://www.epochtimes.ru>

Проблема многопартийности в современной России

Буюк Тамила Рустемовна

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

социологический факультет

E-mail: tamila-buyuk@yandex.ru

Многопартийность в современной России – это состоявшийся факт. Однако особенность российской многопартийности заключается в том, что партии в нашей стране до сих пор так и не смогли стать полноценными субъектами политики, а результаты опросов общественного мнения свидетельствуют о девальвации института политических партий в сознании россиян. Большинство граждан не воспринимает политические партии как действенные рычаги для влияния на высшую власть, не говоря уже о смене власти.

В настоящее время наблюдается возрастание интереса к проблеме формирования конкурентной партийной системы в нашей стране. Главным образом, это обусловлено принятием новых законов, регулирующих партийную деятельность, изменением избирательной системы, а также прошедшими недавно очередными выборами в Государственную Думу.

Отличительной чертой российской многопартийности является то, что отечественные партии в большинстве своем созданы «сверху», в результате чего, они не отражают реальную картину общественных интересов. Кроме того, российские партии не выполняют большинства функций, свойственных политическим партиям в других демократических государствах, что частично объясняется той второстепенной ролью, которая у нас отведена партиям. Ведь, согласно Конституции, в России утвержден режим сильной президентской власти, при этом весьма ограничены полномочия Государственной Думы в области ее влияния на исполнительную власть. В результате сложилась система, когда исполнительная власть общается с гражданами напрямую, через голову политических партий, а оппозиция ведет борьбу преимущественно с парламентской трибуны. Подобная конфигурация политики предопределяет доминирование исполнительной власти, не связанной напрямую с политическими партиями.

Механизм создания политических партий «сверху» и ограниченность их влияния на исполнительную власть затрудняют развитие в нашей стране демократической оппозиции, отсутствие которой не позволяет в полной мере охарактеризовать партийную систему России как конкурентную. Кроме того, серьезным препятствием для становления конкурентной многопартийности в нашей стране является и медленное развитие гражданского общества. Уровень доверия населения к Государственной думе как к единственному институту государства, где партии играют ключевую роль, остается невысоким, и граждане зачастую не связывают решение своих проблем с политическими партиями.

С целью упорядочения деятельности партий и развития партийной системы страны избирательная система России за последние годы подверглась серьезному реформированию. Так, в частности, были запрещены деятельность региональных партий и образование предвыборных блоков; произошло повышение заградительного барьера для партийных списков; депутаты, избранные по партийным спискам, лишились права переходить в другие партии; были отменены графа «против всех» и порог явки

избирателей; а также введены чисто пропорциональная система на выборах в Госдуму и смешанная избирательная система на выборах в региональные законодательные собрания. Однако некоторые из этих законодательных нововведений значительно затруднили процесс создания политических партий «снизу», по инициативе гражданского общества. В то же время, только такие партии способны служить эффективными посредниками между обществом и государством.

Таким образом, можно сделать вывод, что у многопартийности в России есть, как минимум, две проблемы: во-первых, это изначально заложенная слабость партий в условиях сильной президентской власти, а во-вторых, это преобладание партий, созданных «сверху», и в силу этого неспособных служить надежным механизмом артикуляции общественных интересов. Законодательные новации последних лет, с одной стороны, формально увеличили роль партий в политической системе нашей страны за счет предоставления им монопольного права на участие в думских выборах и права выдвигать кандидатов в президенты (для партий, представленных в федеральном парламенте). В то же время, новые законы усложнили процесс создания политических партий и ужесточили правила их деятельности, тем самым поставив препятствие для решения главной задачи – создания партийной системы, способной адекватно представлять общественные интересы, так как реальные партии, отражающие интересы различных социальных групп и расклад политических сил в обществе, возможны лишь тогда, когда граждане могут свободно в них объединяться при минимальном вмешательстве в этот процесс государства.

Литература

1. Динес В.А., Николаев А.Н. Партийный дизайн в России: теория и реалии // *Власть*. 2003. №5. С. 44 – 48.
2. Кынев А.В. Политические партии в российских регионах: взгляд через призму региональной избирательной реформы // *Политические исследования*. 2006. №6. С. 145 – 160.
3. Макаренко Б.И. Парламентские выборы 2003 г. как проявление кризиса партийной системы // *Политические исследования*. 2004. №1. С. 51 – 65.
4. Российская партийная система: нынешнее состояние и перспективы развития // Исследование ЦПТ по поручению Представительства Фонда им. Фридриха Эберта в Российской Федерации // Интернет-ресурс: <http://www.politcom.ru/2005/prognoz17.php>
5. Устименко С.В., Иванов А.Ф. «Партия власти» в современной России: ретроспектива и перспектива // *Власть*. 2003. №8. С. 6 – 12.
6. Устименко С.В., Иванов А.Ф. «Партия власти» как фактор формирования гражданского общества в России // *Гражданское общество: проблема или реальность современной России?* Материалы научного семинара. М., 2005. С. 79 – 92.

Манипуляции электоральными рейтингами: источники, возможности нейтрализации.

Везиницына Светлана Владимировна.

Доцент, кандидат социологических наук.

Саратовский Государственный Университет им. Н. Г. Чернышевского, социологический факультет, г. Саратов, Россия.

wezsweta@rambler.ru

В последние годы все чаще встречаются мнения, что социология в целом и социологические опросы в частности являются одним из наиболее удобных способов создания мифов, так называемых «информационных вирусов». В результате – не только существенный подрыв авторитета социологической науки, но и возникновение угроз информационно-психологической безопасности, как для отдельной личности, так и для общества в целом.

Исследовав истинные мотивы, побуждающие политических акторов осуществлять манипуляции при помощи рейтингов, выделим основные. Во-первых, значительная часть российской политической элиты склонна понимать рейтинги не как произведенную социологической кампанией оценку состояния общественного мнения, а, скорее, как воплощенное в цифрах отношение нации к власти и ее представителям. Во-вторых, если речь идет о власти, то необходимо отметить, что любой современный политический режим стремится создать иллюзию включенности общественного мнения в реальные процессы принятия властных решений. Высокий рейтинг для представителей властных структур – еще один показатель их легитимности, гарантия стабильности и устойчивости существования. Рейтинг начинает выполнять неспецифичную для него функцию подтверждения имиджа политика в его собственных и массовых представлениях. В третьих, если рейтинг свидетельствует не в пользу той или иной политической силы, можно обрести некую свободу от общественного мнения, скрывая результаты опросов. Такой подход, безусловно, позволяет рассматривать рейтинг в качестве еще одного манипулятора, инструмента управления обществом, влияния на общественное мнение.

Всю совокупность приемов манипуляций при помощи рейтингов условно можно разделить на две группы: создание и публикация псевдорейтингов и манипулирование реальными рейтинговыми данными.

В первом случае чаще всего применяется фальсификация факта проведения исследования. На сегодняшний день такие технологии (во всяком случае - на национальном уровне) не представляют особой угрозы, так как можно говорить о том, что рынок социологических исследований как по России в целом, так и на уровне регионов уже достаточно сложился. Многие исследовательские социологические центры работают не один десяток лет и зарекомендовали себя с наилучшей стороны. Да и избиратели уже имели возможность приспособиться, адаптироваться к новой информационной среде, научились выделять из множества источников социологической информации наиболее надежные и достойные доверия.

Более сложной и неоднозначной является ситуация, когда осуществляется манипулирование реальными рейтингами. Прежде всего, такое манипулирование возможно при помощи искажений при публикации. Часто бывает, что журналисты

выбирают из рейтингов только нужную им строчку и публикуют именно ее, искажая общую картину.

Искажения показателей также могут возникнуть вследствие разработки инструментария, который позволяет получить predetermined результат. Такие искажения обнаруживаются, даже если строго выполнены все методологические требования в ходе сбора и анализа данных.

Встречаются также и ситуации, когда используется сознательное искажение выборки и в результате - перенесение результатов опроса какой-то специальной группы на весь массив. Такими «рейтингами» часто грешат предвыборные агитационные материалы самых различных политических сил. Иногда встречается манипулирование датой проведения опроса.

Возможность для манипуляций посредством рейтингов заложена и в специфике обработки и анализа социологических данных. Так, исключение, или, напротив, включение в перечень вариантов ответа при публикации результатов «затруднившихся ответить», «неопределившихся» способно предоставить получателям рейтинговой информации совершенно различную картину. Разное впечатление оставляют рейтинги, основой которых является процент от всех избирателей и от тех, кто намеревается принять участие в голосовании.

Еще один манипулятивный прием – публикация данных ответов на вопрос "кто победит". Для общенациональных рейтингов партий такая постановка не имеет особого смысла, а вот для выборов политиков этот ход применяется часто.

Иногда оказывает определенное влияние разница в характере вопросов. Результаты будут различаться, например, при использовании открытых и закрытых вопросов, что было продемонстрировано исследовательским центром ВЦИОМ при использовании различных методик построения опросного инструментария.

Безопасность личности может создаваться тремя путями: прямой защитой от конкретных внешних и внутренних угроз, упреждающей нейтрализацией источников опасности, развитием механизмов самосохранения и саморегулирования непосредственно у самих защищаемых объектов. Первые два пути предполагают внешнее вмешательство по устранению опасностей или перемещение человека в безопасную среду. Третий подход базируется на том, что фактором, обеспечивающим безопасность, выступает способность к этому самого человека. В нашем случае применимы все три способа защиты от манипулятивных воздействий, однако основной акцент все же следует сделать на третьем. Одним из способов минимизации угроз личной и общественной информационной безопасности путем манипуляции рейтингами может стать широкое применение социальных технологий информирования электората о возможностях и способах подобных манипуляций, о природе и действительных значениях рейтингов, о значениях статистических погрешностей, поскольку только в той области, в которой человек действительно хорошо разбирается, он сможет противостоять мнению мифического «большинства».

Еще одним способом ограничения манипулятивных воздействий подобного рода должно стать создание высококонкурентной среды на рынке социологических исследований. Конкуренция за качество между социологическими службами является главной гарантией объективности данных, полученных каждой из них. Причем решающим является не только сам факт присутствия на рынке социологических услуг множества субъектов выявления общественного мнения, но и плюрализм источников их финансирования. Оптимальна ситуация, когда параллельно функционируют как государственные или зависящие от властных институтов органы изучения общественного мнения, так и независимые службы и институты.

И, наконец, все рейтинги должны публиковаться по определенным стандартам с указанием основных данных об организации, проводившей замеры, ее руководителях, о дате исследований, объеме и репрезентативности выборочной совокупности, допустимых

пределах погрешности. Все это поможет свести к минимуму или вовсе исключить возможность фальсификации социологических данных.

Литература.

1. Бурдые П. Социология и демократия // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. — М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. — С. 119-124.
2. Фишман М. Дело социологов // Еженедельный журнал. 19.08.2003.

Политическое участие молодежи: ресурсы и формы (на примере ХМАО - Югры)¹

Ганеева Леся Дмитриевна¹

аспирантка

Сургутский государственный университет, Сургут, Россия

E-mail: to_lemurr@mail.ru

Введение

Без широкого политического участия молодежи невозможно создание гражданского общества и правового государства. В отечественной и зарубежной науке проблема политического участия народа, частности молодежи, не нова и имеет достойный опыт изучения как зарубежными, так и отечественными учеными в рамках различных направлений политологии, социологии и политической психологии.

Формы политического участия населения принято рассматривать как способы деятельности граждан, направленные на формирование институтов власти, определение содержания политики. По мнению исследователей, в последние время (1998-2004 гг.) молодежь в сравнении с другими возрастными категориями граждан чаще занимает наблюдательную позицию; проявляет слабый интерес или инертность к политике и политической информации; выражает недоверие к традиционным формам политического процесса; поддерживает «новых» политических лидеров, не связанных с политической властью, и дистанцируется от традиционных политических лидеров; выражают высокий уровень пассивности на выборах всех уровней (3-20% проголосовавших от всей молодежи), демонстрирует низкую вовлеченность в другие формы политического участия, требующие большей активности.

В большинстве случаев исследователи рассматривают молодежь именно как ресурс общества (использование действий молодежи как разрешение общественного противоречия), как ресурс перемен. Для России сегодня принципиально важно поднять уровень политической культуры молодых людей, расширить область понимания ими своего места и роли в политическом процессе, обеспечить непосредственное участие в формировании и реализации политики, социальных программ, касающихся молодежи и общества в целом.

Методы

В рамках нашего исследования предметом специального анализа стали ресурсы и формы политического участия молодежи ХМАО-Югры. Объектом исследования выступила молодежь в возрасте от 14 до 29 лет (школьники, учащиеся средних специальных учебных заведений, студенты, молодые специалисты, работающая и неработающая молодежь, молодые семьи, коренные народы Севера), проживающие на территории ХМАО. Использовались следующие методы: количественное исследование (массовый опрос) молодежи методом интервьюирования; качественное исследование – экспертный опрос с использованием разработанного методического инструментария –

анкеты (эксперты: руководители учебных заведений, работодатели, специалисты органов по делам молодежи, руководители учреждений по работе с подростками и молодежью, представители детских и молодежных общественных организаций); качественное исследование – три фокус группы, углубленное интервьюирование специалистов и контент-анализ средств массовой информации.

Результаты

В ходе исследования изучались ресурсы молодежи в четырех основных сферах: производственной, социальной, духовной и политической. В частности, стало известно, что молодежь оценивает свою роль в качестве ресурса округа достаточно высоко, при этом 45% респондентов считают, что молодежь при этом на политическую жизнь не имеет возможности влиять. Обозначается противоречие между оценкой значительности экономического и социального ресурса молодежи и недостаточной реализацией ее ресурса в политической сфере, т.е. ее низким уровнем политического участия.

Между тем, судя по результатам исследования, потенциал этого участия достаточно высок. В сравнении с аналогичными исследованиями в 1998 году на десять процентов выросла численность респондентов, хотя и не предполагающих лично заниматься политикой, но считающих ее «важной частью общественной жизни»; уже 62% опрошенных (в 1998 г. – 45%) позитивно отнеслись к политической деятельности.

Увеличилось более чем в три раза число молодых людей уже занимающихся политикой (в рамках политической партии или молодежной организации). Это важный показатель вовлечения молодежи округа в цивилизованные формы участия молодежи в политике и в целом – становления гражданского общества в регионе. В ходе проведения фокус-групп постановка вопроса о возможности участия молодежи в экстремистских, незаконных политических акциях, вроде несанкционированного участия в митингах встретили полное отрицание со стороны участников.

На наш взгляд, причины позитивных изменений в отношении молодежи к политике следующие: выросло новое поколение молодежи, сформировавшееся под воздействием более эффективных институтов политической социализации; изменилась общая социально-политическая ситуация в стране, она стала более стабильной, как следствие – увеличилось доверие населения к институтам власти; дают результаты усилия политических институтов, органов власти, направленные на политическую социализацию молодежи, повышение ее политической культуры.

В округе существует устойчивая тенденция к повышению политического участия молодежи, в то же время, далеко не все ее ресурсы в настоящее время актуализированы. Сохраняется и численно почти не меняется устойчивая группа молодежи, негативно относящаяся к политике, не интересующаяся политикой (23%) или, даже считающая политическую деятельность вредной (8%).

Возможности актуализации политических ресурсов и политического участия молодежи напрямую связаны со степенью доверия к тем политическим институтам, в которых оно осуществляется. Судя по результатам опроса, в настоящее время наибольшим политическим доверием пользуется Президент РФ. Высоким уровнем доверия пользуются в глазах молодежи и руководители их собственных предприятий или образовательных учреждений. На высоком месте по степени доверия находится церковь. На первом месте по степени доверия оказываются органы власти округа (им доверяет 35,5% респондентов), затем следуют местные органы власти (28%), и замыкает этот рейтинг правительство РФ (23%). Значительная часть опрошенных (примерно треть) затруднялась в ответах о степени доверия.

В качестве преодоления препятствий политической социализации молодежи и более полной реализации ее политического ресурса важно совершенствовать политическую грамотность и обучение процессам принятия политических решений со школьного возраста; активизировать работу служб по связям с общественностью всех уровней власти (налаживание диалога с молодежью). Политическое образование, как

средство формирования политической культуры молодых людей, – важнейшее направление актуализации ресурса молодежи в политической сфере.

Литература

1. Холмская М.Р. (1995) Политическое участие как объект исследования. Обзор отечественной литературы // Политическое исследование, № 5.
2. Молодежная политика в современной России: проблемы и пути их решения. Аналитический вестник Совета Федерации. (2001) М.
3. Назин Г.И., Мартынов М.Ю., Дорогонько Е.В. (2001) Муниципальная политика в сфере образования и социальное положение молодежи: социологические аспекты. Сургут.

«Альтерглобализм» как интеграционный тип политического протеста

Гаранин Олег Юрьевич

аспирант

Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

E-mail: garanin69@rambler.ru

Новые общественные движения появившиеся в конце XX-го века имеют ряд отличительных черт, обусловленных их «рождением» в постиндустриальном обществе. Во-первых, новые социальные движения основанные на принципах «сетевого общества» оказываются неиерархичными, полицентричными и, тем самым, могут охватывать широкие круги участников; в то же время эта сетевая структура затрудняет борьбу с движением. Во-вторых, новые общественные движения формируются не посредством политического действия или столкновения, а скорее влияя на общественное мнение. Получается, что новые социальные движения становятся единственными и главными инструментами выражения общественного мнения и влияния на политическую власть.

В то же время, несмотря на то, что они являются механизмами влияния на политическую власть, общественные движения могут развиваться независимо от политических действий, имеющих в виду прямой захват государственной власти. Это объясняется следующим тезисом: в обществе, где господствует экономика, фундаментальные конфликты оказываются в сфере труда; но в постиндустриальном обществе экономика не является господствующим элементом, экономическое господство является следствием господства интеллектуального, соответственно, и фундаментальные конфликты, если не покидают экономическую сферу, то рассеиваются и пронизывают все сферы общественной жизни. Сегодня общественные движения характеризуются прежде всего тем, что они являются чисто социальными (то есть обращенными на социальные проблемы, в противовес концентрации внимания на политических проблемах в общественных движениях индустриального общества).

- Полицентричность движения не в последнюю очередь объясняется очень широким спектром организаций и групп, входящих в него. В движение входят:
- энвайронменталисты, группы поддержки концепции устойчивого развития, представители «зеленых партий»;
- профсоюзные деятели, социалисты;

- противники свободной торговли и программы структурной адаптации, представители малого бизнеса, антикорпоративные течения;
- антивоенные организации, защитники прав человека, жертв политических репрессий, гражданской суверенности;
- представители национальных движений освобождения из стран Южной Америки, Африки, религиозные организации, фермеры и безземельные крестьяне, защитники прав на землю, семена и другие природные ресурсы;
- анархисты, киберпанки, хакеры (Леггеви К., 2005).

Не последнюю роль в формировании движения сыграли и телекоммуникации. Получился определенный парадокс: вызванные к жизни прогрессом производительных сил, глобализацией, информационные (сетевые) технологии стали одним из важнейших, практически работающих инструментов борьбы с глобализацией. Точно также, как корпорации, внедряя новые технологии, теоретически создают возможность людям высвободить кучу времени и тем самым непреднамеренно открывают перспективу освобождения от труда, так и развитие новых системных коммуникаций предоставляет шансы их альтернативного использования.

При этом, не смотря на разнородность движения, альтерглобалистам, как сетевой организации, присущи ряд черт, наилучшим образом их характеризующих:

- «неиерархичность, децентрализация, преимущественно горизонтальная и/или функциональная кооперация участников;
- гибкость, подвижность, изменчивость форм и конфигураций;
- легкость и быстрота создания и распада структур; открытость для «входа» и «выхода»;
- общедоступность сетевых ресурсов (прежде всего – информационных);
- равноправие участников сети, независимо от их роли, масштаба, ресурсов;
- не только некоммерческая, но и антирыночная направленность;
- вторичность форм и структур по отношению к содержанию деятельности;
- уникальность сетей» (Альтерглобализм, 2003).

Таким образом, движение за альтернативную глобализацию предстает перед нами как организация равных людей, объединенных общей целью на добровольной основе. Символично, что одним из героев альтерглобалистов стал Субкоманданте Маркос – человек, который сам себя называет *одним из* идеологов восстания сапатистов в Мексике. Человек, носящий маску, которая скрывает его лицо, но оставляет открытыми глаза, что подчеркивает его близость к коллективу и «делает неотличимым от бойцов» (Кагарлицкий, Б.Ю., 2003).

Другими характерными чертами ДАГ являются:

- «интернационализм движения, которое с самого начала было международным и по кругу участников, и по целям, и по методам; его ценность заключается именно в том, что оно представляет собой не национал-государственную..., но всемирную, постглобалистическую альтернативу;
- интерклассовость и интеридеологичность, направленность против всех форм отчуждения и гегемонии, а не только против эксплуатации наемных работников;
- антигегемонистский (а в своих наиболее развитых формах – антикапиталистический) характер движения, лозунгом которого не случайно стали слова “Мир – не товар”; даже умеренные его активисты выступают за выведение из под контроля рынка и капитала земли, воды, основных природных ресурсов, а также знания, образования, культурных ценностей и системы обеспечения базовых потребностей человека (пища, жилище, здравоохранение); тогда как радикальные считают необходимым изменение господствующего ныне мира отчуждения в целом, продвижения от “царства необходимости” к “царству свободы”» (Бузгалин, А.В., 2003).

Таким образом, ДАГ сформировалось как «сетевое общество», не имеющее ни жесткой иерархии, ни четко обозначенной структуры. Вместе с тем движение массово, и в то же время мобильно (именно благодаря высокой технической оснащенности), что дает ему преимущество в борьбе с агентами тотальной гегемонии капитала. У движения нет единого идеологического центра, харизматического лидера, иерархии, ролевой системы и других атрибутов традиционных движений. Нет в них и гегемона единственной организации. Эта черта эмпирически опровергает концепции классиков теории коллективного поведения о необходимости поддержки вождя, который пленяет своим гипнотическим авторитетом. Невозможно найти человека, который смог бы назвать себя лидером экологического, женского, рабочего, а тем более такого массового и сложного по составу движения как альтерглобалистское.

Литература

1. Альтерглобализм: теория и практика «антиглобалистского движения». (2003) Под ред. А.В. Бузгалина. – М.: Едиториал УРСС.
2. Бузгалин, А.В. (2003) Альтерглобализм как феномен современного мира // Полис. – №2. – С. 71-85.
3. Кагарлицкий, Б.Ю. (2003) Восстание среднего класса – М.: Ультра. Культура.
4. Леггеви К. (2005) Транснациональные движения и вопрос демократии // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре №1.

Образ политического лидера в современной России: социологический анализ.¹

Григорьев Александр Владимирович

Студент

Астраханский Государственный Университет, факультет Социальных коммуникаций,
Астрахань, Россия
rgoeu@yandex.ru

В настоящее время в нашей стране происходит процесс смены политических элит, появляются новые политические лидеры. В связи с этим, актуальным представляется вопрос о том, какие личностные характеристики новых политических лидеров представляются наиболее значимыми по мнению россиян. В ходе рассмотрения данной проблемы были проанализированы личностные и профессиональные характеристики нового политического лидера на примере кандидата в президенты РФ - Д.А. Медведева. Анализ производился на основе трех шкал восприятия личностных и профессиональных качеств политиков, предложенных Е.Б. Шестопал при исследовании образов лидеров в массовом сознании:

- Привлекательность-непривлекательность
 - а) Морально-психологические особенности
 - б) Политические, профессиональные и деловые качества
 - в) Внешность и телесные характеристики
- Сила-слабость
- Активность-пассивность

Характеризуя первую шкалу «привлекательность-непривлекательность» нужно отметить, что морально-психологические особенности являются базовым критерием в рациональной оценке образа политического лидера. По данным исследований для 47%

¹ Настоящая статья подготовлена по результатам следующих исследований:
ВЦИОМ «ДМИТРИЙ МЕДВЕДЕВ: ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ» 23.01.2008
<http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/9502.html>
ФОМ «К выборам президента» 17.01.2008
<http://bd.fom.ru/report/map/projects/dominant/dom0803/d080321>

респондентов важны именно морально-психологические качества в личности идеального политического лидера. Анализируя данные исследований, можно определить, что большинством опрошенными отмечались такие черты данного государственного деятеля как уравновешенность, спокойствие, корректность, серьезность, скромность.

Политические, профессиональные и деловые качества являются главными критериями для тех избирателей, которые осуществляют наиболее рациональный выбор. Наиболее важное политическое качество, предписываемое респондентами идеальному политическому лидеру – его социальная ориентированность (забота о народе, о простом человеке), менее важным представляется ориентация на экономический подъем страны и укрепление внешней политики. Здесь чаще всего звучат такие определения как ответственность, исполнительность, «человек слова», компетентность. Рассматривая данные исследований можно сказать, что в целом политические, деловые и профессиональные качества Д. А. Медведев по мнению россиян соответствуют вышеперечисленным. Люди считают этого политика, опытным, компетентным, заботящимся о благе страны.

Внешность и телесные характеристики – наиболее доступные для восприятия компоненты личности. Однако при оценке лидерских качеств эти характеристики не имеют большого значения. Нельзя также выделить конкретный образ идеальной внешности для политика, самое важное в данном аспекте – соответствие внешности имиджу политика. Рассматривая данные исследований, можно всё же сделать вывод о том, что внешность Д. А. Медведева играет некоторую положительную роль в складывании цельного образа политика. При опросе 5% респондентов позитивно оценивают внешние и телесные характеристики Д. А. Медведева.

Рассматривая вторую шкалу «сила-слабость» необходимо заметить, что вместе с политической силой существенным фактором для восприятия человека как политического лидера играет «масштаб» политической деятельности, потому что политик сам по себе может быть сильным и независимым, но именно масштаб его деятельности позволяет видеть его как действительного лидера. Если масштаб политической деятельности Д. А. Медведева представляется довольно обширным, то вот его волевые качества, независимость по данным исследований выделяются лишь частью респондентов: только 41% опрошенных отметил, что этот политик является независимым, принципиальным. Такие черты как твердость и смелость занимают восьмое из девяти мест в рейтинге личных качеств Д. А. Медведева. Вместе с тем, отсутствие вышеперечисленных характеристик не оценивается опрошенными однозначно отрицательно, напротив большинство респондентов позитивно оценивают преобладающий характер политической деятельности Д.А. Медведева, его некоторую зависимость от действующего президента В.В. Путина.

Анализируя третью шкалу личностных качеств политического лидера «активность-пассивность», нужно отметить, что если политическая активность не подкреплена какими-либо результатами, то это качество получает негативную оценку и не идет на пользу образу политика. Рассматривая данные качества личности Д.А. Медведева можно сказать, что опрошиваемые оценивают его как активного, решительного. 73% респондентов назвали этого государственного деятеля энергичным, инициативным. Характеризуя результаты политической активности Д.А. Медведева, нужно отметить, что россияне уже замечают некоторые итоги деятельности этого политика, хотя, конечно, отводят им не первостепенную роль в оценке рассматриваемого политического лидера.

Таким образом, можно сделать вывод о трансформации идеальных личностных и профессиональных качеств, предписываемых россиянами политическому лидеру. В первую очередь это касается профессионально-деловых качеств: преобладание политики, стремление работать в команде становятся более важными, чем такие характеристики как политическая независимость и индивидуализм. Россиян больше не привлекают заманчивые обещания «светлого будущего»; реальные результаты

деятельности становятся более важны, чем беспорядочная активность. Вместе с этим морально-психологические особенности как наиболее стабильный элемент восприятия личностных характеристик политических лидеров не претерпел больших изменений: ценность таких качеств как серьезность, скромность, ответственность остается традиционно высокой. Политики, претендующие на роль новых политических лидеров, должны учитывать происходящие изменения в восприятии лидерских качеств личности и пытаться корректировать свой образ в сознании населения в соответствии с происходящими изменениями.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Шестопад Е.Б. Образы власти в постсоветской России // М.: Алетея 2004
2. Артемов Г.П. Политическая социология // М.: Логос 2003
3. Тощенко Ж.Т. Политическая социология // М.: Юнити 2002

Политическое участие молодежи (на примере Мурманской области)²

Дудина Александра Анатольевна

Студентка 5 курса, старший лаборант социологической лаборатории

Мурманский государственный педагогический университет

Социально-гуманитарный факультет, г. Мурманск, Россия

E-mail: alexa_pretty@mail.ru

На протяжении последних лет все чаще звучат разговоры о феномене гражданского общества в России, его специфике в условиях нашего государства и необходимости дальнейшего развития. Не секрет, что развитое гражданское общество является неотъемлемым атрибутом демократии. В этой связи огромное значение имеет формирование у населения России и, прежде всего, у молодой его части, гражданского самосознания. Гражданское самосознание – феномен многогранный, и одной из его сторон является политическое участие, поскольку человек, осознающий себя гражданином своей страны, не может оставаться в стороне от ее политической жизни.

Политическое участие – это действия, посредством которых рядовые члены любой политической системы влияют или пытаются влиять на результаты ее деятельности. Можно отметить, что демократическое устройство государства изначально предполагает активное участие граждан в политической жизни страны. Для этого демократия имеет определенные институты и инструменты, при помощи которых каждый отдельно взятый гражданин может повлиять на политику властей, принятие законов, распределение ресурсов и т.д. К таким институтам относятся выборы, политические партии, общественные организации и т.д. Гражданское самосознание предполагает осознание человеком необходимости проявления политической активности в жизни страны. Однако в российском обществе существует проблема традиционно низкого внимания и интереса населения к подобным формам активности. На этом фоне особо выделяется проблема

² Работа выполнена в соответствии с тематическим планом научно-исследовательских работ Федерального агентства по образованию (тема № 1.2.06)

политического участия молодежи. Ведь именно молодые люди своими действиями сегодня формируют облик нашей страны завтра. В связи с этим, выявление причин политической пассивности молодежи, мониторинг ее отношения к политическому участию в жизни страны – являются важными и актуальными задачами исследований молодежи.

В качестве примера исследования, посвященного данной проблематике, можно привести исследование гражданского самосознания молодежи Мурманской области, проведенное Научно-исследовательской лабораторией социологических исследований при Мурманском государственном педагогическом университете в ноябре-декабре 2007 г. Целью исследования было изучение особенностей становления гражданского самосознания молодежи по пяти выделенным направлениям: политическое участие, отношение к молодежным общественным организациям, проявление патриотизма и правовой культуры и отношение к демократии в целом и демократическим преобразованиям в нашей стране. Автор данных тезисов разрабатывала программу исследования и анализировала данные по блоку политического участия. Задачами исследования в данной части были выявление отношения молодежи к политическому участию и мотивы такого отношения.

Исследование проводилось методом анкетирования. Выборка была составлена исходя из общей численности молодежи Мурманской области, численности каждой из трех возрастных групп (15-19 лет, 20-24 года и 25-29 лет) с учетом их пола и места проживания. Общий объем выборочной совокупности составил 775 человек. В г. Мурманске было опрошено 285 человек, в Мурманской области – 488. В исследовании приняли участие 417 мужчин и 356 женщин.

Обратимся к некоторым результатам данного исследования в сфере политического участия молодежи. Что касается форм политического участия, то членом какой-либо политической партии являются только 4 % молодых людей, 14 % когда-либо участвовали в политических митингах и демонстрациях. Настрой молодежи на участие в выборах рассматривался на примере их отношения к конкретным выборам в Государственную Думу в декабре 2007 года и к выборам Президента в марте 2008 года. Так как проведение данного опроса началось в конце ноября, а закончилось в конце декабря 2007 года, то о намерении участвовать в выборах в Государственную Думу у респондентов спрашивалось в двух аспектах: как о намерении участвовать или как об уже свершившемся участии. В итоге 69 % респондентов отметили наличие стремления участвовать (или участие) в выборах в Государственную Думу. При этом политическая активность респондентов заметно возрастает с возрастом. Что касается выборов президента РФ в марте 2008, то намерение участвовать в них выразили 80 % молодых людей. Это показывает, что к выборам Президента молодежь проявляет больше интереса, чем к выборам в Государственную Думу.

В целом можно отметить, что участие в выборах является самой распространенной формой политического участия молодежи Мурманской области. 52 % респондентов считают, что именно посредством выборов можно оказать значительное влияние на власть. Однако большинство молодых людей настроено на регулярное участие в выборах только в том случае, если они президентские. Что касается выборов в Государственную Думу и в региональные или местные органы власти, то готовность значительного числа молодежи участвовать в них находится под влиянием обстоятельств. В эффективности некоторых других форм политического участия молодые люди сомневаются. Так 41 % молодых респондентов считает, что участие в политических митингах и демонстрациях не оказывает никакого влияния на решения властей; 54 % говорят о возможности незначительного влияния на власть посредством участия в политических партиях.

Мотивы политического участия молодежи выявлялись с помощью открытых вопросов. Основной причиной участия молодежи в политических митингах, демонстрациях является интерес к таким мероприятиям (так считают 25 % респондентов

из числа тех, кто когда-либо участвовал в митингах). Однако много и тех, кому участие в названных мероприятиях оплатили (17%). Основными причинами неучастия в политических митингах респонденты назвали отсутствие интереса к политике (32% из числа тех, кто не участвовал в митингах) и убежденность в неэффективности таких мероприятий (18%). Главной причиной настроя на участие в выборах респонденты назвали небезразличие к будущему страны и своему будущему (44% из числа респондентов, настроенных на участие в выборах). Основным мотив неучастия в выборах – уверенность, что «мой голос ни на что не влияет» (31% от числа ненастроенных на участие в выборах).

Следует отметить, что в большинстве случаев отношение к политическому участию и мотивы такого отношения не зависят от возраста респондента. Анализ данных в программе SPSS по критерию Хи-квадрат позволил выделить связи только между некоторыми признаками. Мужчины более активны в политическом участии, чем женщины (это относится к участию в выборах и членству в политических партиях). Кроме того, стремление к участию в выборах в Государственную Думу у молодых людей Мурманской области выше, чем у молодежи г. Мурманска. Что касается других форм политического участия, то в поведении мурманчан и жителей области различий не зафиксировано. Зависимости политического участия молодежи от каких-либо других социально-демографических характеристик установлено не было.

В завершении можно сказать, что в целом большинство молодых людей имеют средний интерес к политике (39%) и только 9% опрошенных всегда проявляют интерес к политической жизни.

Осознание свободы через «вхождение во власть»

Дышлевой Илья Александрович

аспирант

Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова, Одесса, Украина

E-mail: dushlevoy@mail.ru

Осмысление открывшихся свобод в трансформирующемся украинском обществе происходит на основе статусных и функциональных позиций различных социальных групп. В свою очередь, в публичной сфере находят свое выражение политический, правовой, научный и культурный дискурсы, составляющие институциональный уровень социума [1, С. 149]. Они, как правило, ориентированы на неолиберальный тип свободы и соответствие западным стандартам прав человека, что, в частности, отражено в распоряжении Кабинета Министров Украины «Об одобрении Концепции содействия органами исполнительной власти развитию гражданского общества» № 1035-р от 21 ноября 2007 года [2]. Государственные органы власти, политические силы и интеллектуальные круги стремятся структурировать и содержательно наполнить понимание свободы посредством создания новых институциональных моделей, отличающихся от режима «Кучмы» и «Кравчука». Законодательная инициатива, связанная с созданием новой, отличной от предыдущих, украинской дискурсивной модели свободы, выражена, в особенности, в постановлении Кабинета Министров Украины «Об утверждении Программы деятельности Кабинета Министров Украины «Украинский прорыв: для людей, а не политиков» № 14 от 16 января 2008 года [3]. Таким образом, юридически закрепленные гражданские, политические, социально-экономические и культурные права, тенденции конструирования новых социокультурных идентичностей предопределяют характер и грани свободы различных социальных групп. Вместе с тем, отсутствие процедурной оформленности и реализации узаконенных прав и декларируемых социокультурных возможностей создает основу для иного осознания

свободы социальными общностями, отделенными от власти и не находящими личного экономического интереса в новых условиях. Данное противоречие составляет проблему исследования и объясняет его актуальность.

Экспертный опрос, контент-анализ прессы, социальный эксперимент, глубинное и полуформализованное интервью выступают в качестве эмпирических методов исследования по указанной проблеме. Экспертами являются лица, представляющие институты политической власти, права, науки, образования, а также руководители ряда правоохранительных органов на локально-территориальном уровне. Основной задачей контент-анализа прессы является сравнительный анализ альтернативных точек зрения на характер и процедурные способы функционирования свободы в украинском обществе (трех газет, представляющих платформы разных политических партий и своеобразно понимающих европейские институциональные требования). Проведение социального эксперимента предусматривает сопоставление работы с аудиториями участников образовательных проектов международной организации, «инсценирующей» глобальное распространение демократии, с аналогичной деятельностью региональной самоорганизационной структуры, «играющей» в локальную инициативу. Глубинные и полуформализованные интервью ориентированы на выявление латентных и альтернативных смыслов свободы, образованных в узких и замкнутых субкультурных и контркультурных группах. Иначе – эмпирическая часть исследования позволяет выделить и сопоставить внутренние и межуровневые противоречия в функционировании свободы как феномена, обладающего специфическими траекториями своего процедурного осуществления.

В ходе исследования предполагается проверить несколько гипотез: насколько функционирующие самодеятельные организации граждан понимают свои собственные задачи и каким образом процедурно содействуют обеспечению прав и свобод граждан; каким образом международные неправительственные организации, работающие в Украине, связаны с региональными институтами гражданского общества; каковы приоритеты и содержательные смыслы программ, призванных процедурно реализовывать ожидания разных социальных групп, активно вовлеченных в политический процесс.

Современное международное право, внутренняя неолиберальная юридическая система, а также интеллектуальный дискурс предполагают формирование и развитие мультикультурного и поликонфессионального общества [4, Р. 56]. Это означает, что институциональные структуры социальных организаций, оппозиции разных уровней организаций, в том числе политических движений, предусматривают включенность в повседневные практики социальных общностей, прежде всего, свободной и рациональной самоидентификации [5, Р. 161]. Одними из ведущих международных неправительственных организаций, работающих в Украине и связанных с выражением западных (в основном, американских) политических ценностей и ориентиров, являются Международный республиканский институт содействия развитию демократии в Украине, Всеукраинское общественное объединение «Общественная лига Украина-НАТО», а также Центр информации и документации НАТО [6]. Примером самодеятельной организации граждан в г. Одессе выступает Молодежный совет при исполнительном комитете Одесского городского совета [7]. В свою очередь, идентификационные практики большинства социальных групп порождают такие образы и стили жизни, а также такие формы зависимости и ответственности, процедурное обеспечение которых представляется широким слоям общества более предпочтительным, нежели процедурная реализация принятых государством и основными политическими партиями, победившими на выборах, институционализированных норм и ценностей, предполагающих иные проявления зависимости и ответственности. В ракурсе именно этих противоречий и находит свою предметную область социологический угол зрения на свободу.

Что касается самой свободы, то ее семантические смыслы достаточно разнообразны. Под свободой можно понимать форму проявления «социального»,

находящую свое структурное выражение в ценностях, нормах, целях, а также способах и средствах их достижения. Другой структурной стороной свободы выступают иерархически соподчиненные виды зависимости и ответственности, вписывающиеся в идентификационные практики различных социальных субъектов. Э. Гидденс отмечает: «Устройство общественных институтов можно осмыслить, поняв, каким образом различные социальные деятельности «растягиваются» в широком пространственно-временном диапазоне» [8, С. 15-16].

Свобода является, на наш взгляд, диффузной социальной структурой, за счет различных нормативных элементов и ресурсов которой, в своей повторяемости воспроизводимых в разных других социальных структурах (во власти и повседневных практиках социальных групп), возводится фундамент стабильности и устойчивости социальных институтов общества.

Литература

1. Турен А. (1998) Возвращение человека действующего. Очерк социологии. М.: Научный мир.
2. http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=98211034&cat_id=98210732
3. http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=104231107&cat_id=47292901
4. Bauman Z. (1995) Life in Fragments: Essays in postmodern morality. Oxford: Blackwell.
5. Osler A., Starkey H. (1996) Teacher Education and Human Rights. London: David Fulton Publishers.
6. <http://www.ua-nato.iatp.org.ua/rada.html>
7. <http://www.truhanov.od.ua/rus/SportYouthPolitic>
8. Гидденс Э. (2005) Устройство общества: очерк теории структуризации. М.: Академический Проект.

Гражданское общество в структуре механизма функционирования и развития политической системы

Заец Егор Николаевич

аспирант

*Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова
социологический факультет, Москва, Россия*

E-mail: zregor332@yandex.ru

1. За последние двадцать лет в России произошли перемены поистине революционного характера. Изменились экономическая система, отношения собственности, социальная и политическая сферы. Страна взяла курс на формирование федеративного, демократического, правового, социально ориентированного государства. Процесс российских реформ развивался и продолжает развиваться трудно и противоречиво. Негативные аспекты реформ проявлялись под воздействием отсутствия в стране реального опыта демократической жизни, непростой экономической ситуации в стране, сложившейся на завершающем этапе существования советской социально-политической системы. Тем не менее, нельзя не видеть и вполне определенных, осязаемых достижений страны на этом не простом пути. Началось строительство демократической государственности на основе свободных и альтернативных выборов органов власти, принципа разделения властей, политического плюрализма, многопартийности, свободы слова, печати, самоорганизации российских граждан по группам интересов. Уже в сложные, и неоднозначно оцениваемые 90-годы, в стране были заложены основы гражданского общества и правовой государственности. В последние годы в своем развитии страна все уверенней становится на путь набирающей силу социальной и политической стабильности, приближаясь к тому качественному состоянию

политической системы, которое в политической науке определяется понятием устойчивого развития.

2. Вместе с тем по ряду причин объективного и субъективного характера все заметнее становятся проблемы, выступающие тормозом на пути реальной демократизации российского общества, становления в стране действительно правовой, социально ориентированной политической системы. Анализ этих проблем и путей их разрешения предполагает обращение к исследованию гражданского общества как одному из важнейших механизмов функционирования и развития демократических политических систем. В своем историческом развитии понятие гражданского общества прошло сложный и длительный путь и, тем не менее, до настоящего времени в политической науке нет однозначного отношения к содержательным характеристикам и определению его места в структуре демократических политических систем (Джин Л. Коуэн, Эндрю Арато, 2003). Автор солидаризируется с теми исследователями гражданского общества, которые рассматривают его как совокупность социальных отношений и институтов, функционирующих независимо от политической власти и способных на нее воздействовать (Дилигенский Г., 1997). Либо, более конкретно, гражданское общество можно рассматривать как совокупность социальных отношений и институтов, функционирующих относительно независимо от политической власти и способных через систему институтов опосредования (политических партий, групп интересов, групп давления, общественных движений) оказывать осознанное воздействие на органы власти в принятии тех или иных политических решений, в разработке и реализации государственной политики (Федоркин Н.С., 2005). В этом контексте гражданское общество в политической системе выступает и как *среда* взаимодействия социальных субъектов по поводу частных интересов, и как *среда*, в которой зарождается артикуляция интересов граждан, их агрегирование в форме «требований» к политическим структурам, и как *среда* реализации идеи представительства своих интересов, формирования формальных институтов власти, способов участия в выработке политических решений и контроля (*влияния*) за их реализацией. Иными словами, гражданское общество в политической системе выступает системой взаимодействия *социальных механизмов власти и влияния* на различных этапах ее развития и в разных фазах ее функционирования.

3. Такое понимание гражданского общества, по нашему мнению, выводит за рамки дискуссий всякие рассуждения о нем как некой абстракции, не связанной конкретно исторически с той или иной политической системой в ее развитии и преемственности. Рассматривая гражданское общество в контексте развития конкретной социально-политической системы, мы с необходимостью можем выделять основные «болевы точки» его состояния и перспективы развития, впрочем, как и состояние самой политической системы. Как известно политическая система ставит перед собой две основные функции: распределить ресурсы в обществе и достичь согласия *своих граждан* в правомерности этого распределения. Это обеспечивает стабильность функционирования политической системы, создает условия для ее возможного развития. Она обеспечивается *возможностями* системы в границах этого соответствия: а) *получать* от общества безболезненно для системы необходимые ресурсы (человеческие, материальные); б) успешно в границах стабильности осуществлять *функцию регулирования* в обществе; в) так же успешно осуществлять *функцию распределения* (распределение материальных и нематериальных ценностей); г) *функцию реагирования* - способность системы быстро реагировать на «требования» гражданского общества; д) обеспечивать себе легитимную поддержку со стороны общества, *символизирующей функцией* – способностью системы различными технологиями мобилизационного и манипулятивного характера поддерживать свою легитимность.

4. Но все эти «возможности» системы во многом зависят от системы социальных механизмов «влияния» со стороны гражданского общества, его «качества». К

индикаторам этого «качества» можно отнести выяснение и осмысление того: а) как в обществе происходит процесс артикуляции интересов; б) как в обществе происходит процесс агрегирования этих интересов, насколько само организовано и структурировано гражданское общество; в) как, вследствие этого, в системе осуществляется процесс нормотворчества; г) как реально эти нормы претворяются в жизнь; д) какие формы формального и неформального регулирования и контроля со стороны общества действуют в системе, и какова их реальная эффективность; е) как в целом во всей совокупности названных индикаторов осуществляется *влияние* гражданского общества на политическую власть.

5. Поставленная таким образом проблема гражданского общества как социального механизма функционирования и развития демократических политических систем высвечивает целый ряд «болевых точек» в формировании в нашей стране эффективного гражданского общества, способного влиять на политические институты в интересах развития в стране правового, социально-ориентированного демократического государства. Назовем лишь некоторые из таких «болевых точек» или неотложных проблем, решение которых ускорило бы формирование в стране *условий* для становления дееспособного гражданского общества. К ним можно отнести: 1. формирование нормативно-правовой базы, обеспечивающей реальное развитие среднего класса в стране как социальной базы гражданского общества; 2. строгое соблюдение государством принципа «равенства всех перед законом»; 3. утверждение в обществе базовых ценностей демократии, независимой и справедливой судебной системы, строгое соблюдение норм избирательного законодательства; 4. реальное усиление борьбы с коррупцией, особенно в политической сфере; 5. усиление воспитательных функций государства, общей и политической социализации российских граждан; 6. преодоление социального расслоения российских граждан и многое другое.

Литература

1. Джин Л.Коэн, Эндрю Арато (2003) Гражданское общество и политическая теория. М.
2. Дилигенский Г. (1997) Что мы знаем о демократии и гражданском обществе?// *Pro et Contra*. М.: Т.2. №4.
3. Федоркин Н.С.(2005) Гражданское общество в России: проблемы и трудности формирования / Гражданское общество: проблема или реальность для современной России? / Материалы научного семинара / Под ред. Н.С.Федоркина, В.Н.Амелина. М.: Альфа-М.

Манипулирование массовым сознанием как функция политической рекламы

Иванютенко Анна Викторовна

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: ivanutenko@yandex.ru

В настоящее время одним из самых эффективных и используемых инструментов влияния на массовое сознание в политической сфере является манипулирование.³ Его можно определить как особое искусно выполненное с помощью различных средств коммуникативное воздействие на массовое сознание граждан, провоцирующее их действовать или не действовать в политической сфере образом, выгодным манипулятору, независимо или вопреки их потребностям, принципам, предпочтениям и так далее. Целью политического манипулирования, является получение поддержки населения, или, что несколько шире, сохранения статус-кво политической системы, её стабильности и легитимности.

Коммуникативная природа манипулирования массовым сознанием позволила ему получить широкое распространение именно в XX веке, чему способствовали индустриализация и связанная с ней массовизация всех сторон жизни человека, в том числе политической. Развитие и становление рекламы, как социального института, происходило параллельно с указанными процессами. Уже на начальном этапе массового

³ См.: Авченко В. Политическое манипулирование: понятие, содержание, история
<http://www.psyfactor.org/polman1.htm>

производства реклама формирует и задает установки и стереотипы потребления и стиля жизни в сознании населения, что было необходимым для дальнейшего расширения стандартизированного производства.

Массовизация политической сферы жизни общества привела к существенному увеличению количества людей, участвующих в различных политических акциях, изменился состав их общностей, усложнились и расширились политические отношения людей. Эти изменения открыли широкие возможности для использования рекламы в политических целях. Некоторые исследователи полагают, что существенной разницы между политической и коммерческой рекламой нет.⁴ Российские же исследователи говорят о существовании явных различий между этими двумя формами коммуникации (Д.В. Ольшанский, А.И. Соловьёв, О.А. Феофанов и др.).⁵ По их мнению, рынок коммерческих услуг и товаров и поле политического взаимодействия принципиально различны, и отличие это кроется в разнице между экономическим и символическим капиталом. Для политических структур главной целью является не получение прибыли, а борьба за власть, изменение общественных статусов, завоевание престижа. В наиболее комплексных, синтетических определениях политическая реклама – это система политических коммуникаций, призванных изменить сознание и поведение людей в соответствии с политическими целями рекламодателя (партии, кандидата и т.п.).

Согласно Р.Мертону, функцией являются объективные последствия явления, способствующие внутренней слаженности и существованию системы. М.Ю. Рогожин выделяет социальную функцию рекламы, которая оказывает огромное воздействие на формирование массового общественного сознания и сознание каждого индивидуума, ей внимающего.⁶ Д.В. Ольшанский отмечает существование генеральной функции рекламы, заключающейся в создании единообразной потребителей товаров, услуг и предвыборных обещаний.⁷ По сути оба автора говорят об одном и том же явлении.

Применительно к политической сфере мы можем говорить о том, что реклама, актуализируя и формируя установки, настроения, стереотипы в сознании избирателей, формирует электоральные массы, и направлена на получение их поддержки или сохранения существующего состояния политической системы. Итак, объективным последствием использования политической рекламы в, например, избирательном процессе, является манипулирование сознанием избирателей, способствующее достижению целей рекламодателя от политики, например, кандидата в президенты.

Несомненно, что манипулирование является неотъемлемым элементов большинства рекламных сообщений, однако в политике оно проявлено наиболее сильно, чему есть свои причины. Информативность и манипулятивность в рекламе находятся в обратной зависимости друг к другу. А поскольку политическая реклама, в отличие от коммерческой, не ограничена механизмами «отзыва», то последний элемент в ней нередко превалирует. Также отечественные исследователи указывают, что российский избиратель скорее выбирает друга, защитника, правителя и т.п., нежели человека, предоставляющего политические услуги.⁸ Потому политическая реклама априори более эмоциональна, чем реклама коммерческая.

В сравнении с другими формами организации политического дискурса политическая реклама обладает самым высоким манипулятивным потенциалом. В отличие от пропаганды, реклама представляет собой форму коммуникации, успешность

⁴ См.: Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003. С. 151.

⁵ См.: Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003. С. 128-135; Политические коммуникации/ Под ред. Соловьёва А.И. М., 2004. С. 149-151; Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. СПб., 2000. С. 264-299.

⁶ Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности. М., 2004. С. 34.

⁷ Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003. С. 144-145.

⁸ См.: Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003. С. 128-135; Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. СПб., 2000. С. 264-299.

которой напрямую зависит от учёта особенностей и специфики тех, на кого она направлена. Кроме того, в рекламе используются такие методы воздействия, как убеждение, внушение, подражание, заражение, которые не приемлемы для классического public relations.

Таким образом, манипулирование массовым сознанием является одной из ключевых функций политической рекламы. Она проявляется в актуализации, создании и распространении установок, стереотипов, потребностей в массовом политической сознании. Объективным последствием эффективного использования политической рекламы является достижения целей манипулятора: получение или сохранения власти.

Литература

1. Авченко В. Политическое манипулирование: понятие, содержание, история <http://www.psyfactor.org/polman1.htm>
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2002.
3. Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003.
4. Политические коммуникации/ Под ред. Соловьёва А.И. М., 2004.
5. Рогожин М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности. М., 2004.
6. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. СПб., 2000.

Политическая культура современной России в контексте избирательного цикла 2007-2008 гг.

Ковалёва Светлана Сергеевна

студентка

Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

E-mail: kasatik1986@mail.ru

Проблема построения демократического государства является одной из наиболее обсуждаемых в современном российском обществе. Демократические преобразования в России сталкиваются со множеством трудностей, что способствует распространению представлению об их неприемлемости в силу исторических, социокультурных и иных особенностей общества. Среди факторов, препятствующих распространению демократических тенденций в нашей стране, следует особо выделить, на наш взгляд, политическую культуру российского общества, которую очевидно можно охарактеризовать, несмотря на произошедшие за последние десятилетия изменения, как авторитарно-патриархальную.

Власть в России, в независимости от смены политических режимов, традиционно носит авторитарный характер. Авторитаризм пронизывает все общественные и государственные структуры, определяет характер функционирования государственной власти. Российской политической культуре свойственны также этатистские тенденции.

Государство выступает главным мотором общественного развития, инициатором всех существенных общественных преобразований. Эти ценности подданнического типа ограничивают возможности усвоения опыта демократического развития, восприятия ценностей либерализма - рынка, частной собственности, конкуренции. Лишь у части городского населения, в среде предпринимателей и интеллигенции произошла переориентация на ценности рынка и демократии. Именно эти слои населения оказывают наибольшую социокультурную и политическую поддержку реформированию общества.

Исторические особенности обусловили также появление таких черт национальной политической культуры, как патернализм и клиентелизм, ограниченность сферы публичной политики, массовая политическая инертность. Признавая важность для российского общества принципа выборности органов власти (75% респондентов согласно опросу ВЦИОМ 13 июня 2007 г.), россияне в то же время не считают, что от обычных избирателей зависит, кто придёт к власти и какая политика будет проводиться. Относительное большинство опрошенных (42%) придерживаются мнения, что от их участия в выборах кое-что зависит, хотя и очень небольшое. И треть респондентов (32%) полагают, что от их голоса практически ничего не зависит, все главные решения будут приняты без них. Бесспорно, для современного государства, претендующего на определение «демократическое» и «правовое» эти показатели чрезвычайно высоки

Однако когнитивные ориентации, свойственные российской политической культуре, достаточно противоречивы. Во множестве различных социологических исследований население РФ в целом демонстрирует «функциональную политическую неграмотность». Так доля безразличных к политике россиян - 54% - выше доли тех респондентов, кто ею интересуется - 44% (опрос ВЦИОМ 26 марта 2007 г.). Отсутствие собственного интереса к политике опрошенные объясняют, прежде всего, неверием в возможность повлиять на неё (29%) и тем, что политикой должны заниматься «профессионалы» (27%). 18% населения склонны объяснять это отсутствием времени и доверием действующему президенту в решении текущих проблем. При этом каждый четвёртый опрошенный отмечает, что для него важно лишь собственное мнение. Тем не менее, россияне в политических вопросах склонны доверять в первую очередь своим близким (28%) и президенту В.В. Путину (27%); в меньшей степени - друзьям и коллегам (17%), известным российским политикам и членам правительства (13%), журналистам (7%).

В свете прошедших в декабре 2007 г. выборов в Государственную Думу интересен также и тот факт, что, не смотря на то, что большинство россиян регулярно смотрит информационные телевизионные программы, а также читает печатные СМИ, среди граждан РФ невелика доля тех, кто знаком с программами основных политических партий, сумевших преодолеть 7%-ный барьер. Люди с трудом могут применить полученную информацию для самостоятельного политического анализа, ориентируясь в основном на готовые, сформулированные оценки. Этот малоприятный факт говорит о том, что орган представительной власти вряд ли сформировался на основе рационального выбора населения и будет действовать в интересах широких слоев российского общества.

С другой стороны, наряду с традиционной составляющей в ценностях политической культуры российского общества за последние годы наметился ряд определенных изменений. Во-первых, постепенно формируется устойчивое отношение к плюрализму как необходимому качеству политического процесса, важной гарантии обеспечения прав и свобод человека; открыто выражаются различные ориентации, сопоставляются позиции политических сил, ведется полемика по наиболее острым вопросам общественного развития. Во-вторых, все более набирает динамику тенденция к консенсусности общества. С октября 1993 г. российской государственной власти удается избегать сколько-нибудь серьезных политических потрясений в обществе. Стремление политических элит к консолидации совпадает со стремлением общества к стабильности.

Таким образом, постепенное развитие рыночных отношений и социальные преобразования в стране значительно влияют на изменение источников и способов

формирования политической культуры россиян. В условиях расширяющейся свободы доминирующим фактором социальной и политической активности населения постепенно становятся творческие начала личности, широта кругозора, склонность к преобразованиям.

Литература

1. Глебова И.И. Политическая культура современной России: облики новой русской власти и социальные расколы / И.И. Глебова // Политические исследования. – 2006. - № 1. С. 33 - 40.
2. Перов А.В. Тенденции и особенности формирования политических субкультур в современном российском обществе / А.В. Перов // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. - 2003. - №2. С. 20 – 33.
3. Рассадина Т.А. Трансформация традиционных ценностей россиян в постперестроечный период / Т.А. Рассадина // Социологические исследования. – 2006. - № 8. С. 95 - 102.

«Цивилизованный» лоббизм в современной России

Куценко Екатерина Александровна

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Социологический факультет

E-mail: Ribka17@yandex.ru

Как известно, политический процесс представляет собой сложную структуру взаимодействия различных субъектов политики по поводу власти и ее использования для достижения своих индивидуальных и групповых интересов. Интерес лежит в основе любой общественной группы, являясь одновременно конечной целью деятельности группы и условием ее возникновения.

Как социальный институт в условиях стабильных демократических политических систем институт лоббизма поддерживает баланс устойчивости политической системы, вписывается в механизм взаимодействия гражданского общества и государства, в процесс принятия и реализации государственных решений. Однако, в определенных условиях, когда те или иные страны, например, как Россия, переживают свои эпохи транзита, либо

когда лоббистская деятельность осуществляется вне правового поля и в условиях дестабилизации общества, в этом случае лоббизм приобретает дезинтегративный характер, и, по сути, является нецивилизованным лоббизмом, который, способствует усилению и развитию в политических системах коррупционных процессов, криминализации социальных и политических институтов.

Цивилизованная форма лоббизма является неотъемлемым институтом любой демократической политической системы. В любой стране, ориентирующейся на создание развитой демократической политической системы, помимо общих, свойственных классическим демократиям, черт лоббизма, имеются и свои специфические черты и особенности, придающие ему национальный оттенок.

Как форма удовлетворения частных и корпоративных экономических интересов, лоббизм широко распространен и в России. Надо признать, что в современной России распространен нецивилизованный лоббизм, поскольку отличительной особенностью нашей экономики является чрезмерная зависимость бизнеса от государства. К тому же, в процессе развития находится и сама политическая система. Все это, безусловно, оказывает существенное влияние на специфику формирования лоббизма в России и его взаимодействие с институтами политической власти. Тем более что до настоящего времени в стране отсутствуют нормотворческие институты, которые бы вводили российский лоббизм в правовое поле.

За последнее десятилетие продвижение интересов на любом уровне привело в России к нецивилизованному лоббизму. Российский парламент окончательно превратился в машину для удовлетворения интересов конкурирующих финансово-промышленных кланов и политических групп. Отметим, что нецивилизованный лоббизм унаследовал от своего праотца многие родовые черты. Только теперь предметом лоббистской деятельности являются уже не фонды и лимиты, а льготы, квоты, нормативы, регулируемые, помимо правительственных постановлений, еще и законами. Для власти и бизнеса нецивилизованный лоббизм оказался единственной с коррупцией формой отношений, что в значительной степени усиливает отчуждённость, недоверие в отношениях общества, бизнеса и власти, ведёт к ослаблению политического влияния властных структур.

Коррупция как следствие отсутствия соответствующей законодательной базы представляет собой специфику лоббистской деятельности в России. Отметим, что нецивилизованный лоббизм и как следствие коррупция - это две очень острые проблемы для России. В частности, отмечается всеобщее проникновение коррупции в сферу лоббизма. Лоббизм как институт представительства стал в России элементом коррупции. В этой связи Россию называют лоббируемым государством. Это является основной проблемой не только в области регулирования лоббизма в России, но и всей государственной системы в целом.

Что же касается цивилизованной формы лоббизма в России, то она настолько мала, что кажется, ее попросту не существует! А пока мы имеем только заявления и обещания. Приведем пример. Когда Александр Шохин вступил в должность нового президента РСПП, он пообещал, что «под моим руководством союз будет заниматься цивилизованным лоббизмом интересов бизнеса» (Газета, 2005 г.).

Выступая на Съезде Промышленников и Предпринимателей, Президент РФ Владимир Путин резко негативно высказался против существующей системы лоббирования интересов бизнеса: «промышленная политика России в современных условиях есть не что иное, как лоббирование через госструктуры интересов одного бизнеса в ущерб другому... Все сводится к тому, кто, сколько даст денег, а решает все его величество чиновник», - заявил Владимир Путин.

По мнению Президента, развитие экономики страны должно определяться совместно правительством, Госдумой и представителями бизнеса.

Отметим, что в современной России процветает нецивилизованный лоббизм, поскольку закон о регулировании лоббистской деятельности не принят до настоящего времени. Для противодействия нецивилизованному лоббизму и коррупции, которые на данном этапе идут рука об руку, необходимо принятие закона. Это обеспечит полную легализацию влияния по интересам в структурах бизнеса и власти, открытость коммуникаций в этих сферах. Тем самым будут созданы условия для успешной реализации административных реформ.

Также отметим, что в отсутствие закона о лоббизме наш крупный бизнес продолжает кулуарно добиваться выгодных для себя решений. Несмотря на то, что бизнес сейчас не стремится идти и оказывать свое влияние на политику, но вот экономическую деятельность правительства он контролирует полностью. Любое экономическое решение даже предложенное президентом, сегодня можно свести на нет.

В России государство не признает официально такого явления, как лоббизм. Именно по этой причине экономический и политический лоббизм в России остается неурегулированным и зачастую носит неформальный, и даже нелегальный характер. По свидетельствам думских наблюдателей, мешают его принятию именно профессиональные лоббисты, так как им «легче работать в тени» (Правосудов, 2003).

Вместе с тем, сегодня мы наблюдаем попытку легализовать отношения законодателей с бизнес - структурами (по крайней мере, с теми, где контрольный пакет принадлежит государству). Российский нецивилизованный лоббизм обнаружил готовность выйти из тени и стать цивилизованным.

Литература

1. Газета (2005) № 186. 03 октября.
2. Правосудов С. (2003) Лоббисты в Госдуме. Что почем и кто заказывает музыку // Русский фокус. 15.09.

Независимость Косово. Политические последствия

Лисицин Денис Евгеньевич

Студент

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, социологический факультет, Москва, РФ

17 февраля 2008 года на Балканском полуострове появилось новое государство, отделившееся от территории Сербии. Несмотря на многочисленные протесты сербского населения, данный международный акт был признан легитимным наиболее влиятельными в том регионе мира странами. Ссылаясь на право наций на самоопределение, Косово провозгласило независимость, которую с каждым днем признает всё больше правительств. История противостояния сербов и албанцев на сравнительно небольшой территории имеет сложную историю: еще в конце 18 века оно оформилось в явные столкновения.

Появление политического образования на Юге Европы таким образом ставит перед мировым сообществом ряд сложным вопросов и закладывает основу для новых обострений обстановки в разных уголках земного шара. Проблемы, схожие с теми, с которыми столкнулась Сербия, имеются даже у некоторых стран Евросоюза – баскский сепаратизм в Испании, вопрос Сицилии в Италии, северная Ирландия в Великобритании, в других местах – Абхазия и Южная Осетия в Грузии, в неопределенный статус Тайваня в Китае, в меньшей степени полуостров Крым в Украине...

Европейские государства и США таким шагом создали основы весьма вероятного кризиса. Их позиция позволила косовским албанцам образовать своё государство в очень тяжелых условиях. На данное событие многими политическими деятелями уже озвучены, порой, абсолютно полярные точки зрения. Очевидно, что за каждой стоят определенные интересы стран в зависимости от перспективы самим столкнуться с проблемой возможного отчуждения какой-либо части территории. В целом мнение общественности ЕС сочло это в порядке вещей, ведь косовары получили то, за что так много страдали, но в тоже время создали опасный прецедент. Учитывая то, что событие произошло не в каком-то отдаленном регионе мира, а в самой Европе с Сербией, со страной-членом ООН, под вопросом могут при определенных условиях стать все государства Земли.

На Балканском полуострове косовары смогли получить поддержку, потому что более девяноста процентов населения косовского края составляют албанцы. Что, в таком случае, смогут возразить ЕС и США, например, сербам, проживающим в Боснии и Герцеговине, если те вдруг пожелают применения к себе ровно такого же права и выразят желание присоединиться к Сербии? Или почему, скажем, сербское большинство теперь уже не сербской Митровицы не должно поднять тему о своих правах на самоопределение или, как минимум широчайшую автономию? Не многим проще ситуация и с албанцами Македонии, составляющими там меньшинство.

Между тем, Европа, взвалив на себя проблему обеспечения стабильности и управления Косово, не смогла добиться единства в своем стане: Великобритания, Франция, Германия и Италия уже признали независимость Косово, но Греция, Испания, Словения и Кипр делать этого не собираются по очевидным причинам. Они рационально опасаются, что полученная и принятая таким образом независимость какой-либо страны, активизирует сепаратистские настроения уже на их территории. Испания и Кипр, в данном контексте, должны испытывать наибольшую настороженность среди всех членов ЕС. В Испании еще свежи воспоминания о серии взрывов в Мадриде, организованных террористической группировкой ЭТА, которая выступает за независимость «страны басков» уже более ста лет. Кипр находится в не менее сложной ситуации, так как после военного вторжения турецкой армии в 1974 году остров оказался фактически разделен на две части, а в 1983 году на севере Кипра была провозглашена Турецкая Республика Северного Кипра, которая до сегодняшнего дня была признана только Турцией. Поэтому можно с высокой долей вероятности предположить, что эти страны не изменят своей позиции по данному вопросу, по крайней мере, в обозримом будущем.

Возвращаясь к Косово, отметим, что без согласия России Косово не может быть признано и ООН. Относительно международно-правовой системы Россия занимает сильную и четкую позицию, основанную на резолюции ООН под номером N1244. Официально считается, что США и ЕС выступили за независимость Косово, оттого что иначе, чем Россия, трактуют данную резолюцию ООН, которая была принята сразу после завершения войны 1999 года. В этой резолюции сказано, что Косово становится зоной, контролируемой и обеспечиваемой безопасностью силами и средствами ООН, а все участники урегулирования обязаны добиваться «политического разрешения кризиса в Косово». Однако отсутствует указание, каким конкретно должно быть это политическое разрешение, что дало возможность разного прочтения. По мнению России, если Сербия не согласна с отделением Косово и в случае, когда Совет Безопасности ООН не принял положительного решения, которое обязывало бы Сербию сделать это, следует считать признание независимости указанной территории нарушением международного юридического права. С одной стороны, исходя из того, что единой и всеобщей нормы признания независимости в мире нет, оба взгляда на архитектуру границ и тонкости их перекройки имеют право на существование. Но с другой стороны, наиболее важным здесь оказывается даже не то обстоятельство, что происходящее с Сербией и Косово противоречиво и нельзя найти

справедливого решения, устроившего бы всех, а то, что всё это может иметь далеко идущие последствия в свете созданного прецедента.

В правовой системе сложилась неоднозначная ситуация, когда основополагающие международные принципы входят в конфликт друг с другом. Право наций на самоопределение, неделимость границ, роль ООН как главного арбитра в вопросах международного урегулирования теперь имеют исключения.

Предприниматели в системе политической власти Армении переходного периода

Маркарян Аревик Гарниковна

Магистр социологии, Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт - Петербург, Россия

E-mail: Arevik_mark@mail.ru

Введение

Актуальность и значимость темы данной исследовательской работы определяются необходимостью осмысления места и роли предпринимателей в политической системе власти в обществах переходного периода как важнейшего элемента, активно участвующего в процессах коммуникации с базовыми подсистемами: государством и обществом.

Капитализм в Армении вызывает немало вопросов относительно своего происхождения, механизмов связей государства с бизнесом и функционирования.

Начиная с 1992 года, в Армении развился своеобразный, очень противоречивый и во многом неустойчивый политико-экономический гибрид.

Данное обстоятельство, а именно – очевидное даже для стороннего наблюдателя стремление укрепляющего свои позиции предпринимательского слоя к политическому представительству собственных интересов, а бизнес-элиты выступать в качестве политической элиты стимулировало появление утверждений о том, что многие политические институты «все сильнее начинают подаваться олигархической экспансии», а рвущиеся к власти бизнес-структуры «...стали инструментом выражения корпоративных, а не общественных интересов...».

Оценить силу влияния предпринимателей на политическую жизнь современного армянского общества представляется достаточно сложным.

Чтобы выявить роль и место предпринимателей в политической системе власти, их властный потенциал, а также те факторы, которые влияют или ограничивают этот потенциал, необходимо понять из чего складывается политический ресурс предпринимателей и главное какую цель преследуют представители этого сообщества, когда принимают решение взять на себя роль ключевого игрока на современном политическом поле.

Крупные предприниматели в лице своих корпораций в странах переживающих системную трансформацию, благодаря своим ресурсам, превратились в наиболее активно действующих субъектов политической жизни. Они начали приобретать определенную политическую роль, которая выражается в прямом влиянии на политику.

Аполитичный бизнес немислим в обществах переходного периода, где еще не завершился процесс новой институционализации общества и не существует строгого разделения социальных ролей. Как отмечает казахстанский социолог Е. Ж. Есенгараев, отсутствие адекватной ценностной – нормативной основы, узость когнитивной базы негативно влияет на ролевую репрезентацию институтов. Ролевое поведение в социокультурном контексте Армении переходного периода не опирается на органичную ролевую идентичность и неизбежно сказывается на качестве ролевых действий.

Влияние бизнеса на политику связано не только с возможностями и ресурсами самих олигархов, но и с состоянием государственной машины. Чем слабее государство, тем активнее бизнесмены. И наоборот, чем сильнее политическая власть, тем более скромную политическую роль играют предприниматели, сосредотачиваясь на экономических проблемах. Политические амбиции предпринимателей – это своеобразный барометр состояния государства.

Методология

В ходе исследования на стадии сбора эмпирического материала в 2006–2007 годах были использованы анкетирование и метод интервью. С помощью анкетного опроса мы хотели определить общественное мнение о предпринимателях, какой социальный статус они занимают в социальной структуре общества, соответствуют ли они представлениям общества о месте и роли предпринимателей и, самое главное, какую общественную роль они играют. С помощью второго метода выявлены мотивы и система ценностных ориентаций предпринимателей, определены некоторые проблемы взаимоотношения бизнеса и власти.

Интервьюирование было проведено с представителями крупных и достаточно успешных предприятий Армении. Учитывая однородность генеральной совокупности (все предприниматели) объем выборки составил 50 представителей бизнеса.

Сбор информации осуществлялся методом личного интервью на условиях анонимности. Поиск респондентов происходил методом «снежного кома». Метод «снежного кома» эффективен, так как предприниматели являются представителями так называемой труднодостижимой группы (владельцы бизнеса и топ-менеджеры) и предполагает поиск первых респондентов по личным контактам, после чего каждый

опрошенный рекомендовал интервьюера своим знакомым предпринимателям и партнерам по бизнесу.

Результаты

Большинство крупных предпринимателей в той или иной мере ангажированы в политическую деятельность, мелкие же поглощены повседневными делами своей фирмы и предпочитают воздерживаться от прямого участия в политической деятельности.

В настоящее время, в своем отношении к политике, слой предпринимателей разделен на три группы: избегающих политической деятельности, ориентированных на политический лоббизм, прямо включенных в политическую сферу

В целом, процесс политической институционализации предпринимательства не завершен, и это позволяет констатировать два процесса, протекающих в предпринимательской среде Армении: стремление к самостоятельному политическому объединению нового класса и тягу к государственной власти.

В переходный период в Армении бизнес является признанным участником не только экономических, но и политических процессов, оказывая сильное влияние на политическую жизнь страны. В этих условиях отношения власти и бизнеса приобретают принципиальный характер для осуществляемых политических и социально-экономических преобразований.

Определяющая роль в этих преобразованиях принадлежит социальным, политическим и экономическим институтам, задающим и регулирующим эти отношения. Сложившиеся к настоящему времени институты и инструменты регулирования взаимодействия между властью и бизнесом недостаточно приспособлены к новым реалиям политической и экономической жизни. Медленные темпы институциональных преобразований в данной среде затрудняют становление четких правил и норм взаимодействия власти и бизнеса. Между тем, динамика общественной жизни Армении настоятельно требует установления между властью, обществом и бизнесом более прозрачных, легитимных форм их взаимоотношений.

Литература

1. Есенгараев Е.Ж. Переходные общества: институциональный анализ // Проблемы теоретической социологии. Вып. 4. СПб, 2003.
2. Лапина Н. Российские Элиты и проблемы интеграции на пространстве СНГ // Общество и экономика, 2002, №10-11, стр. 292
3. Лысенко В.Н. взаимодействие бизнеса и власти в регионах: российская версия // Федерализм 2002. №4, стр. 74-86
4. Перегудов С.П. Корпоративный капитал и институты власти: кто в доме хозяин? // Политические исследования 2002, №5, стр. 74
5. Погосян Г. А. Армянское общество в трансформации. Ереван, 2003

Парламент Республики Бурятия: особенности партийного представительства в третьем региональном электоральном цикле (2002-2007 гг.)

Матхеев Лазарь Алексеевич

Аспирант

Бурятский государственный университет, Улан-Удэ, Россия

E-mail: laz84@yandex.ru

Региональные парламентские выборы 2002 года, явились важным событием в политической жизни всех субъектов Российской Федерации, в том числе и для Республики Бурятия (РБ). Данное событие обозначило новый этап развития республиканской партийной системы. Электоральные циклы 2002 года показали степень институционализации российских партий в региональном политическом пространстве, выявив тем самым проблемы их парламентского представительства.

Для каждой партии наиболее важным и критичным фактором является представительство в парламенте. Преодолев избирательный барьер, партия институционализируется в политическом процессе и получает доступ к подготовке и принятию политических решений. Всё это означает приобретение партией статуса парламентской партии.

Каждый регион имеет свою специфику политического развития, который налагает отпечаток на функционирование партийной системы субъекта. Специфика партийной системы Республики Бурятия в полной мере проявилась в ходе парламентских выборов 2002 года.

Парламентские выборы в Республике Бурятия в июле 2002 года обозначили новый этап развития партийной системы региона. Партийная система РБ встраивается в фарватер федеральной политической системы и берёт курс на партизацию региональной системы власти. Выборы в Народный Хурал (НХ) проходили по мажоритарной системе в два тура. «По результатам первого тура голосования было избрано 29 депутатов. Повторное голосование состоялось 7 июля 2002 года в 36 избирательных округах. Таким образом, по итогам выборов в соответствии с действующим законодательством было избрано 65 депутатов, причем из них 40 человек (или 61,6%) были избраны в Народный Хурал Республики Бурятия впервые»⁹.

На первой сессии заседания Народного Хурала были сформированы четыре фракции: Единая Россия (ЕР) – 14 человек, депутатской группы «Север» – 6 человек, Союза независимых депутатов – 6 человек и Союза правых сил (СПС) – 5 человек. Фракция «Север» образовалась на базе представительства коренных народов Севера, которые «получили право быть представленными в Народном Хурале Республики Бурятия»¹⁰. Большинство депутатского корпуса не примкнули ни к одной из четырех фракций.

Постепенно начинает складываться иная внутрипарламентская обстановка в НХ. Происходит «перемещение» двух депутатов из фракции «Север» во фракцию ЕР. Фракция «Север» прекращает существование, т.к. количество депутатов по региональному законодательству не менее пяти. Развитие и трансформация прежнего партийного представительства идёт в сторону увеличения и усиления позиций партии Единая Россия. Одновременно с этим была создана фракция «Социальная справедливость» (СС), которая была представлена в Народном Хурале второго созыва (1998-2002). Численность СС составила 7 депутатов, что составило только лишь третью часть по сравнению с депутатской группой предыдущего созыва. К концу 2002 года в НХ было зарегистрировано четыре фракции.

В апреле 2004 года в НХ регистрируется фракция Аграрной партии России, состоящая из пяти человек. В марте 2005 года создаётся фракция партии «Родина». 2005 года стал годом активных межфракционных изменений. Фракция «Родина» постепенно увеличивается, став второй после фракции Единой России, перетянув в свою фракцию двух депутатов. В виду сильного подрыва электоральных позиций СПС в Бурятии и отсутствия представительства партии на федеральном уровне фракция данной партии сокращается до четырёх депутатов. Вследствие чего фракция СПС также прекращает свое существование. Таким образом, к концу 2005 году в Народном Хурале РБ было четыре фракции: Единая Россия – 28 человека, Родина – 8 человек, Социальная справедливость – 6 человек и Аграрная партия – 5 человек.

Заметные перемены в партийном представительстве обозначились в 2006 году. Прекращает существование фракция «Социальная справедливость». С появлением на федеральном уровне Российской партии жизни, в НХ РБ регистрируется одноимённая фракция. Интенсификация внутрифракционных движений происходит на фоне

⁹ «Сведения о качественном составе депутатов Народного Хурала Республики Бурятия третьего созыва» [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.egov-buryatia.ru>. Дата обновления: 21.02.08.

¹⁰ «Народный Хурал Республики Бурятия» [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pp-pss.ru/main.php?region=1&tr2=4&tr2=&ID=140996&ar2=140996&ar3=1>.

приближения декабрьских выборов 2007 года и изменению избирательного законодательства, в соответствии с которым, выборы на региональном уровне будут проходить по смешанной системе. Несомненно, важным событием в партийной системе РБ стало объединение партий Родина, Российской партии жизни и Российской партии пенсионеров в Справедливую Россию.

На внутрипарламентском уровне результатом слияния и преобразования состава фракций Родина и Российской партии жизни явилась фракция Бурятского регионального отделения политической партии «Справедливая Россия: Родина/Пенсионеры/Жизнь» которая была зарегистрирована в Народном Хурале Республики Бурятия в конце 2006 года. В январе 2007 года в Народном Хурале РБ было три фракции: Единая Россия – 30 депутатов, Справедливая Россия – 16 депутатов и Аграрная партия России – 5 депутатов.

Изменения партийного представительства в региональном парламенте в период 2002-2007 гг. отражала как общую закономерность развития федерально-региональной партийной системы, так и выявляла особенности развития региональной партийно-парламентской системы. Спецификой партийного представительства в парламенте РБ стало отсутствие фракций КПРФ и ЛДПР. В целом можно выделить две особенности партийного представительства парламента Бурятии третьего созыва:

- 1) тесная корреляция парламентской фракционной расстановки с реальной партийной конфигурацией в регионе;
- 2) тенденция к элиминации непартийных депутатских групп в парламенте.

Литература

1. «Сведения о качественном составе депутатов Народного Хурала Республики Бурятия третьего созыва» [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.egov-buryatia.ru>. (21 фев. 2008).
2. «Народный Хурал Республики Бурятия» [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pp-pss.ru/main.php?region=1&rr2=4&rr2=&ID=140996&ar2=140996&ar3=1>. (22 фев. 2008).
3. «Фракция «Справедливой России» появилась в Народном Хурале Республики Бурятия» [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tayga.info/news/18171>. (22 фев. 2008).

Комплексный подход в исследованиях электоральной ситуации. Специфика и новые форматы применения социологических методов в избирательных кампаниях.

Мельников Андрей Игоревич

аспирант

Астраханский государственный университет, Астрахань, Россия

E-mail: andreas-m2004@yandex.ru

Когда в России на рубеже 1980-90-х произошли революционные по масштабу политические и социальные изменения, превратив её в декларировано демократическую рыночную страну, изменился механизм формирования властных элит. Теперь главным способом для прихода к власти различных общественных сил и конкретных лиц, а также смены власти и ротации элит стали всеобщие, прямые, равные и тайные выборы.

Основной причиной успеха общественного движения, партии или конкретного кандидата на выборах является их популярность. Поэтому особое значение приобретает диагностика, прогнозирование и формирование претендентами на власть нужного им общественного мнения.

В этой связи необходимо отметить расширение арсенала социологических методов, используемых в электоральных исследованиях. Некоторые методы, ранее имевшие более «академический» характер, теперь активно применяются для информационного насыщения избирательных кампаний кандидатов или в качестве политтехнологий влияния на общественное мнение. Примером первого случая здесь может служить опыт применения метода мониторингового контент-анализа СМИ; и формирующие опросы и формирующие фокус-группы, как пример второго случая.

В последние годы широкое распространение, как один из наиболее оперативных и эффективных способов сбора информации получил метод фокус-групп. В отличие от опросных методик фокус – группы обладают рядом преимуществ, и именно это последовательно выводит их на лидирующие позиции в маркетинговых исследованиях. Аналогичный процесс уже начался и в электоральных социологических исследованиях.

Однако исследователям давно известны многие недостатки этого метода, которые могут приводить к искажению получаемой информации, влиянию модератора на изначальное мнение респондентов. Данный факт послужил толчком к новому формату использования метода. Используя его в качестве политтехнологии, организаторы ставят первостепенной задачей не сбор информации, как раньше, а корректировку и формирование у респондентов заданного мнения.

Но формирующие фокус-группы - это уже не метод сбора информации, а технология воздействия на общественное мнение, взгляды, оценки, отношение к политикам и мотивацию избирателей. В избирательных кампаниях формирующие фокус-группы выполняют функцию механизма формирования сторонников и переубеждения противников Кандидата за счет эффекта «группового эмоционального заражения», распространения компрометирующей информации о конкурентах и т.д..

Сегодня, как невозможно себе представить процесс профессионального ведения бизнеса без маркетинговых исследований, так и невозможно представить

профессиональное ведение избирательной кампании без электоральных социологических исследований. Любая избирательная кампания обладает собственными параметрами, которые необходимо постоянно контролировать для достижения победы. Социологическое сопровождение избирательной кампании сегодня является не только показателем профессионального подхода к выборам, но и гарантией высокой эффективности финансовых вложений в политическую сферу. Не менее важно отметить, что электоральная социология – это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей социологического знания. Здесь возникают новые форматы применения тех или иных социологических методов, а многие методики становятся более политическими технологиями, нежели инструментом социолога. Что ставит новые вопросы перед научным сообществом, среди которых наиболее важным, на наш взгляд, является аспект профессиональной этики использования социологических методов в качестве политтехнологий.

Теоретико-методологические основания комплексного анализа политической элиты

Мосендз Анатолий Валерьевич
аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия
E-mail: amosendz@mail.ru

Исследования, посвященные анализу политических элит, регулярно проводятся как в России, так и за рубежом. При этом, однако, единой теоретико-методологической базы, на которую могли бы опираться исследователи-элитисты, фактически не существует.

Методологический и терминологический плюрализм, возникший одновременно с публикацией первых классических работ по элитологии В. Парето и Г. Моски, сохраняется и по сей день. В зависимости от стоящих перед ученым задач, он может по своему усмотрению применять тот или иной критерий выделения политической элиты, использовать те или иные методы ее анализа. Подобная практика, хотя и привела к созданию весьма обширной и подробной теоретической картины политической стратификации современного общества, сделало ее излишне фрагментарной и противоречивой. Результаты отдельных исследований зачастую оказываются несопоставимыми из-за исходных различий в их концептуальном и методологическом фундаменте.

Данная работа преследует цель создания комплексного подхода к исследованию политической элиты, позволяющего осуществлять всесторонний анализ различных аспектов ее структуры и функционирования.

Можно выделить три основных типа анализа властных элит, каждый из которых соотносится с определенными представлениями об элитах как образованиях в обществе: 1) элиты как определенный социальный слой; 2) элиты как институты; 3) элиты как функциональные группы (Дука, 2005).

Принципиальным представляется разделение указанных данных типов в зависимости от используемых в них первичных единиц анализа. Ими могут являться либо статусные позиции (как в случае подходов №1 и №2), либо отдельные индивиды (подход №3), что соответствует структуралистскому и субстанционалистскому подходам к описанию социальной реальности. Вместе с тем, в рамках относительно масштабных элитологических исследований автором может использоваться более одного типа анализа для всестороннего рассмотрения различных аспектов функционирования и структурной организации элиты. Подобные задачи, с нашей точки зрения, могут решаться лишь с помощью синтеза подходов, относящихся к субстанционалистской и структуралистской парадигмам.

Таким образом, сама категория «политическая элита» приобретает дуалистичный характер. С одной стороны (с позиций структуралистского подхода), элита представляется совокупностью статусных позиций, дающих контроль над распределением большого объема различного рода ресурсов. Иными словами, "она состоит не из выдающихся людей, а из выдающихся кресел, занятие которых позволяет осуществлять политическую, экономическую или духовную власть." (Ильин, 2000). С другой стороны (субстанционалистский подход), конкретные политические решения принимаются все же реальными людьми, способными даже отчасти трансформировать устойчивые практики, позволяющие относить те или иные статусные позиции к числу элитных, преобразовывая тем самым структуру самой элиты как части социального пространства.

Описанный дуалистический подход применим и к методологической составляющей элитологического исследования, в частности, к вопросам выбора критерия и методов выделения политической элиты. Так, для подготовки структурной матрицы политической элиты идеально подходит альтиметрический критерий, которому в методическом плане соответствует позиционный анализ. Дальнейшее же уточнение картины происходит с помощью функционального критерия и репутационного метода (или анализа процесса принятия решений).

Наконец, именно в рамках данного подхода возможен наиболее полный и всесторонний анализ структуры политической элиты. Получив на первом этапе

перечень наиболее значимых властных позиций, исследователь строит формальную модель политической элиты как института. Анализ статусных позиций самих по себе не дает информации о формах и масштабах распространения существующих неформальных практик. Однако взгляд на элиту с субстанционалистской точки зрения позволяет наметить контуры неформальной структуры доминирующей группы, оценить процесса институционализации политической элиты, выявить моменты девиантного поведения индивидов и групп, занимающих элитные позиции.

Именно синтез субстанционалистского и структуралистского подходов к изучению политической элиты способен, на наш взгляд, сформировать общие теоретико-методологические основания для всестороннего анализа феномена политической стратификации современных обществ.

Литература

1. Ашин Г.К. (2004) История элитологии, М.: А.В. Соловьев, 2004.
2. Дука А.В. (2005) Исследования элит: поиск теоретических оснований // Власть и элиты в российской трансформации. С-Пб., 2005.
3. Ильин В.И. (2000) Социальное неравенство: Курс лекций, М.: Институт социологии РАН, 2000.
4. Крыштановская О.В. (2005) Анатомия российской элиты, М.: Захаров, 2005.
5. Радаев В.В., Шкаратан О.И. (1996) Социальная стратификация, М.: Аспект Пресс, 1996.
6. Сорокин П.А. (2005) Социальная мобильность, М.: Academia, 2005.
7. Domhoff, G.W. (1990) The power elite and the state: how policy is made in America. New York: Aldine de Gruyter, 1990.

**Политических факторы стабильности современного общества
(пример Красноярского края)**

Негова Марина Сергеевна

аспирантка

Доклад посвящён политическим факторам стабильности современного российского общества на примере Красноярского края, являющегося своего рода моделью РФ в масштабе 1:7. Целесообразность выбора именно этого региона обусловлена качествами, приписываемыми ему экспертным сообществом – возможностью в миниатюре проследить и спрогнозировать некоторые процессы, характерные для Российской Федерации в целом, т. е. провести анализ стабильности всего российского общества, и особенностями данного субъекта федерации самого по себе, вызванных огромной территорией, богатством природных ресурсов и инвестиционной привлекательностью. Не менее важно и то, что, исследуя социальную стабильность, необходимо обсуждать не общество в целом, т. к. понятие общества само по себе есть абстракция, а конкретную социальную или политическую систему, всестороннее исследование которой наиболее релевантно на уровне региона.

Учитывая тенденции последних лет, выхода российского общества из кризиса 90-х гг., встаёт в новом качестве проблема исследования стабильности общества и факторов его обеспечивающих. В условиях консолидации вокруг единого центра управления наиболее интересными, с нашей точки зрения, являются политические. Помимо актуальности диктуемой современными политическими и социальными процессами стоит отметить также недостаточную разработанность понятия политических факторов социальной стабильности в российской научной среде и, в связи с этим, открытость для наполнения конкретным эмпирическим содержанием.

В докладе раскрывается понятие политических факторов стабильности через осмысление наследия Ш. Л. Монтескье, В. Парето, Т. Парсонса, С. Хантингтона, Д. Яворски и многих других ученых, выдвигавших различные концепции относительно того, что может быть движущей силой на пути к стабильности. Среди них разделение властей, социальная мобильность, циркуляция элиты, «социальный контроль» (Виноградов, 1997), наличие конституционного порядка, отсутствие вооруженных конфликтов на территории государства, способность демократических структур быстро реагировать на изменяющиеся в обществе настроения (Макарычев А.С., 1998). Среди социологов в этом вопросе нет единого мнения. Отметим, что все эти факторы не противоречат друг другу.

Анализ вопроса позволяет дать определение понятию «политические факторы стабильности» – это политические движущие силы стабилизационных процессов, явление или процесс, обуславливающие системообразующие и системоизменяющие тенденции в общественной системе. Политическими факторами стабильности общества являются политические институты, приобретающие специфику в зависимости от исследуемого региона, а также эффективность и легитимность власти, проявляющаяся в действиях институтов и уровне доверия к ним со стороны населения (Савин С.Д., 2003).

В докладе приводятся результаты двух эмпирических исследований, проведённых автором в Красноярске в июне 2006г. и декабре 2007-январе 2008 гг. в ходе исследований были опрошены эксперты от научного сообщества, СМИ, законодательной и исполнительной власти Красноярского края. Исследование политических факторов стабильности строится на основе анализа ряда индикаторов, позволяющих оценить стабильность региона. Таких как:

- социальная дифференциация, социальная полярность, средний класс;
- гражданское общество, политическое участие;
- ценности жителей Красноярского края;
- отсутствие вооруженных, национальных и политических конфликтов;
- участие субъекта федерации в формировании бюджета страны;
- etc.

Исследование дало интересные результаты. При видимой стабильности можно утверждать об её относительности и возможности дестабилизации ситуации в крае из-за истощения природных ресурсов и, как следствие, неэффективности власти ведущей к её делегитимизации. Предотвратить угрозу стабильности российского общества и Красноярского края, в частности, могут сосредоточение на политических факторах стабильности, стратегическом управлении и разностороннем развитии.

Литература

1. Виноградов В.Д., Головин Н.А. Политическая социология, СПб.: Изд-во С-Петербургского университета, 1997. Стр. 133-134
2. Макарычев А.С. Стабильность и нестабильность при демократии: методологические подходы и оценки/ С. 149-157, 1998, №1. Стр. 152-156
3. Савин С.Д. Политическая стабильность в изменяющемся обществе. Диссертация. – СПб: СПбГУ, 2003. – 195с.
4. Основы стабильности общества: теория и практика/общ. ред.: проф. Я. А. Пляйс и проф. Г. В. Полунина. М.: ФА, 2001. 216с.

Теоретические аспекты разработки политических технологий в условиях деполитизации электората.

Нефёдова Наталья Сергеевна

аспирант

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия

E-mail: zirfila@rambler.ru

Начиная с 1991 года. Россия вступила в эпоху непрекращающейся избирательной лихорадки. Все эти годы страна испытывала на себе результаты профессиональной деятельности, как начинающей формироваться российской школы политических технологий, так и представителей этой новой профессии из-за рубежа. Не секрет, что успех на политической арене достигается благодаря многим факторам, но больше всего зависит от подготовленности политика и технологий, которые использует его команда.

В процессе работы над темой и рассматривая различные политические технологии тех или иных лет, очевидным становится, что данная категория имеет одномоментный и уникальный характер, а в ее анализе превалирует феноменологический подход. Явно ошибочным является тот факт, что незначительная модификация технологии сможет в корне изменить ситуацию в пользу кандидата (речь идет о выборном процессе, где политические технологии являются основополагающим фактором положительного результата). Однако, после единичного использования «отмирает» целый куст технологий, происходящих от единого корня-сценария. В крайнем случае изменению может быть подвергнута не форма реализации сценария, а заложенная в основу сценария стратегия.

Применение политтехнологических идей на практике предполагает ориентацию на мотив человека, участвующего в политическом процессе. По большей части это два мотива: альтруистичный (усовершенствовать общественную жизнь) и эгоистичным (получить власть, популярность, богатство). Большинство политиков демонстрируют первый и пытаются скрыть второй мотив, особенно сначала. Мотивы определяют цель и программу политической деятельности. Мотивирующими ее факторами являются потребности самовыражения, самореализации, признания, свободы, самообеспечения, власти и тому подобное.

Не секрет, что политические технологии носят манипулятивный характер. Но с каждым годом все труднее найти новые подходы для реализации в результате того, что электорат находится в процессе деполитизации. В отличие от коммунистического периода страны, где гражданин по сути не имел возможности быть аполитичным. Признаками деполитизации могут служить симптомы, проявляющиеся в политической жизни страны: сокращение числа партий и общественно-политических движений, формулирующих свою политическую позицию в терминах конечных политических целей, взамен этого указываются социально-экономические приоритеты, а также приоритеты в области общественного сознания; потеря политической окраски в наименованиях партий и общественно-политических движений, вытеснение устоявшейся в политической практике демократических государств терминологии; сближение партий и политических группировок с религиозными институтами, подмена идеологической системы совокупностью этико-моральных норм. Особый интерес для исследования представляет так называемая система информационной дезориентации населения. Когда в процессе кампании намеренно публикуются заведомо ложные и компрометирующие сообщения, потенциальные избиратели теряются в потоке информации и она перестает быть интересной и восприниматься. В дальнейшем это приводит к тому, что электорат ни каким образом не реагирует на факты и остается равнодушным к публикациям.

При разработке политической технологии, в условиях деполитизации общества, необходимо обратить особое внимание на технологические подходы. Это обусловлено тем, что избирательная среда претерпела изменения. Выборы происходят определенной системе: например, при выборах в Государственную Думу электорат голосует за партийный список; на выборах в Областные и Городские органы законодательной власти, избиратели могут столкнуться как с списком партии, так и с кандидатами-

одномандатниками (смешенная система). Учитывая это, можно выделить отдельные технологические подходы. Представляется возможным определить персонифицированный и командный (партийный) подходы. При персонифицированном подходе, избирателю «продается» личность кандидата с приданным ему «партийным наследством», не блок идей, а блок вокруг эффективного политика. Это означает, что сущность предлагаемых политических технологий популярна все эти годы — персонификация политики, «соблазнением толпы» кандидатом или развенчанием «неугодного» кандидата. Здесь акценты расставляются таким образом, что центральной фигурой на выборах выступает кандидат, а не идеи, выражаемые им — партии служат лишь сопровождением

При успешной реализации командного подхода, и при голосовании по партийным спискам, электорат должен руководствоваться следующей схемой: «новые выборы – незнакомые кандидаты – знакомы партии». Однако в настоящее время этот процесс происходит по прежней схеме, которую можно обозначить, как «новые выборы – знакомые кандидаты – незнакомые партии». Командный подход отличается от персонифицированного. В данном случае упор делается не на личности кандидатов (речь идет о партийных списках), а на идеи, программы и проекты партий. Здесь большее значение имеет партийный вектор, по которому движется вся партия, в том числе и ее лидеры.

Современные политические технологии переживают кризис развития, их действенность снижена в результате спровоцированного политтехнологами информационной дезориентации населения. Это в том числе связано и с некоторыми изменениями в избирательном законодательстве. Намечилась тенденция к деполитизации электората, что снижает политический иммунитет общества, делает его беззащитным перед комплексом экстремистских идей.

Проведенное исследование показало, что главной проблемой политических технологий является то, что они эффективны лишь единожды, а придумывать новые, которые будут действенны в условиях деполитизации электората, все сложнее и сложнее. Очевидно, что пока речь идет лишь о модификации привычных «персоноцентрических» технологий борьбы, придании им облика, более соответствующего масштабам эффективного политика-менеджера. Однако уже сейчас ясно, что дальнейшее развитие «темы» не сможет привести к существенному росту эффективности политических технологий — за счет массовости применения они начинают взаимно компенсироваться. В финале должно произойти генеральное столкновение идей, в противном случае не исключен такой вариант развития событий, при котором избиратель сыграет по правилу «от противного», отдав предпочтение на основе совершенно непредсказуемой логики.

Литература

1. Бебик В. М. Базовые принципы политологии: история, теория, методология, практика: [Монография]. – К., 2000.
2. Гаевский Б. Философия политики. Киев. 1993г.
3. Руденко В.Н. Прямая Демократия: модели правления, конституционно-правовые институты. Екатеринбург. 2003г.
4. Технология и организация выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт. М. 1993г.
5. Цыганков А.П. Современные политические режимы: структура, типология, динамика. М.1995г.

Политическое сознание российского среднего класса
Огородова Ольга Борисовна
аспирант
Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова
социологический факультет
Москва, Россия
olgaogorodova@mail.ru

К среднему классу исследователи относят от 7% до 20% населения России, а ядро среднего класса – группа с наиболее выраженными и концентрированными характеристиками среднего класса – в 2003 г. насчитывало 6,9%¹¹. В октябре 2006 г. по данным исследования, проведенного Институтом социологии РАН, к среднему классу могут быть отнесены 20-22% экономически активного городского населения¹².

Структура среднего класса неоднородна: большую его часть составляют служащие и наемные работники и около 10% – малые предприниматели (или около 6% общества в целом)¹³. Малый и средний бизнес является наиболее активной и мотивированной к демократическим изменениям частью среднего класса.

Среднему классу, как и всему обществу, присуща политическая пассивность, уход от общественной жизни, сосредоточенность на личных интересах. Индикатором политической пассивности является отсутствие интереса к политике и недоверие политическим институтам. Политическая пассивность выражается также в отсутствии четких когнитивных представлений о социально-политических процессах и устойчивых политических (электоральных) предпочтений у большинства избирателей, а также в низком участии в выборах, особенно местных. Так, около 53% среднего класса не имеют четких политических предпочтений¹⁴.

Внимательно следят за политическими событиями 25% среднего класса (по сравнению с 18% общества в целом), а совсем не интересуются политической жизнью около 21% (по сравнению с 34% общества в целом)¹⁵.

Лишь 12% среднего класса являются убежденными сторонниками либерализма и рыночной экономики¹⁶, наличие частной собственности ценно лишь для 27% среднего класса, а наличие оппозиции – лишь для 17%¹⁷.

Неоднократно отмечалось¹⁸, что в современном российском политическом пространстве нет дееспособной демократической оппозиции, способной выразить интересы либерально настроенной части общества. Это обстоятельство является одной из важнейших проблем демократизации российской политической системы. Действующие демократические партии утратили доверие своего электората: доли электората СПС и «Яблоко» с 2003 по 2006 гг. упали почти в два раза – до 2% и 3% среднего класса соответственно¹⁹. Доля сторонников партии «Единая Россия» в числе среднего класса с 2003 по 2006 гг. практически удвоилась: с 24% до 40%²⁰.

¹¹ См.: Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Малевой Т. Московский Центр Карнеги. М., 2003. С. 214-217.

¹² Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад. Институт Социологии РАН. М., 2006. С.10.

¹³ Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее, будущее. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003. С.59-60.

¹⁴ Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад. Институт Социологии РАН. М., 2006. С. 110.

¹⁵ Там же. С. 119.

¹⁶ Там же. С. 111.

¹⁷ Там же. С. 114.

¹⁸ См., например: Ясин Е. Приживется ли демократия в России. Фонд «Либеральная миссия». М., 2005.

¹⁹ Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад. Институт Социологии РАН. М., 2006. С. 112.

²⁰ Там же. С. 111.

Средний класс более чем общество в целом характеризует двойственное отношение к закону и правовой нигилизм: это связано с использованием наиболее действенных способов отстаивания интересов тогда, когда законные способы не эффективны. Средний класс не готов соблюдать закон в условиях коррумпированности государственной системы, находясь в заведомо невыгодных для себя условиях. С другой стороны, среди представителей среднего класса по сравнению со всем обществом в целом больше доля тех, кто разделяет ценность независимого суда в демократической системе – 43% среднего класса против 34% всего общества; ценность равенства всех граждан перед законом – 52%, по сравнению с 47% общества в целом²¹. Это свидетельствует о возрастающей потребности среднего класса в правовых практиках для отстаивания своих интересов.

Слой малых и средних предпринимателей не имеет серьезных возможностей влияния на политическую систему современной России. Он слишком малочислен и страдает от отсутствия поддержки со стороны государства. Интересы малого предпринимательства слабо представлены в органах власти.

Малый бизнес меньше защищен, чем средний и крупный, у него меньше возможностей пользоваться защитой государства, он «больше вовлечен в отношения неформальной экономики»²².

Итак, основными чертами политического сознания среднего класса, которые не позволяют ему выполнять функции полноценного субъекта демократических изменений, являются политическая пассивность, низкий уровень приверженности демократическим ценностям и релятивистское отношение к закону.

Литература:

1. Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад. Институт Социологии РАН. М., 2006.
2. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее, будущее. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003.
3. Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Малевой Т. Московский Центр Карнеги. М., 2003.
4. Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах России. ОПОРА РОССИИ – ВЦИОМ. М., 2006.
5. Ясин Е. Приживется ли демократия в России. Фонд «Либеральная миссия». М., 2005.

²¹ Там же. 114.

²² Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее, будущее. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003. С. 144.

«Вторая» экономика как фактор развала СССР

Окушко Владимир Ростиславович (мл)

студент II курса

Приднестровский Государственный Университет им. Т.Г.Шевченко

E-mail: 4ekubka@bk.ru

Настоящее исследование является попыткой объяснить причины развала Советского Союза при помощи элементов учения породившего его, то есть марксизма. Являясь, по нашему мнению, базисным, фактор экономической целесообразности стал основополагающим в процессе развала СССР. Прочие факторы являлись «надстроочными» и лишь сопутствовали изменению экономического базиса. В своей совокупности они привели советское общество и государственную систему Советского Союза в упадок, приблизив их к финальной стадии существования. Таким образом, нами выдвигается рабочая гипотеза о социально-экономических, и даже классовых процессах, послуживших основой причиной развала СССР.

Развитие современного общества невозможно без объективной оценки его исторического опыта. В частности, социально-экономическое совершенствование общественного устройства может быть реализовано на основе адекватных представлений об истинных движущих силах исторического прогресса, создавших, а затем и разваливших СССР. В то же время единого мнения о развале великой державы не существует. Пресса опирается на представления о подкупе руководства страны, в частности М.С. Горбачева и Б.Н. Ельцина, антисоветские действия западных спецслужб, и личное решение лидеров о развале СССР в Беловежской пуще и многое другое. Исследования данной проблемы, направленные преимущественно на раскрытие сугубо экономических аспектов развала СССР, представлены в работах А. Бунича, З. Валькова и др. При этом другие стороны этого многогранного процесса практически не затрагиваются. Среди множества теорий развала Советского Союза, социально-экономические подходы пользуются наименьшей популярностью, хотя они и применяются некоторыми западными и отечественными специалистами.

Долгое время, практически с момента возникновения советского государства, официальную командно-административную экономику поддерживала «вторая», по мнению Г.Гроссмана, экономика, которая включала в себя два основных элемента: частный сектор и теневую экономику. Частный сектор был единственным допускаемым официально проявлением рыночных отношений. Несмотря на свои ограниченные размеры, он производил до трети сельскохозяйственной продукции. «Теневая экономика» включала в себя огромные торгово-промышленные ресурсы, но при этом не признавалась официально и подвергалась идеологической дискредитации и правовым преследованиям. Тем не менее, на протяжении всей истории СССР, именно теневая экономика, являясь относительно самостоятельной самоорганизующейся системой, играла роль своеобразного «костыля», поддерживавшего плановую экономику. Сосуществование «двух взаимоисключающих укладов приводит к социальной дезориентации значительной части населения, к потере нравственного иммунитета. Теневая экономика ведет к появлению теневой психологии, философии и идеологии». Так, можно сказать, что советское государство, в действительности было плутократическим: «лидеры этой командной по виду и воровской по сути системы получают возможность подкупать определенные группы людей». Массовая психология, экономическое поведение многих людей по существу было рыночным, но осуждалось и наказывалось официально. Таким образом, существовало внутреннее противоречие между естественной потребностью общества в элементах рыночной экономики и ее официальным правовым осуждением.

Такое условное «тотальное воровство» позволяло создать круговую поруку, морально объединяющую лидеров системы и мелких «несунов». По существу, можно считать, что в Советском Союзе сложился и успешно существовал некий класс, аналогичный классу буржуазии, ставший в конце-концов «могильщиком» Советского Союза. В противоположность западной теневой экономике, «политически он опирается не на немногочисленные вооруженные отряды мафиози, террор и насилие, а на трудовые массы, на коллективы внутри своей системы». Реальная социальная среда и реальное общество того времени сформировало соответствующую мировоззренческую и правовую ориентацию у значительной части населения бывшего Союза. Существовавший «класс советской буржуазии» может рассматриваться в качестве основы перестройки. Экономическая мощь этого образования позволила легализовать теневой рынок СССР. Нынешние «новые русские», которые якобы «разорили страну», либо являются потомками «советской буржуазии» представлявшими теневую экономику СССР в период его существования и развала, либо продолжают эту традицию. В каждом следующем поколении они все больше укрепляются в вере в «законность» своего «монопольного права распоряжаться в любой отрасли материального производства и непромышленной сферы» страны. Пресловутая этнофрагментация, погубившая СССР и едва не погубившая Россию, имеет те же корни. Отделение от «центра» было выгодно бывшим советским республикам. В рамках теневой экономики это означало освобождение от выплат тем, кто находился во главе иерархической системы теневых взаимоотношений. Переворот, который привел к развалу СССР, стал тем фактором, который позволил теневой рыночной экономике обрести статус официальной в каждой из стран постсоветского пространства.

На фоне кризиса экономической системы крах СССР стал неизбежным. Переворот произошел, открылись новые возможности, свободы. Но глубинные отношения в обществе, даже став экономически более целесообразными, мало изменились. Саморазвивающаяся система теневых взаимоотношений в странах постсоветского пространства сохранила большую часть своих теневых качеств. Как и прежде существуют двойные и тройные бухгалтерии, поведение частных компаний часто остается таким же, как и в Советском Союзе – с легализацией лишь незначительной части деятельности. Сохранился советский коррупционный стиль ведения дел. Это можно заметить как в государственных, так и в частных структурах. С этой точки зрения коррупция, борьба с которой провозглашена одной из первоочередных задач в России на ближайшие годы – явление социальное, имеющее глубокие исторические корни. Именно поэтому, победа на этом фронте может быть достигнута лишь усилиями всего общества, а не узкополицейской борьбой с отдельными проявлениями данного явления.

Литература

1. Grossman G. (1977) THE SECOND ECONOMY OF THE USSR / PROBLEMS OF COMMUNISM, Vol. XXVI, # 5, September-October, 1977.
2. Андрей Бунин (1991) Теневые опухоли легальной экономики / В сб.: Теневая экономика. М.: Экономика, 1991.
3. Косалс Л. Теневая экономика как особенность российского капитализма // Вопросы экономики. 1998. № 10.

Символический капитал власти и использование административного ресурса в предвыборный период (на примере сайта Правительства РФ)²³

Самыгина Дарья Сергеевна²⁴

студентка

*Южный Федеральный Университет, отделение «Регионоведение», Ростов-на-Дону,
Россия*

E-mail: d.samygina@gmail.com

В предвыборный период широко используется административный ресурс. Обычно под административным ресурсом подразумевают деньги, людей, зависимые средства массовой информации, находящиеся в распоряжении высокопоставленного лица и используемые для влияния на итоги выборов. Однако, наряду с этими средствами, существует еще и символический капитал власти, значение которого в качестве основания административного ресурса пока еще не достаточно изучено в современной литературе. Вместе с тем символическая власть дает ее субъектам те же блага, что и силовые, экономические и политические ресурсы – привилегии, положение в обществе, авторитет и многое другое. Поэтому к ней стремятся самые различные группы, пытающиеся навязать другим свое видение реальности и тем самым оказать влияние на их политическое поведение. Это происходит либо непосредственно – в символических конфликтах повседневной жизни, либо через тех, кто создает символическую продукцию. Главным инструментом реализации символической власти является такой социальный институт как СМИ, в том числе официальные СМИ и пресс-службы органов власти. В предвыборный период СМИ активно используются в целях легитимации деятельности кандидатов. Особенно это характерно для официальных сайтов органов власти, в частности сайта Правительства РФ. Именно поэтому целью доклада является анализ использования административного ресурса и символического капитала власти как его основания в предвыборный период.

Важно отметить, что символическая власть проявляется в характере структурирования социальной реальности на основе достижения консенсуса в определенном видении мира и легитимации соответствующего когнитивного порядка. Бурдье называет ее «властью создавать мир». Это – власть, заставляющая людей видеть и верить, подтверждать или менять их восприятие мира.

Символическая власть основывается на символическом капитале. Символический капитал – это доверие и власть тех, кто получил достаточно признания, чтобы быть в состоянии осуществлять внушение каких-либо идей. При этом символическая власть осуществляется не в виде открытых и осознанных актов, а через способы отражения, оценки и действия, которые конституируются совокупностью диспозиций, формирующих восприятия и установки людей, и потому находятся за уровнем сознания и волевого контроля.

Власть легитимна, если управляемые признают за управляющими право управлять вообще, и именно так, как они это делают, в частности. Легитимность – необходимое

²³ Официальный сайт Правительства РФ – www.government.ru

²⁴ Автор выражает признательность профессору, д.с.н. Лубскому А.В. за помощь в подготовке тезисов.

условие стабильности и социальной эффективности власти. В конечном счете, легитимность – это факт сознания людей.

Существует несколько факторов легитимации политической власти: 1) время; 2) успех; 3) естественный, правильный способ формирования властных институтов (выборы); 4) божественное происхождение власти; 5) ассоциация власти с национальными символами; 6) постановка управляющими актуальных задач.

Проведя анализ сайта Правительства РФ в предвыборный период (с 4 по 23 февраля), нами был сделан вывод, что данный ресурс активно используется в целях легитимации деятельности кандидата в Президенты Д. Медведева. Известно, что на сегодняшний день Д. Медведев официально является первым заместителем Председателя Правительства РФ (так же как и С. Иванов). Однако, в отличие от последнего, Д. Медведеву было обеспечено постоянное присутствие на главной странице сайта (в разделе «Главная новость»), с обновлениями не реже двух раз в день. Проанализировав все размещенные материалы (тексты официальных выступлений, интервью, тексты выступлений во время рабочих поездок), можно сделать вывод, что «восприятия и установки людей» (то есть будущих избирателей) формируются за счет двух факторов легитимации: в первую очередь, через постановку актуальных задач развития и причастности к ним кандидата в Президенты. В меньшей степени в качестве фактора легитимации используется фактор успеха. На наш взгляд, «легитимация через актуализацию задач» с точки зрения воздействия на сознание избирателей является политтехнологически безупречной, поскольку специфика российского менталитета всегда связывает с новым лидером прежде всего «надежды на будущее».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что сайт Правительства РФ, как форма символического капитала, эффективно используется в предвыборный период для легитимации деятельности кандидата от партии власти. Причем эффективность обеспечивается, в основном, за счет актуализации задач, постановки целей и обозначения гражданской позиции.

Литература

1. Bourdieu P. (1991) *Language and Symbolic Power*// Cambridge (Mass.) Harvard University Press.
2. Bourdieu P. (1989) *Social space and symbolic power* // *Sociological Theory*. Vol. 7, № 1, p.14-25.
3. Л.Я. Гозман, Е.Б. Шестопал (1996) *Политическая психология*// Ростов-на-Дону: Феникс.
4. Электронный ресурс: <http://www.sovetnik.ru/>, электронный адрес документа: <http://www.sovetnik.ru/pressclip/more/?id=20835>, заголовок с экрана: «Символическая власть и СМИ: проблема идеологического доминирования», август 2007, язык – русский.
5. Валерий Ледяев, Ольга Ледяева (2003) *Многомерность политической власти: концептуальные дискуссии*// *Логос*, № 4-5, с. 23-32.

Электоральная культура политической элиты: к постановке проблемы

Сербина Юлия Владимировна

аспирантка

Одесский национальный университет им. И.И.Мечникова, Одесса, Украина

e-mail: julia_serbina@mail.ru

Изучение электорального процесса как важнейшего аспекта политической динамики представляет собой относительно новое предметное поле для политической науки постсоветских стран. Интерес к данной проблематике обусловлен тем, что особенности электорального процесса и его качественные характеристики могут служить своеобразным индикатором степени демократичности той или иной страны. Более того, в политических системах переходного типа именно электоральный процесс и проявляющаяся в нем культура политических акторов задают последующий вектор развития страны (Паніна, 2002). Между тем концептуально-методологическая база и аналитический инструментарий соответствующих исследований находится пока в стадии разработки. До недавнего времени они в основном ограничивались изучением электорального пространства, а также поведения избирателей и факторов, влияющих на их политический выбор. При этом политико-культурный фактор справедливо признавался лакмусовой бумажкой, выявляющей все основные характеристики электорального процесса и нередко нейтрализующей влияние всех остальных составляющих (Поліщук, 2005).

Сегодня становится очевидным, что наряду с оценкой изменений в сфере политической культуры населения необходимо обратить внимание и на такой ее компонент как электоральная культура. Одновременно имеет смысл преодолеть укоренившуюся в западной электоральной социологии и политологии традицию, рассматривающую центральным субъектом избирательного процесса рядового гражданина, чей выбор обусловлен партийной идентификацией и мобилизационными стратегиями кандидатов. Следует учитывать, что в периоды глубоких системных трансформаций общество испытывает дефицит стабильно функционирующих институтов и устойчивых «правил игры», накладывающих ограничения и создающих стимулы для действий политических акторов. Поэтому ведущими акторами здесь выступают различные сегменты элит, а массы участвуют в политической жизни и электоральном процессе лишь в той мере, в какой это позволяют им последние. Принимая во внимание все сказанное, можно признать актуальным такое направление в исследовании электорального процесса, которое позволяло бы взглянуть на него сквозь призму поведенческих стратегий элитарных групп, детерминированных их электоральной культурой.

Электоральную культуру в общем виде правомерно рассматривать как частное проявление культуры политической, которое имеет свои специфические черты, обусловленные пространственно-временной локализацией электорального процесса. В исходном определении Г.Алмонда и С.Вербы политическая культура рассматривалась как совокупность установок социальных субъектов относительно определенной политической системы, а последующие расширенные определения фиксировали также

поведенческий аспект данного феномена (Баталов,2002). Однако дискуссии о сути политической культуры в основном касались ее массового уровня, а проблема культуры политических элит затрагивалась лишь вскользь (Формизано,2002). Как видим, проблемы как общей, так и электоральной культуры политических элит в одинаковой степени ждут углубленной разработки.

По нашему мнению, *электоральную культуру политической элиты* логично рассмотреть как *совокупность установок, представлений элитарных групп по отношению к политической системе, выражающуюся в их поведении в период электорального процесса.*

Концептуализация данного понятия и его адекватное использование требует выделения ряда показателей. В частности, обратим внимание на следующие:

1. Субъектный («качественный») состав всех сегментов элитарных групп, в той или иной форме оказывающих влияние на электоральные процессы (публичные политики, сотрудники госаппарата, представители научной, культурной, бизнес-элиты и т.п.).
2. Ценностно-мотивационный компонент - мотивы участия представителей элитарных групп в выборах (открытое стремление к публичной власти - латентное участие).
3. Поведенческий компонент: а) модели поведения участников электорального процесса (партнерские, конкурентно-соревновательные, конфликтные, остро конфликтные); б) механизм принятия решений и заключения соглашений (достигаемый в результате открытых переговоров либо в ходе кулуарной борьбы, игнорирующей правила переговорного процесса); в) продуцирование инновационных идей и выработка механизмов их реализации.

В ходе конкретного исследования представляется возможным фиксирование на базе эмпирического материала отдельных типов электоральных культур политической элиты, а также соотнесение их с общим фоном электорального процесса и политической культурой развитой демократии. В этой связи представляет интерес разработанная Е.Головахой типология политической культуры с использованием шкал демократия/тоталитаризм и активность/пассивность. К примеру, исходя из предложенной им методики использования социологического теста «Типы политической культуры», электоральную культуру элиты в Украине можно предположительно оценить как пассивно-демократическую (Щербак,2006). При попытке определить типы электоральной культуры элитарных групп постсоветского пространства целесообразно учитывать и фактор «наследия прошлого», который детально рассматривает В.Гельман (Гельман,2007).

Таким образом, можно утверждать, что использование понятия электоральной культуры элит в общей логике электоральных исследований поможет выяснить соответствие конкретного электорального процесса уровню развитой демократии, а также общий вектор развития электоральной системы. Анализ поведенческого аспекта данного понятия способен послужить основой для прогнозирования стратегий ведущих акторов электорального процесса и теоретического моделирования условий, при которых острая внутри- и межгрупповая конфликтность в их взаимодействии могла бы трансформироваться в конкурентную борьбу «по правилам».

Литература

1. Баталов Э.(2002) Политическая культура России сквозь призму civic culture// Pro et Contra.-Т.7.- №3.-С.7-22
2. Гельман В.Я. (2007) Из огня да в полымя? Динамика постсоветских режимов в сравнительной перспективе// Полис.-№2.-С.81-107
3. Паніна Н.(2002) Структура чинників політичного успіху як показник політичної спрямованості розвитку електоральної системи// Соціологія: теорія, методи, маркетинг.- №4.-С.39-62
4. Поліщук І.(2005) Вибірчий процес як детермінанта сучасної політики //Політичний менеджмент.- №5. – С.137-146

5. Формизано Р. (2002) Понятие политической культуры// Pro et Contra.-Т.7, №3.-С.111-146
6. Щербак М.(2006) Соціально-класові характеристики політичної культури України: досвід застосування соціологічного тесту «Типи політичної культури»// Соціологія: теорія, методи, маркетинг.-№3.-С.153-160

«Городские сумасшедшие» как феномен политического участия
(на примере публичных слушаний)

Стародубов Арсений Александрович
аспирант

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия
arsstar@gmail.com

«Городские сумасшедшие» – именно такое прозвище получила в Саратове группа из 5–7 человек, играющих, вероятно, наиболее яркие роли в мероприятиях с участием общественности. Члены этой группы возглавляют некоммерческие организации экологического и правозащитного профиля, некоторые из них входят в состав совещательных структур при муниципальных и региональных органах власти.

Свое прозвище они получили за то, что практически на всех мероприятиях с участием общественности ревностно следят за соблюдением регламента, настойчиво поднимают острые вопросы экологического развития города, ущемления прав жителей, вступают в дискуссии с чиновниками.

Примечательной является не сама такая деятельность, естественная для лидеров НКО, а то, что она происходит на фоне почти полной гражданской пассивности остальных представителей общественности. Подтверждением тому служат проходящие в Саратове публичные слушания.

Слушания представляют собой одну из форм участия населения в местной политике и в процессах принятия решений на местном уровне. Их целью является проведение консультаций с общественностью по важнейшим вопросам развития территорий.

Своим консультационным потенциалом публичные слушания принципиально отличаются от других форм участия, предназначенных для одностороннего информирования жителей, получения репрезентативного, но поверхностного среза общественного мнения, партнерского взаимодействия общественных организаций и власти и др.

Консультационный потенциал реализуется в слушаниях через возможность местных жителей участвовать в них и обсуждать вопросы и проекты, вынесенные на рассмотрение.

Как показало авторское исследование, именно эти возможности активно используют «городские сумасшедшие» в отличие от остальных граждан, участвующих в слушаниях преимущественно лишь по двум причинам. Одной из них является крайняя заинтересованность в предмете публичного обсуждения, когда участвующие (первая группа) осознают, что решение рассматриваемого на слушаниях вопроса может резко ухудшить условия жизни, причем не всего местного сообщества, а конкретных жителей, в число которых они входят. Другая причина – пресловутый административный ресурс,

когда студентам, служащим муниципальных организаций и учреждений, а также чиновникам (вторая группа) «рекомендуется» принять в слушаниях участие.

Таким образом, участники из первой группы воспринимают слушания преимущественно как возможность добиться благоприятного для них решения конкретного вопроса, а участники из второй – как навязанное сверху мероприятие, с которого они стремятся уйти при первой возможности. По этим соображениям они не участвуют в проходящих на слушаниях обсуждениях, голосуют в угоду чиновникам, иногда даже не дождавшись окончания оглашения вопроса, и покидают мероприятие к концу первого часа его проведения.

В итоге, лишь вклад, вносимый на слушаниях «городскими сумасшедшими», в наибольшей степени соответствует идее консультаций с жителями и – шире – общественного участия: представители этой небольшой группы не дают забыть про общие для всех жителей территории проблемы, задают вопросы чиновникам, озвучивают собственное видение обсуждаемых тем, вносят предложения и рекомендации. В связи с этим «городских сумасшедших» можно рассматривать как показатель гражданской культуры общества.

Естественно полагать, что ими движет не только чувство гражданского долга и вера в становление демократических институтов в современной России. Такого рода деятельность позволила им сформировать уникальный имидж, оправдать должность руководителя общественной организации, приобрести соответствующий социальный и материальный статус.

Тем не менее, в глазах участников публичных слушаний и некоторых своих коллег они воспринимаются как городские сумасшедшие: их внимание к регламенту и процедуре вызывает смех или раздражение, их настойчивые вопросы и требования – недоумение или иронию. Прозвище «городские сумасшедшие» отражает как глубокое неверие в свои силы, так и конформизм, становящиеся все более актуальными характеристиками участия, а вернее неучастия населения в политике и процессах принятия решений (Петухов, 2002).

Примечательно, что и сами «городские сумасшедшие» своими действиями могут тормозить развитие гражданской культуры и процессов участия, создавая образ выразителей общественных нужд, выступая как будто от имени молчащей или эгоистично настроенной массы, делая ее участие ненужным. Более того, своим примером они могут показывать безрезультатность участия, лишь подтверждая присвоенное им прозвище.

Литература

1. Петухов В.В. (2002) Политическая активность и гражданская самоорганизация россиян // *Общественные науки и современность*. №6. С. 59–65.

Социологический анализ политической ситуации в Тюменской области.

Тухтамышев Дмитрий Владимирович²⁵

Студент 4 курса

Тюменский государственный институт мировой экономики, управления и права, Тюмень,
Россия

E – Mail: dimaaaa@aport.ru

Как известно 2 декабря 2007 года в Российской Федерации прошли выборы в Государственную Думу Федерального Собрания пятого созыва. По итогам голосования победу одержала Всероссийская политическая партия «Единая Россия». По мнению ряда политиков, данные выборы были одними из самых легитимных и менее скандальных за весь период демократических преобразований в нашей стране.

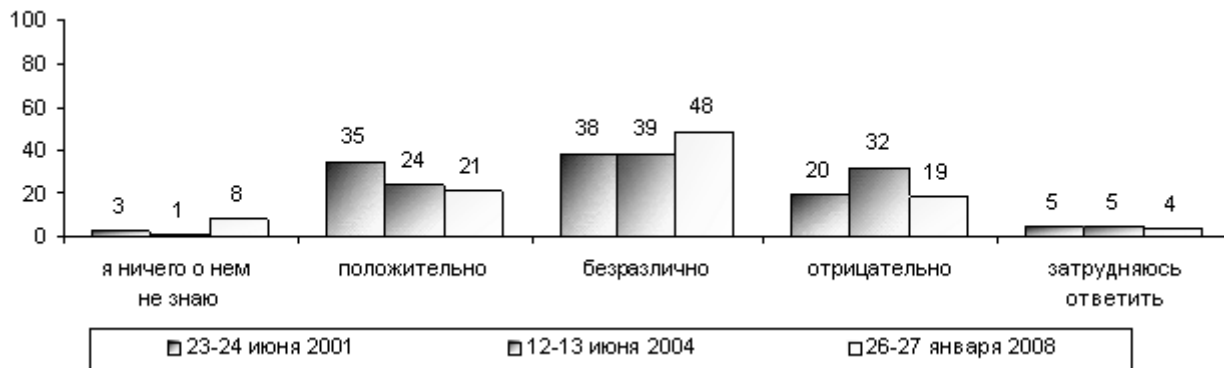
Целью предоставленного исследования является выявление особенностей политической ситуации в Тюменской области и определение социального портрета Тюменского электората. По итогам выборов победу одержала Всероссийская политическая партия «Единая Россия», и неожиданно второе место занимает «Либерально-демократическая партия России», третье - «Коммунистическая партия Российской Федерации». (См. таб. 1)

табл. 1

Наименования политических партий, зарегистрировавших федеральные списки кандидатов	Число голосов избирателей, поданных за каждый федеральный список кандидатов ²⁶
1.Всероссийская политическая партия «Единая Россия»	603230
2.Политическая партия «Либерально-демократическая партия России»	78899
3.Политическая партия «Коммунистическая партия Российской Федерации»	55230

²⁵ Автор выражает признательность доценту, к.с.н. Грошевой И.А. за помощь в подготовке тезисов.

Рассмотрим, что же все - таки стало причиной столь неожиданного поворота событий в данном регионе. Ведь КПрФ считается весомой политической партией в нашей стране. Можно обратиться к исследованию, а точнее к опросу населения, которое происходило в 100 населенных пунктах 46 областей, в том числе и в Тюменской области, а также краев и республик России. Интервью проходило по месту жительства 26-27 января 2008 г.. 1500 респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,6% Как вы относитесь к Геннадию Зюганову? ³



Как видно из графика большинство граждан отнеслись в настоящее время к Геннадию Андреевичу безразлично. Но, тем не менее, КПрФ занимает второе место на выборах в Государственную Думу России.

Своеобразная позиция граждан сформировалась по отношению к Владимиру Вольфовичу Жириновскому. Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ, который был проведён 26-27 января 2008 г. Опрошено 1600 человек в 153 населенных пунктах, в Тюменской области и в других 46 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.

С какой характеристикой Владимира Жириновского Вы, скорее всего, согласны?⁴
 Это крупный самостоятельный политик, представляющий реальную политическую силу - 17 %.

Это скандально известный деятель, скорее артист и шоумен, чем реальный политик - 60%

Это политик, который не имеет самостоятельной позиции и работает на власть, хотя и скрывает это - 11%.

Затрудняюсь ответить - 12%.

Как показало данное исследование отношение к Владимиру Вольфовичу неоднозначно. Но это не помешало ЛДПР получить 40 депутатских мандатов в Государственной Думе.

В мае, июне 2007 года в Тюмени и на юге Тюменской области было проведено социологическое исследование, охватившие 750 человек. Гражданам области был задан вопрос: За какую политическую партию Вы бы проголосовали на выборах в Государственную Думу России, если бы они состоялись в ближайшее воскресенье?

Электорат Единой России:

287 человека (40%). Из них 77 мужчин и 210 женщин. Чаще встречаются руководители, причем обращает на себя внимание явное доминирование женской части населения, особенно в возрастах с 20 до 34 лет. В рядах Единой России, в отличие от КПрФ, преобладают молодые люди.

²

Протокол Избирательной комиссии Тюменской области об итогах голосования на территории Тюменской области.

(Протокол подписан " 04 " декабря 2007 года в 18 часов 25 минут).

³

Интернет сайт РИЯ «ВЫБОРЫ» - социология (31.01.2008.)

Электорат ЛДПР:

76 человек (10%). Из них 51 – мужчины, 25 – женщины. 34 человека в возрасте от 20 до 39 лет. Электорат стабилен и сохраняет симпатии, завоеванные в первые годы становления партии.

Электорат КПРФ:

23 (5%) человека (12 женщин и 11 мужчин) Обращает на себя внимание возрастной состав электората: большинство составляют от 50 лет и старше.

Остальное распределение незначительно. Однако настораживает достаточно высокий процент людей, которые занимают активную отрицательную позицию по отношению к каким бы то ни было политическим организациям – 207 человек (28,5%) от общего числа опрошенных по г. Тюмени и югу области. Насущным остается эффект ситуативного голосования, сложно прогнозируемого и спонтанного. Такая ситуация выгодна той политической силе, которая обладает высоко ликвидным экономическим либо психологическим потенциалом, сумевшей консолидировать в «одних руках» возможность параллельного влияния на различные каналы восприятия электората.

Общественно – политическую ситуацию в Тюменской области оценивают как спокойную(25%) и относительную спокойную 54% респондентов. Лишь 6,8% считают что ситуация напряженная а 1,2% - катастрофической что свидетельствует об отсутствии точек напряженности, как следствие продуманной и взвешенной региональной политики; политической толерантности населения и отчасти его индифферентности. В целом 79 % оценивают ее скорее как «стабильную».

⁴ Интернет сайт РИЯ «ВЫБОРЫ» - социология (01.02.2008.)

Пределы толерантности: к поиску границ толерантного поведения.

Устинова Ирина Викторовна

*Аспирантка Санкт-Петербургского университета,
преподаватель кафедры философии и социологии Кольского филиала Петрозаводского
государственного университета, Апатиты, Россия
E-mail: felysite@yandex.ru*

Демократизация предполагает плюрализм - плюрализм мнений, взглядов, точек зрения, образов жизни, внешних отличий и т.д. При этом предполагается отсутствие иерархичности, т. е. признается тезис о том, что ни одна точка зрения, образ жизни не претендует на эталонность, правильность, доминантность как нечто абсолютно истинное. Для воплощения на практике данного тезиса необходима сформированная ценность толерантности в общественном мнении. Исследователи в качестве главного позитивного момента выделяют здесь снижение конфликтного поведения в обществе, когда все члены общества направлены на «принятие другого таким, каков он есть», признание права человека быть «отличным», «иным».

Одновременно с этим актуализируется вопрос о границах толерантности. Толерантное поведение не предполагает исключений в отношении любой социальной группы (за исключением тех, деятельность которых выходит за рамки, очерченные государственным законом). В обществе существуют социальные группы, образ жизни которых является отклоняющимся с точки зрения социальных норм, укорененных в общественном мнении, не рекомендуемым и даже аморальным. Если учесть момент, что маргинальные социальные группы стремятся к распространению своей субкультуры, встает вопрос, не будет ли это в конечном итоге приводить к хаотизации общества? Не потеряет ли понятие нормы свой первоначальный смысл? Достаточно трудно определить, где мы поддерживаем право человека на самовыражение, а где – аморальное поведение. Норма – некий усредненный, одобряемый тип поведения. Толерантность – уважение, терпимое отношение к проявлениям индивидуальности, отклонению от нормы. Вопрос о том, как сбалансировать нормативность, типичность и индивидуальность является достаточно дискуссионным. Как найти тот предел, который разграничивает сферы специфического, уникального и аморального, опасного? Как не перейти от проявления своей толерантности к **поощрению** ценностей, норм и практик, деструктивных для социума в целом по своим последствиям или ненормативных с точки зрения процессов социализации? Может ли в качестве эталона выступать только лишь непротиворечие своду государственных законов? Ведь, несомненно, если случаи, когда толерантное

поведение необходимо, но его ни в коем случае нельзя поощрять и пропагандировать. Сюда можно отнести, например, группы, практикующие самодеструктивные виды поведения, нетрадиционную сексуальную ориентацию и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кутейников А. Е. Толерантность и права меньшинств: к проблеме оценки допустимой меры отличий //Актуальные аспекты проблемы толерантности в современном мире: Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные аспекты проблемы толерантности в современном мире» - 2004» / Под научной ред. И. Л. Первой. Перевод с англ. Т. Куралевой. – Изд-во С. – Петерб. ун – та, 2004. – С. 45 – 52.
2. Синельникова Л.Н. Роль концепта толерантности в формировании демократического общества. Режим доступа: [<http://embrus.org.ua>].

Образ президента Путина В.В. в оценках студентов Якутского государственного университета им. М.К.Аммосова Федорова Лидия Петровна

Студентка

Якутский государственный университет им. М.К.Аммосова, Якутск, Россия

E-mail:Lida_fedorova@mail.ru

Введение

2 марта 2008 года жители России старше 18 лет придут на избирательные участки, чтобы выбрать Президента своей страны.

Демократическая избирательная компания предполагает свободную конкуренцию за голоса электората кандидатов на этот высокий пост. Каждый из претендентов, выражаясь экономическим языком, предложит избирателю на выборах свой товар: политико-экономическую философию социально-культурное мировоззрение, с которыми он, в случае успеха, поведет корабль государственной власти РФ в следующие 4 года.

В своем исследовании мы попытались проанализировать *обыденное* политическое сознание студентов под влиянием их житейских представлений о происходящих политических явлениях и процессах, во многом чисто созерцательные и умозрительные, не подкрепленные научными знаниями. Они складываются под влиянием повседневного практического опыта людей в ходе их реального столкновения с различными политическими событиями, личного переживания этих событий, в процессе взаимного обмена мнениями между людьми и, наконец, под влиянием разного рода пропаганды.

Приближение 2007-2008 гг. вызывал все более оживленную дискуссию в политических и общественных кругах. Причем, главный вопрос – почему, несмотря на нарастание проблем во внутренней и внешней политике 2004–2005 гг., уровень общественной поддержки президента остается достаточно высоким? И главное – сохранится ли такой уровень до 2008 г.? Многие сегодня в этом сомневаются. Другие же обращая внимание на то, что постепенно меняются качественные характеристики отношения к президенту. В частности то, что В. Путин перестает быть «президентом надежды» и становится «президентом привычки»[1]. За пять лет пребывания у власти президент, безусловно, стал привычной во всех отношениях политической фигурой страны. Также не вызывает сомнения, что за столь долгий промежуток времени в обществе накопились претензии к президенту, а у какой-то части общества – и недоверие к нему. Было бы странно, если бы этого не было. В каком-то смысле траектория общественной поддержки президента России начинает напоминать то, что имеет место в

любой стране, где ко второму сроку президентства в обществе накапливается усталость от старого лидера. [3]. Это выражается, прежде всего, в некотором снижении, судя по данным ВЦИОМ, уровня электоральной поддержки В. Путина в самых разных группах и слоях населения. В меньшей степени среди молодежи и представителей обеспеченных групп, и в большей степени – среди пожилых и малообеспеченных.

Методы

Предвыборная ситуация в Республики Саха (Якутия) находится в центре внимания республиканских и российских социологов, которые располагают ретроспективной и текущей информацией, позволяющей изучать особенности динамики электоральных ориентаций, факторы формирования электоральных предпочтений, а также оценивать шансы кандидатов[2].

Нами в октябре 2007 года в городе Якутске был проведен социологический опрос 50 студентов в возрасте от 18-22 лет Финансово-экономического института Якутского государственного университета им. М.К.Аммосова об их идеальном представлении образа Президента РФ.

Распределение респондентов по полу составило: мужчин – 30%, женщин – 70%. По национальному составу: саха – 94%, русских – 2%, малочисленные народы Севера – 2%, представителей других национальностей – 2%.

Результаты

Результаты эмпирических данных, полученных в ходе социологического исследования, позволяют сделать следующие выводы:

- если большинство опрошенных склонны оценивать деятельность В.В. Путина в целом положительно (90%), то отношение к выдвижению его кандидатуры на третий срок президентства менее однозначно. Так, относятся в общем положительно 40%.

- черты образа идеального руководителя страны с точки зрения респондентов включает в себя следующие характеристики: мужчина, 40-49 лет, национальность значения не имеет, обладающий такими личностными качествами как: энергичность и активность (56%), ответственность (54%), честность и порядочность (50%), жесткость и требовательность (50%), напористость и решительность (50%), образованность и культура (50%).

Результаты опроса свидетельствуют, что респонденты наиболее нетерпимы к таким недостаткам кандидата как: вредные привычки (16%), грубость и агрессивность (14%), закрытость, отрицание нового (14%).

Большинством (56%) респондентов было высказано желание о том, чтобы будущий Президент владел ораторскими способностями, имел наличие членства в партийных боках, общественных объединениях, имел поддержку органов федеральной власти 52%.

Не столь важным, по мнению опрошенных, является наличие у политического лидера мужественности, воли.

- при рассмотрении распределения оценок в отдельных социально-демографических группах наблюдается единодушие респондентов в признании необходимости ораторских способностей.

В то же время, несмотря на далеко не оптимистическое мировосприятие, «номенклатура» страхов существенно отличается от той, которая имела место еще 5–10 лет назад. Самое главное ее отличие состоит в том, что россияне сегодня в меньшей степени опасаются политических катаклизмов и существенно больше – социальной деградации общества и государства. В частности, наибольшие опасения сегодня вызывают теракты, демографическая катастрофа, снижение уровня жизни населения (от 22 до 44%). Сегодня становится все более очевидным, что мотивация политического выбора 2007-2008 г.г. все в большей степени будет определяться оценкой населением социально-

экономической ситуации в стране, действий властей, включая президента и той партии, которая эту власть представляет в настоящий момент.

Соответственно, рано или поздно центром общественной дискуссии должна стать проблема путей и способов построения в России социального государства и социальной демократии. Что в принципе одно и то же, поскольку социальная демократия есть не что иное, как признание не только политических прав и свобод, но и прав социальных – на труд, образование, социальное обеспечение и т. д.

Литература

1. <http://wciom.ru>
2. Общественная академия «шаг в будущее» Образ идеального президента РС(Я) – Якутск 2004.
3. Социология: учебник для вузов/ под ред.проф. В.Н. Лавриненко. – М.:ЮНИТИ-ДАНА,2007.

Политический сторителлинг, как актуальная нарративная технология

Цымбаленко Анастасия Борисовна

аспирант

Институт Социологии Российской Академии Наук, Москва, Россия

E-mail: Chaika-N@rambler.ru

В рамках темы конструирования дискурсивного пространства российской политики последних лет, свою актуальность приобретает инновационная для российской действительности нарративная техника «сторителлинг». Сторителлинг (storytelling) с английского языка дословно переводится как «рассказывание историй» и используется как способ подачи информации в виде искусно сконструированной истории, способной необходимым образом повлиять на аудиторию.

Данная техника возникла и получила свое успешное развитие в США, ориентировочно в 1980-х годах во время президентства Рональда Рейгана, когда в официальных политических заявлениях апелляция к историям стала предпочтительнее статистических данных и аргументов [8, с.4]. Далее «сторителлинг» получил свое наибольшее развитие в области маркетинга, но в той или иной степени проникал в абсолютно разные сферы: от врачебной практики и индустрии компьютерных игр до социально-гуманитарных наук, провозгласивших «поворот к нарративу».

В качестве доступной и отрефлексированной методики сторителлинг стал применяться в России преимущественно как стратегия корпоративного управления. Но на данный момент его элементы:

- возвышение ценности истории - обращение к прошлому в критических ситуациях,
- создание некой утопии - моделирование идеального образа,
- использование схемы «эмоция– вывод– действие»

узнаются в стратегиях Евгения Ройзмана, Никиты Белых, Владимира Путина, Леонида Кучмы.

Но утверждать, что данное явление не имело аналогов в политической действительности России, было бы ошибочно. В качестве предыстории современного политического сторителлинга в России можно рассмотреть советский период, когда

детская биография политического вождя в виде небольших поучительных историй транслировалась с помощью вторичных агентов социализации: через учителей и книги.

В настоящий период времени восприятие главы государства в качестве «отца, друга, товарища, наставника» сместилось в сторону идеала нейтралитета, безупречности, уважительного дистанцирования, официальности («Политика в пиджаках и галстуках» словно утратила свой «человеческий запах»), поэтому на этом фоне проявление «человечности» президента в виде отеческой симпатии к ребенку так импонирует публике – подобные факторы всегда имеют эмоциональный отклик, так как они находятся внутри общечеловеческого эмоционального контекста. Это так же одна из причин успешности воздействия сторителлинга - обращение не к разуму и логике человека, а к его эмоциям.

Поскольку истории более выразительны, увлекательны, интересны и легче ассоциируются с личным опытом, чем правила или директивы, то они лучше запоминаются, им придают больше значения и их влияние на поведение людей сильнее[10, с. 315].

Интернет-пространство, в свою очередь, также стимулирует новый виток в развитии сторителлинга. Формированию инновационного поля политического дискурса способствовало такое явление как популяризация сетевых дневников или блогов²⁷. Существенное число социально активных индивидов посредством цифровых технологий получило возможность заявить о себе, продемонстрировать свой частный «продукт» широкой аудитории. Возникли новые формы дискурса и способы выражения публично ориентированного мнения, носителями которых стало так называемое интернет-поколение. Эти тенденции вызвали практический интерес со стороны политических деятелей и стоящих за ними политтехнологов. Постепенно «блогосфера» начала осваиваться ими для мобилизации дополнительного электората, в качестве стратегии продвижения идей и программы своей партии, для демонстрации положительного имиджа партии, как альтернативный канал медиакommunikации.

Используя структуру дневниковых записей и технологии сторителлинга, а так же мотив персонификации, политические деятели стремятся построить «доверительно-информативный» диалог с перспективной, неохваченной или политически пассивной до этого аудиторией интернет-пространства. В связи с этим некоторые социальные исследователи обеспокоены, что использование подобных методик может служить способом для политических и идеологических манипуляций.

Дискурсионный анализ блога политика и общественного деятеля Евгения Ройзмана, демонстрируемый в данном исследовании, подтверждает, что сторителлинг является профессионально разработанной PR-технологией и успешно используется не только для создания имиджа автора, но и для мотивации аудитории на конкретные социальные действия.

Литература

1. Евгеньева Т.В. (2007) Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. СПб.: Питер.

²⁷ Блог – открытый интернет-дневник, с возможностью комментирования сообщений

2. Кривых Л.В. (2004) Коммуникация: человек как «текст»/Противоречие и дискурс М.: ИФРАН.
3. Макаров М.Л.(2003) Основы теории дискурса. М.: ИТДГК Гнозис.
4. Медведев Д. (2007) ЖД (Живые Дневники) власти как зеркало русской жизни// Moulin Rouge. №37.
5. Паршина О.Н. (2007) Российская политическая речь: Теория и практика. М.: Издательство ЛКИ.
6. Публичная политика и будущее идеологий: Дискуссия, организованная центром «Новая политика» (2004) М.: Ключ-С .
7. Ушакова Т. Н., Павлова Н.Д. (2000) Интент-анализ политического дискурса. СПб.: Алетейа.