

Федеральное агентство по образованию

Федеральное Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
« Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского »

Факультет международных отношений
Кафедра международно-политических коммуникаций,
связей с общественностью и рекламы

МЕЖДУНАРОДНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ:
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Учебное пособие

Для бакалавров очной формы обучения
031600.62 «Связи с общественностью и реклама »

Нижний Новгород
2012

Обсуждено и утверждено
на заседании кафедры международно-политических коммуникаций,
связей с общественностью и рекламы
факультета международных отношений
ННГУ им. Н.И. Лобачевского
3 декабря 2012 г., протокол № 5

Рекомендовано к изданию
Учебно-методической комиссией ФМО ННГУ
12 декабря 2012 г., протокол № 2

Международно-политические коммуникации в современном мире: основные тенденции и перспективы развития: учебное пособие: для бакалавров 031600.62 «Связи с общественностью и реклама» / Под общей редакцией академика РАЕН Колобова О. А. – Н.Н.: ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского », 2012. 240 с.

Составители:

Колобова С. А.
Казаков М.А.
Баранова Т. А.
Никипелова С. А.
Селиверстова Ю. А.
Шичкова Е. В.
Воскресенская Н. Г.
Горячкин Ю. Е.

Содержание:

Колобова С.А. Современный российский политический процесс и его влияние на развитие международно-политических коммуникаций

Казаков М.А. Особенности применения имиджевых коммуникаций и манипулятивных технологий в современной стратегии политического лидерства России

Баранова Т.А. Социальные коммуникации

Никипелова С.А. Межкультурная коммуникация

Селиверстова Ю.А. Политическое лидерство: введение в имиджевые коммуникации

Шичкова Е.В. Политическая коммуникация в молодёжной среде

Воскресенская Н.Г. Социально-психологические аспекты коммуникации

Горячкин Ю.Е. Интернет-коммуникации в политической системе: новые возможности и проблемы

СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Международно- политические коммуникации в значительной степени зависят от состояния политической системы общества. При этом, как отмечает А.И. Соловьев: «Информационные связи в политической сфере обретают институциональную устойчивость лишь благодаря постоянному “обслуживанию” ролевых практик субъектов. Поддержание базовых для политики коммуникаций (в области принятия решений, проведения выборов, развития межпартийных отношений и т.д.) способствует формированию соответствующих информационно-коммуникативных систем (ИКС), которые сосуществуют в поле политики с более подвижными типами контактных связей, “обслуживающими” неустойчивые инфопотоки между свободными от жестких взаимных обязательств акторами». Типология ИКС, по мнению А.И. Соловьева, может быть построена по различным основаниям: с точки зрения функциональной нагрузки (ИКС в области государственного управления, политического участия, осуществления деятельности партий, групп интересов и т.д.); по отраслевому принципу (ИКС, обеспечивающие осуществление государственной политики в области образования, здравоохранения, культуры, экологии, военной сферы и пр.); с точки зрения организации информационных обменов (макроИКС, характеризующая деятельность политической системы в целом; мезоИКС, отображающая особенности функционирования региональной власти; микроИКС на межличностном уровне); в историческом плане (ИКС того или иного временного периода); с точки зрения конкретных агентов политики (партийные, государственные и иные, связанные с деятельностью конкретного актора, аналогичные ИКС).¹

Системно-ресурсное рассмотрение общественно-политической и государственной деятельности Российской Федерации на инновационно – модернизационной основе апеллирует к одной из важнейших категорий политической науки, определяемой словом «процесс» (от лат. *processus* - продолжение) означающего динамическое, развивающееся состояние какого-либо объекта и совокупность последовательных действий для достижения определенного результата.^[2] Данное понятие имеет универсальный характер, поскольку отражает реальное состояние государственной политики и общественных отношений в широком континууме.

Дефиниция «процесс» используется во многих общественных науках: (экономической теории, истории, философии, психологии, праве), поскольку политическая динамика по сути своей олицетворяет общее в механизме функционирования и государства и общества. В экономической сфере широкомасштабным и постоянным процессом является производство товаров и услуг их распределение, обмен и потребление. Многочисленные и разнообразные изменения постоянно протекают в социальной, культурной, во всех других сферах общества,

1. ¹ Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии / А.И. Соловьев. - М.: Аспект-Пресс, 2001.

а собственно политический процесс свидетельствует о том, что политическая система существует, функционирует, совершенствуется.^[3] Политический процесс, как таковой, фиксирует политическую активность общества, подчеркивая исключительное многообразие этой активности и тот факт, что каждый ее отдельный случай имеет свою причину и свою цель, разную степень предсказуемости результата и многие другие различия. Это весьма затрудняет научные исследования политического процесса, порождая многообразие точек зрения по одним и тем же вопросам. Можно без преувеличения сказать, что если провести конкурс на самый высокий уровень дискуссионности рассматриваемых политических проблем, то тема, посвященная политическому процессу, в целом, а современному политическому процессу в России в особенности, займет первое место. Тем не менее, степень научной разработанности обозначенных выше проблематик позволяет достаточно четко увидеть разновидности политических процессов, провести их классификацию.^[4]

Некоторые ученые отождествляют политический процесс с понятием политики в целом (Р. Доуз). Другие же, напротив, видят специфику политических процессов либо в результатах функционирования политической системы (Т. Парсонс), либо в динамике борьбы и соперничества групп за статусы и ресурсы власти (Р. Дарендорф), либо в поведенческих аспектах реализации субъектами своих интересов и целей (Ч. Мэрриам).^[5]

В рамках этих различных подходов политический процесс обнажает свои важнейшие источники, состояния, элементы. В то же время при всех различиях его теоретической интерпретации, считается общепризнанным, что именно он отображает реальное взаимодействие субъектов политики, сложившейся не в соответствии и намерениями лидеров или программ партий, а в результате действия самых разнообразных внешних и внутренних факторов. Иначе говоря, политический процесс показывает, как индивиды, группы, институты власти со всеми своими стереотипами, целями, предрассудками взаимодействуют друг с другом и с государством, реализуя специфические роли и функции. Так как ситуации,

3

Gross, B. Political process / B. Gross, E. Greenstein // *International Encyclopedia of Social Sciences*. – 1986. - Vol.12, p. 189 – 205.

4

Там же. P.207

5

См.: Дарендорф, Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы. Пер. с нем. Л.Ю. Пантиной / Р. Дарендорф. - М.: РОССПЭН, 2002. - 288 с.; Дарендорф, Р. Тропы и утопии. Работы по теории и истории социологии. / Пер. с нем. Б.Скуратова и В.Близнекова / Р. Дарендорф. - М.: Праксис, 2002. 536 с.; Мерриам, Ч.Э. Четыре американских партийных лидера (перевод с английского, предисловие и комментарии Т.Н. Самсоновой, Л.Е. Филипповой) / Ч.Э. Мерриам // *Вестник Московского университета*. Сер. 18. Социология и политология. 2003. №№2-4.; Парсонс, Т. Система современных обществ. / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалёва / Т. Парсонс. - М.: Аспект-Персс, 1998.

стимулы и мотивы человеческого поведения постоянно изменяются, то политический процесс исключает какую-либо заданность или предопределенность в развитии событий и явлений.[⁶]

Раскрывая содержание политически через реальные формы исполнения субъектами своих ролей и функций, политический процесс демонстрирует, как осуществление этих ролей воспроизводит или разрушает различные элементы политической системы, показывает поверхностные или глубинные ее изменения, переход от одного состояния к другому. По существу, он раскрывает характер движения, социодинамики, эволюции политической системы, изменение ее состояний во времени и пространстве.[⁷]

Анализируя содержание политического процесса, можно сказать, что он раскрывает, в основном, две фундаментальные формы политического волеизъявления граждан. Прежде всего, это - различные способы презентации рядовыми участниками политики своих интересов в участии в выборах, референдумах, членстве в политических партиях, а так же при формировании и осуществлении различных управленческих решений, представителями политической элиты.[⁸]

В содержательном смысле политический процесс охватывает все реальные действия рядовых граждан и лиц, принимающих решения (ЛПР), которые могут, как поддерживать правящий режим, так и находиться к нему в оппозиции. [⁹] В политическом процессе взаимодействуют различные субъекты политики, способствующие изменениям и преобразованиям всей политической сферы общества.[¹⁰]

6

Кодин, М. И. Современный политический процесс в России: общественно-политические объединения и политическая элита: (Теорет.-методол. проблемы исслед.) / Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исслед.; Акад. соц. наук. - М.: ИСПИ, 1997. – С.38-40.

7

Гаджиев, К.С. Политическая наука: Пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманитар. фак. / К.С. Гаджиев. - М.: Сорос: Международные отношения, 1994. - С. 124.

8

Цыганков, П.А. Политическая социология международных отношений / П.А. Цыганков. - М., 1994. - С. 79.

9

Гаджиев К.С. Введение в политическую науку: Учебное пособие. - М.: Логос, 1999 – С. 345-347

10

Там же.

С содержательной точки зрения система, реализация различными политическими субъектами своих функций выражает специфику происходящего в обществе распределения власти, осуществления политической мобилизации граждан, принятие решений, контроль за политическими преобразованиями и другие формы политической активности индивидов, групп, ассоциаций, обществ, сообществ людей. При этом учитываются действия лиц не только признанных правящим режимом, но и обладающие нелегитимным характером. Не случайно же в политическом процессе присутствуют такие формы политической активности населения, как заговоры, террор, деятельность нелегальных партий и организаций. Которые, впрочем, обычно находятся на периферии политической жизни страны.^[11]

Политический процесс выступает в качестве функциональной характеристики общественно-государственной жизни населения РФ в целом, определяя исполнение субъектами власти своих специфических ролей и функций. Он выражает вполне определенную совокупность действий, осуществляемыми субъектами, носителями и институтами власти по реализации своих прав и прерогатив в политической сфере.^[12]

Применительно к общественной жизнедеятельности в целом политический процесс раскрывает взаимодействие социальных и политических структур и отношений, то есть показывает, как общество формирует государственность, а государство, в свою очередь, «завоевывает» общество. С точки же зрения внутреннего содержания, политический процесс выражает вполне определенные технологии осуществления власти, представляя собой совокупность относительно самостоятельных локальных взаимодействий субъектов, структур, институтов, связанных теми или иными специфическими целями и интересами в поддержании (или изменении) системы правления.^[13]

Учитывая названные черты политического процесса, можно сказать, что он адекватно раскрывает движение, динамику, эволюцию политической системы, изменений ее состояний во времени и пространстве, представляя собой разноплановые действия институализированных и неинституализированных субъектов по осуществлению своих

11

Салмин, А.М. – Политический процесс и демократия / А.М. Салмин // социально-политические науки. – 1991. - №6. – С.42.

12

Политологический словарь. - М.: Луч, 1994. - С. 105

13

См.: Парсонс, Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалёва / Т. Парсонс. - М.: Аспект-Персс, 1998; Easton, D. Systems Analysis of Political Life / D. Easton. - N.Y., 1967; Almond, G. Political Development: Essays in Heuristic Theory / G/ Almond. – Boston..970; Easton, D. Political System / D. Easton. - N.Y., 1971; Грачев, М.Н. Актуальные проблемы политической науки / М.Н. Грачев, Ю.В. Ирхин. - М.: Экономическая демократия, 1996; Гаджиев, К.С. Политическая наука: Пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманит. фак. / К.С. Гаджиев. - М.: Сорос: Международные отношения, 1994.

специфических функций (дисфункций) в сфере власти, и, в конечном счете, ведущих к развитию или упадку политической системы общества. [14]

Таким образом, политический процесс - это «совокупная деятельность социальных общностей, общественных организаций и групп, отдельных лиц, преследующих определенные политические цели; в узком смысле- деятельность социальных субъектов по осуществлению политических решений».[15]

Специфическая особенность современного политического процесса Российской Федерации заключается в том, что его невозможно изучить как некое единое целое. В своем фрагментированном состоянии он может быть представлен двумя уровнями - общим и частным. Которые в свою очередь отличаются не только масштабом охвата общественной жизни, но и содержанием, неравномерностью протекания, целями и результатами. Поэтому изучение политического процесса не может быть организовано иначе как в раздельном постижении общих и частных обстоятельств. Последние однако тесно связаны между собой. Более того, частные политические действия могут оказывать весьма существенное влияние на содержание и скорость модернизации всего российского общества.[16]

Что касается общего политического процесса, то он охватывает все общество и нередко приводит к смене состояния политической системы страны.

Частный политический процесс включает в себя самые различные формы политической активности представителей всех слоев российского общества, направленные на реализацию вполне определенных политических целей, не затрагивающих, впрочем, состояние политической системы общества в целом. Он определяет усилия представителей власти по реализации на практике своих непосредственных управленческих функций отражая вариативность презентации политическими партиями, общественными движениями, отдельными гражданами своих конкретных политических интересов (участие в выборах, референдумах, в митингах, уличные шествиях и т.д.). К частному политическому, процессу относятся и некоторые формы принятия и реализации управленческих решений на локальном, региональном и общенациональном (федеральном) уровнях.

Все, что связано с политическим процессом может протекать в государственном масштабе и на местах (в городе, деревне, внутри разных социально-демографических групп, классов, трудовых коллективов, политических партий. Не смотря на великое множество и

14

Ирхин, Ю.В. Политология: Учебник / Ю.В. Ирхин, В.Д. Зотов, Л.В. Зотова. - М.: Юристъ, 2001. - С.126.

15

Политический словарь / Под ред. В. Ф. Халипова. – М.: Высшая школа, 1995. – С.154.

16

Кодин, М. И. Современный политический процесс в России: общественно-политические объединения и политическая элита: (Теорет.-методол. проблемы исслед.) / Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исслед.; Акад. соц. наук. - М.: ИСПИ, 1997. – С.38-40.

разнообразие частных политических обстоятельств, их реализация не ведет к существенным изменениям политической системы Российской Федерации, будь то смена тоталитаризма демократическим политическим режимом или замене монархии республикой.^[17]

Как уже было отмечено, данные две составляющих современного политического процесса Российской Федерации имеют свои закономерности развития, механизмы, формы, цели.

Что касается общих их дел, то они сильно отличаются от частных не только по содержанию, но и по формам.

Общий политический процесс протекает в трех направлениях: эволюция, революция, кризис. Эволюция как основная и наиболее распространенная форма, означает постепенные изменения политической системы страны (количественные и качественные): в расстановке политических сил, политическом режиме (нарастание демократических или антидемократических тенденций), в структурах политической власти и т.д.^[18]

Постепенность перемен предполагает, что в отдельные временные фазы общий политический процесс протекает в формах, которые не выводят политическую систему за рамки сложившихся отношений между институтами политической власти и гражданами.^[19]

Речь идет о простом воспроизводстве правящими властными структурами сложившихся отношений между властвующей элитой страны, с одной стороны, и электоратом, политическими партиями общественными движениями, органами местного самоуправления и т.д., с другой. В этих условиях все попытки политических нововведений отступают на второй план в сравнении с установившимися традициями и преемственностью в политической жизни.^[20]

В рамках эволюционной направленности общий политический процесс имеет всевозможные варианты развития.^[21]

17

Кочетков, А. П. Актуальные проблемы политического процесса современной России: конспект лекций / Междунар. независимый экол.-политол. ун-т. - М.: Изд-во МНЭПУ, 2002. – С.42.

18

Шутов, А.Ю. Типология политических процессов / А.Ю. Шутов // Вестник Московского университета. – 2004. - Сер.12, Социально-политические исследования, №4. – С. 53.

19

Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии / А.И. Соловьев. - М.: Аспект-Пресс, 2001.- С. 245.

20

Титова, Л. Г. Политические процессы в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Титова Людмила Григорьевна ; [Воен. ун-т]. – М., 2007. – С. 158.

21

В целом же, все перемены адекватно отражают политическую динамику, как правило политическая власть находит необходимые меняющемуся соотношению политических сил внутри страны и на международной арене методы организации политической жизни и управления страной. С учетом интересов различных групп населения используются новые и более гибкие стратегии и технологии властвования. Таким образом, эволюционный режим развития политического процесса позволяет решать политические проблемы по мере их возникновения и, что особенно важно, позволяет избегать насилия и разрушения того, что еще не устарело.^[22]

Революционные изменения общего политического процесса означают «коренной поворот в жизни общества, в ходе которого происходит смена государственной власти и господствующих форм собственности». ^[23]Они всегда связаны с насилием, вплоть до вооруженной смены власти. При этом происходит резкое разрушение всех политических органов, а население терпит бедствия, связанные с многочисленными жертвами, гибелью и трагедией миллионов людей.

Третьим состоянием общего политического процесса является кризис с его главным показателем - потерей властными структурами контроля над развитием крайне обострившихся противоречий внутри страны и за ее пределами. Эта сфера общего политического процесса характеризуется разбалансированностью деятельности различных политических институтов, слабой управляемостью экономической и других сфер, нарастанием недовольства народа, поскольку причины всех трудностей данного порядка в основном лежат в области экономических и социальных отношений.^[24]

Именно поэтому для преодоления политического кризиса правительству любой страны, а России в особенности, необходимо проведение реформ в различных сферах, и прежде всего в политической. В отличие от политической революции политические кризисы, как правило, не ведут к смене государственного строя, но он усугубляет и без того драматические периоды в судьбах общества.^[25]

Ильин, М.В. Ритмы и масштабы перемен (о понятиях «процесс», «изменение» и «развитие» в политологии) / М.В. Ильин // Политические исследования. - 1993. - № 2. - С. 15

22

Титова, Л. Г. Политические процессы в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Титова Людмила Григорьевна ; [Воен. ун-т]. - М., 2007. - С. 165.

23

Политологический словарь. М.: Луч, 1994. - Ч. II. - С. 105

24

Вартумян, А. А. Региональный политический процесс в современной России: Динамика, тенденции, особенности : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Вартумян Арушан Арушанович ; Рос. гос. соц. ун-т. - М., 2005. - С.49.

25

С развитием общества меняется не только соотношение форм общего политического процесса, но меняются и тенденции государственного управления и самоорганизации в целом. Для России это более чем закономерно, но в современном мире революционные преобразования становятся все более редким явлением, что не снимает с повестки дня важность нарастающей демократизации страны, способствующей значительному сокращению диапазона использования насилия лицами, принимающими решения для достижения политических целей.

Данное обстоятельство затрагивает напрямую систему принятия решений политическими институтами. Неслучайно же в РФ все шире применяются новые механизмы согласования интересов различных социальных слоев общества и отдельных граждан, при постоянном поиске возможностей достижения консенсуса при обсуждении и разрешении всевозможных споров (международных внутривнутриполитических и прочих).^[26]

Таким образом, общий политический процесс отражает смену состояния сложившейся политической системы взаимодействия власти и общества в России и других странах, предполагая модификацию форм государственного устройства (форма правления, методы осуществления власти, национально-территориальная организация), политического режима (тоталитаризм, авторитаризм демократия).^[27]

Частные сегменты общественно-политической жизни страны касаются отдельных сторон функционирования всевозможных политических субъектов стран, имея свои структурные свойства, типологию, возможности развития.

Причины возникновения, объект, субъект и цель частного политического процесса вполне обусловлены и закономерны, так как напрямую связаны с конкретными усилиями групп, объединяющих людей и действующих в различных сферах жизни государства и общества. Отдельных граждан может объединить конкретная проблема. Например, недовольство существующей в стране системой налогообложения способно инициировать законотворческий процесс локального уровня и спровоцировать реакцию на такие изменения на более высоком уровне.

Когда речь идет об объекте частного политического процесса, то подразумевается, прежде всего:

Там же.

26

Каптерев, С.Е. Институты государственной власти современной России: Теоретические основания и технологическое обеспечение : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02. / Каптерев Сергей Евгеньевич; ННГУ им. Н.И. Лобачевского. - Нижний Новгород, 2005.- С. 123.

27

Титова, Л. Г. Политические процессы в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Титова Людмила Григорьевна ; [Воен. ун-т]. – М., 2007. – С.365.

- возникновение и необходимость реализации каких-либо значимых для отдельных категорий общества политических интересов;
- создание людьми новых политических институтов, партий, организаций, движений, блоков;
- реорганизация властных структур при изменении системы разделения властей и создании нового кабинета министров;
- поддержка существующей политической власти новыми политическими акторами и организация последними мер по ее легитимации.

Субъектами частного политического процесса выступают конкретные акторы нововведений или им вполне может стать какой-либо орган в уже существующей в стране системе политической власти, политическая партия, движение, группа граждан или даже один человек. Их статус лица, принимающие решения (ЛПР) должны представлять отчетливо, чтобы избежать ошибок в действиях, предполагающих взаимосвязь не только тех, кто решает, но и тех, кто исполняет решения в стране.

Следует подчеркнуть, что частный политический процесс не обязательно возникает исключительно в политической сфере. Он может начаться и развиваться в экономике, культуре, идеологии, если там возникают трудности, усугубляемые противоречиями целеполагания частного политического процесса. Это позволяет оценить реальность достижения, рассчитать ресурсы подготовленные элитой, и в конечном итоге непременно добиться необходимых результатов.

Основные структурные составляющие частного политического процесса дают о нем лишь общее представление. Важные детали составляет необходимая информация о ряде его качественных характеристик, включая количество и состав участников, социально-политические условия, направленность усилий власти, общества и т.д.

Состав и количество участников частного политического процесса говорит о многом, поскольку политическая ориентация, цели, которые ставят лидеры и другие его участники позволяют глубже разобраться в политической мозаике, для которой характерны действия политиков и общественно-политических институтов, организаций и даже граждан с непременным участием не только политических партий, но и отдельных граждан.^[28]

По количеству участников частный политический процесс способен охватить не только одну страну, и даже по несколько стран, если иметь в виду, например движение граждан за запрещение производства ядерного оружия. Его локальное измерение остается чрезвычайно важным, так как именно конкретные гражданские действия отдельных личностей могут иметь потрясающий по своей эффективности результат.^[29]

Социально-политические условия, в которых протекает частный политический процесс, могут быть различными также как и форма его организации, а также самоорганизации. Это может быть сотрудничество всевозможных, осуществляющих социальные действия сил, противоборство различных слоев общества, противостояние политических лидеров, бойкот (отказ от отношений с организациями, государственными структурами, от выполнения каких-либо функций), провокация («вбрасывание компромата») и т.д.^[30] Последние действия политическая оппозиция обычно использует для дискредитации государственных структур, партий и их руководителей.^[31]

Фазы развития частного политического процесса естественным образом сменяют друг друга. Это, впрочем, сильно зависит от того, какие силы владеют политической властью в стране и как они используют свои властные полномочия.^[32]

По существу, каждый частный политический процесс начинается с появления противоречия (проблемы) и реакции на нее заинтересованных политических сил, организаций, отдельных граждан. На данном первом этапе определяются всевозможные ресурсы, спектр действий тех структур, которые наиболее заинтересованы в разрешении возникшего политического вопроса. При этом, непременно вырабатываются варианты действий основных участников напрямую.^[33]

На втором этапе происходит мобилизация сил, поддерживающих путь магистральных линейных политических действий общественного движения для решения возникшей проблемы.

Частный политический процесс считается завершенным, если он проходит через третий по счету этап, предполагающий стимулирование участниками тех вариантов решения

Там же.

30

См.: Почепцов, Г.Г. Информационно-политические технологии. - М: Центр, 2003. – С. 269.

31

Вожеватов, М. В. Социально-политические особенности деятельности субъектов оппозиции в регионах современной России: на примере Южного Федерального округа : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Вожеватов Михаил Валерьянович ; Моск. гос. техн. ун-т им. Н. Э. Баумана. – М., 2006. – С. 26.

32

Титова, Л. Г. Политические процессы в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Титова Людмила Григорьевна ; [Воен. ун-т]. – М., 2007. – С.241.

33

Там же. С. 245.

политической проблемы, которые будут основанием для соответствующих практических мер.^[34]

В сущностном многообразии частного политического процесса выделяются основополагающие виды, критерии, классификационные рубежи, зависящие от масштабности общественно – политических усилий основных акторов.

При этом, базовый частный политический процесс предполагает включение самых широких слоев населения в систему взаимодействия с государственной властью. Он логически ведет к законотворчеству на высшем уровне. Локальный политический процесс обычно отражает специфику местного самоуправления, формирования и функционирования политических партий, движений, блоков и т.д.^[35]

Взаимосвязь общества и властных структур в рамках частного политического процесса может быть стабильной и нестабильной. В первом случае речь идет об устойчивых механизмах принятия политических решений и отработанных формах политической мобилизации граждан.^[36] Стабильностью характеризуются тот политический процесс, который протекает в обществе с высоким уровнем правовых норм и политической культуры. Он развивается в политических режимах, имеющих высокий уровень легитимности политической власти, и его отличает ровное бесконфликтное течение, а также диалог, согласование, партнерство, договор, консенсус.^[37] Нестабильный политический процесс возникает и развивается в условиях кризисного состояния политической власти, политической системы в целом, отражая конфликт интересов самых различных групп или слоев населения.^[38]

34

Там же. С. 311.

35

Барабанов, М. В. Политические партии современной России: становление, особенности, перспективы : дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Барабанов Максим Валерьевич ; Моск. гос. открыт. пед. ун-т им. М. А. Шолохова. – М., 2006. – С. 95.

36

Там же. С.96.

37

Власов, В. В. Организованные группы интересов в политическом процессе современного российского общества: опыт, приоритеты развития: дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Власов Виталий Витальевич ; Орлов. регион. акад. гос. службы. - Орел, 2005. – С- 26.

38

Там же. С.32.

По значимости для общества тех или иных форм регулирования социальных отношений политический процесс обладает базовыми и периферийными тенденциями. Первые характеризуют разнообразные способы включения широких масс в отношения с государством, формы преобразования интересов и требований населения в управленческие решения, типичные приемы формирования политических элит и т.д. В этом смысле можно говорить о соотносимости политического участия граждан и государственного управления представленного элитой (принятие решений, законодательные дела и др.). Вторые раскрывают динамику формирования отдельных политических ассоциаций (партий, групп давления, ассоциаций по интересам), развитие местного самоуправления, а также другие связи и отношения в политической системе, не оказывающие принципиального влияния на доминирующие формы и способы отправления власти.^[39]

В то же время, и базовые, и периферийные тенденции политического процесса различаются по времени и характеру осуществления, сориентированности своих субъектов на нормы соперничества или сотрудничества. Они могут протекать явно или в скрытой форме. Открытый политический процесс характеризуется тем, что интересы групп и граждан систематически выявляются в их публичных притязаниях к государственной власти, которая в свою очередь делает доступной для общественного контроля фазу подготовки и принятия управленческих решений. В противоположность открытому теневой политический процесс базируется на деятельности публично неоформленных политических институтов и центров власти, а так же на властных притязаниях граждан, не выраженных в форме обращения к официальным органам государственного управления.^[40]

Каждая разновидность политического процесса обладает собственным внутренним ритмом, т.е. цикличностью, повторяемостью основных стадий взаимодействия своих субъектов, структур, институтов, а их электоральная составляющая формируется в связи с избирательными циклами. Потому политическая активность населения развивается в соответствии с фазами выдвижения кандидатов в законодательные и исполнительные органы власти, обсуждение их кандидатур, избрания и контроля за их деятельностью. Как правило, пик такой активности приходится на время выборов, после чего политическая жизнь как бы затихает, а осуществление контрольных функций за управляющими рутинизируется.^[41]

39

Барабанов, М. В. Политические партии современной России: становление, особенности, перспективы : дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Барабанов Максим Валерьевич ; Моск. гос. открыт. пед. ун-т им. М. А. Шолохова. – М., 2006. – С.86..

40

Воротников, В. П. Теневизация политического процесса в современной России: Проблемы преодоления : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Воротников Валерий Павлович ; Ин-т соц.-полит. исслед. РАН. – М., 2002. – С.13.

41

Барабанов, М. В. Политические партии современной России: становление, особенности, перспективы : дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Барабанов Максим Валерьевич ; Моск. гос. открыт. пед. ун-т им. М. А. Шолохова. – М., 2006. – С.89.

Циклы государственного управления обычно задает деятельность правящей партии. Так было во времена СССР, так происходит и в современной России, с той лишь разницей, что сегодня - в период значительной трансформации общественных отношений - решающее влияние на ритмы функционирования государственных учреждений, способы политического участия населения начинают оказывать уже не решения высших органов управления, а отдельные значительные политические события, существенно модифицирующие расстановку и соотношение политических сил в стране. Аналогичный ритм задавали политическому процессу многие военные перевороты в ряде афро-азиатских государств, менявшие как институциональные структуры управления, так и условия включения населения в политическую жизнь.^[42]

В конечном счете политический процесс объединен одной и той же потребностью их субъектов повлиять на принимаемые государственной властью политические решения. Поэтому главная задача всех его участников без исключения состоит в том, чтобы включить именно свои интересы и требования в принимаемые институтами государственной власти управленческие решения.^[43]

Институты государственной власти являются важнейшим инструментом учета групповых требований и выработки общеколлективных целей политического развития (политической воли общества). Таким образом, в их деятельности политический процесс выражает тот или иной аспект выработки, принятия и осуществления управленческих решений. От деятельности государственных институтов зависит степень централизации власти и распределения полномочий между группами, участвующими в выработке целей политического развития. Используя свою устойчивость и мобильность, институты государственной власти способны поддерживать даже те нормы и цели (а следовательно, и связанные с ними частные политические процессы), которые не отвечают интересам основной части общества, расходятся с политическими традициями социума и противоречат гражданскому менталитету.^[44]

42

Гнедаш, А. А. Политико-административные элиты постсоветской России: гендерное измерение : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Гнедаш Анна Александровна ; Кубан. гос. ун-т. - Краснодар, 2006. – С.104.

43

См.: Парсонс, Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалёва / Т. Парсонс. - М.: Аспект-Персс, 1998; Easton, D. Systems Analysis of Political Life / D. Easton. - N.Y., 1967; Almond, G. Political Development: Essays in Heuristic Theory / G/ Almond. – Boston..970; Easton, D. Political System / D. Easton. - N.Y., 1971; Грачев, М.Н. Актуальные проблемы политической науки / М.Н. Грачев, Ю.В. Ирхин. - М.: Экономическая демократия, 1996; Гаджиев, К.С. Политическая наука: Пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманит. фак. / К.С. Гаджиев. - М.: Сорос: Международные отношения, 1994.

44

С точки зрения системных качеств организации политической власти, различаются две основные разновидности политического процесса: демократическая, где сочетаются различные формы прямого и представительного народовластия, и недемократическая, внутреннее содержание которой определяется наличием тоталитарных или авторитарных режимов, а также деятельностью соответствующих политических партий и общественных организаций и лидеров, при очевидном существовании авторитарной политической культуры и соответствующего менталитета граждан.^[45]

Таким образом, можно выделить основные этапы формирования и развития политического процесса.

Его началом является важный этап выработки и представления политических интересов групп и граждан институтам, принимающим политические решения.

Далее выделяется этап принятия политических решений, в которых и концентрируется межгрупповая, государственная и коллективная политическая воля.

Третьим этапом политического процесса является реализация политических решений, воплощения волевых устремлений институтов власти, различных субъектов политики.^[46]

С точки зрения устойчивости основных форм взаимосвязи социальных и политических структур, определенности функций и взаимоотношений субъектов власти политический процесс может быть стабильным или нестабильным. В первом случае он характеризуется устойчивыми формами политической мобилизации и поведения граждан, а так же функционально отработанными механизмами принятия политических решений, основываясь на легитимном режиме правления, соответствующей социальной структуре, высокой эффективности господствующих в обществе правовых и культурных норм.^[47]

Во втором случае, сильные проявления кризиса возникает в обстоятельствах, которые в свою очередь приводят к осложнению международных отношений, спаду материального производства, социальным конфликтам, подчеркивая неспособность режима отреагировать

Волков, К. А. Особенности формирования гражданского общества в России в условиях глобализации : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.04 / Волков Константин Александрович ; [Дипломат. акад. МИД РФ]. – М., 2007. – С.84.

45

Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: сб. учеб. Материалов; [под ред. Мелешкиной Е. Ю.]. - М.: Инфра-М: Весь мир, 2001. – С.158.

46

Там же. С.162.

47

См.: Панарин, А.С., Василенко И.А. Политология: Общий курс. Уч.пособие. - М.: Логос, 2003.- 256 с. Гаджиев К.С. Политическая наука: Пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманитар. фак. - М.: Сорос: Международные отношения, 1994. - 397 с.; Дойч, К. Разрешение конфликта. / К. Дойч. – М.,2000.

на новые потребности общества или его основных групп адекватным образом и вызывая нестабильность общественно-политической жизни страны в целом.^[48]

Как и сама политика, имеющая свою объективную логику, независимую от предначертаний тех или иных лиц или партий, политический процесс так же в значительной мере носит объективированный характер относительно своих базовых основ. Степень данной объективации зависит и от ряда социальных факторов, в том числе от уровня развития демократии, политической культуры масс, социально-классовой структуры населения, существующих традиций.^[49]

Современный политический процесс в России характеризуется рядом универсальных задач, которые проявляют себя неодинаково в различных исторических условиях, а также на тех или иных стадиях деятельности его собственных субъектов.^[50]

Внутренне ему присущи переплетения и взаимосвязи революционных и реформаторских начал включающих сознательные, упорядоченные и стихийные, спонтанные действия масс при восходящих и нисходящих тенденциях развития.^[51]

По мере усложнения и демократизации общества структуры, механизмы, формы, средства и методы осуществления политики сильно изменяются. В этой связи по сравнению

48

Панарин, А.С., Василенко И.А. Политология: Общий курс. Уч.пособие. - М.: Логос, 2003.- 256 с.
Гаджиев К.С. Политическая наука: Пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманитар. фак. - М.: Сорос: Международные отношения, 1994. - 397 с.; Дойч, К. Разрешение конфликта. / К. Дойч. – М.,2000.

49

Lindblom. Ch. The Policy-Making Process. / CH. Lindblom, Woodhouse E. – Englewood Cliffs,1993.

50

См.: Пантин В. И. Политическая модернизация России: циклы, особенности, закономерности. М.: Рус. слово, 2007. 125 с. - (Актуальные проблемы современности); Козин М. И. Современный политический процесс в России: общественно-политические объединения и политическая элита: (Теорет.-методол. проблемы исслед.) / Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исслед.; Акад. соц. наук. - М.: ИСПИ, 1997 - 75 с.; Кочетков А. П. Актуальные проблемы политического процесса современной России: конспект лекций / Междунар. независимый экон.-политол. ун-т. М.: Изд-во МНЭПУ, 2002. 51 с.; Политическая трансформация современной России: сибирские регионы: материалы науч.-практ. семинара, 27 окт. 2001 г., Иркутск / [редкол.: Г. Н. Новиков (отв. ред.) и др.]. - Иркутск: Оттиск, 2002. - 103 с.; Лебедева, М.М. Место России в меняющейся структуре мира / М. М. Лебедева // Место и роль России в трансформирующейся системе международных отношений: Материалы семинара / Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН; Нижегородский гос. ун-т. – М.; Н.Новгород, 2002. – С.18-23.; Новые направления политической науки: гендерная политология, институциональная политология, политическая экономия, социальная политика: [сб.] / [редкол.: С. Г. Айвазова (отв. ред.) и др.]. – М.: РОССПЭН, 2007. - 341 с.; Современная Россия: особенности политики и политического процесса / В. М. Платонов [и др.]; под ред. Д. Е. Слизовского. - М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2008. - 232 с.

51

Пантин В. И. Политическая модернизация России: циклы, особенности, закономерности. М.: Рус. слово, 2007. – С.48. - (Актуальные проблемы современности).

с прошлым, более активно проявляют себя представительные социальные слои и движения, в том числе партии, профсоюзы, армия, студенчество и молодежь, национальные организации, концессии, группы поддержки и давления, творческие союзы. Все они обнаруживают диалектически противоречивые тенденции развития: преемственность, новизну, необратимость, незавершенность, поступательность, неповторимость, направленность, непредсказуемость, стабильность и изменчивость.^[52]

Одновременно на современный политический процесс в России оказывают значительное воздействие внешние факторы, мирополитические и мирохозяйственные отношения и связи, а также вся совокупность экономических, политических, военно-стратегических и других реалий международного характера. В этом проявляют себя усиливающиеся интеграционные обстоятельства, интернационализация экономической и социальной жизни, взаимосвязь и взаимозависимость развивающихся в мире политизированных движений, складывающаяся общность коренных интересов и целей народов и государств.^[53]

Развитие процесса демонстрирует все возрастающую роль политики в качестве мощного орудия общественных сил, системообразующего звена всех социальных движений, а также самого существенного элементов политики - политическая власть.^[54]

С изменением форм, методов и функций, осуществляемых институтами государственного управления, изменяются базовые и периферийные политические процессы. Чаще всего различают три режима их протекания. Первый – это режим функционирования, не выводящей политическую систему за рамки сложившихся взаимоотношений граждан и институтов государственной власти. В этом случае политические процессы отражают простое воспроизводство структурами власти рутинных, повторяющихся изо дня в день отношений между элитой и электоратом, политическими партиями, органами местного самоуправления и т.д. Традиции и преемственность в развитии связей участников политических процессов обладают при этом неоспоримым приоритетом перед любыми инновациями.^[55]

52

Баринов, А. В. Особенности политического представительства в современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Баринов Андрей Вячеславович ; Моск. гуманитар. ун-т. - М., 2005. – С. 107.

53

Титова, Л. Г. Политические процессы в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Титова Людмила Григорьевна ; [Воен. ун-т]. – М., 2007. – С.47.

54

Там же. С.48

55

Второй режим организации политического процесса – это режим развития. В этом случае структуры и механизмы власти выводят политику государства на уровень, который позволят адекватно отвечать на новые социальные требования населения, вызовы времени. Такой характер политических изменений означает, что институты государственной власти, правящие круги нащупали цели и методы управления, соответствующие происходящим изменениям в социальной структуре, меняющемуся соотношению сил внутри страны и на международной арене. Политическое развитие сопровождается интенсивным взаимодействием макро- и микрофакторов власти, ведущим к повышению соответствия политической системы другим сферам общественной жизни, нарастанию сложности ее строения, повышению способности применять гибкие стратегии и технологии властвования с учетом разнообразных интересов групп и граждан.^[56]

Третьей разновидностью режима существования политического процесса является режим упадка, распада сложившейся структуры политической целостности. В данном случае политические изменения (в способах артикулирования интересов, отбора элит, принятия решений) имеют негативный характер по отношению к нормам и условиям организационного существования политической системы. Энтропия и центробежные тенденции преобладают над интеграцией, происходит атомизация политических субъектов и начинается распад режима управления общественными и государственными делами. В результате принимаемые на высшем государственном уровне решения утрачивают способность регулирования социальными отношениями, а сама власть теряет стабильность и легитимность.^[57]

В современной России политический процесс организован способом «диархии», т.е. двойного управления. Многие обстоятельства управления политической деятельностью граждан носят скрытый (теневой) характер. Они дополняются аналогичными явлениями в рамках экономики и права, составляя с последними вполне определенную смысловую триаду: «теневая политика», «теневая экономика», «теневое право». Это понятно многим исследователям, но в отечественной и зарубежной науке до сих пор отсутствует единый концептуальный подход к «теневизации» политического процесса и всей народнохозяйственной деятельности в России.^[58]

См.: Almond G., Powell G Comparative Politics: A Developmental Approach. Boston, 1966. P. 58-59. Парсонс, Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалёва / Т. Парсонс. - М.: Аспект-Персс, 1998; Easton, D. Systems Analysis of Political Life / D. Easton. - N.Y., 1967; Almond, G. Political Development: Essays in Heuristic Theory / G/ Almond. – Boston..970; Easton, D. Political System / D. Easton. - N.Y., 1971;

56

См.: Там же.

57

См.: Там же.

58

Воротников, В. П. Теневизация политического процесса в современной России: Проблемы преодоления : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Воротников Валерий Павлович ; Ин-т соц.-полит. исслед. РАН. – М., 2002. – С.12.

Можно предположить с достаточной долей уверенности, что разногласия в этом важном вопросе объясняются не только недостаточной научной разработанностью проблемы, но и наблюдающейся тенденцией не столько объяснить, сколько оправдать усиление теневой составляющей в разных сферах жизни, включая политику.^[59]

Теневизация была характерна для советского периода в особенности. Она, впрочем, присуща большинству стран мира. Но нигде и никогда теневая составляющая не играла столь значительной, и даже определяющей роли, как в Советском Союзе последних лет его существования и в современной России.^[60]

На наш взгляд к изучению данной проблемы следует подходить комплексно, анализируя, прежде всего ее главные составляющие.

К примеру, теневую экономику целый ряд исследователей предпочитает рассматривать как явление преимущественно экономического характера, имеющее исключительно объективные причины, и пытаются уйти от комплексной постановки проблемы, не учитывая целенаправленную политическую деятельность и соответствующее правовое обеспечение активизации теневых факторов экономической политики и права в Российской Федерации.^[61]

В этой связи, вполне понятен интерес, проявляемый современной российской властной и экономической элитой к тем западным теориям и концепциям теневой экономики, которые логически увязаны с политикой, а также делают акцент на интерпретации факторов теневизации жизнедеятельности населения страны и государства, на то, что с увеличением

59

См.: Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // Социс. – 2000. – №12; Пляйс, Я. Политическая власть в России в поисках новой идентичности (аналитический обзор диссертационных исследований российских политологов) / Я. Пляйс // Власть. – 2001. – № 10; Лапкин, В.В. В поисках России политической / В.В. Лапкин // Кентавр. – 1999. – № 8; Лунеев, В.В. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы / В.В. Лунеев // Государство и право. – 2000. – № 4; Политический режим и преступность / Под ред. В.Н. Бурлакова, Ю.Н. Волкова, В.П. Сальникова. – СПб., 2001.

60

См.: Кот, В. С. Политическое сообщество: генезис, развитие на Западе и особенности формирования в современной России: дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Кот Виктор Степанович; Орлов. регион. акад. гос. службы. - Орел, 2006. - 424 с.

61

См.: Воротников, В. П. Теневизация политического процесса в современной России: Проблемы преодоления: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Воротников Валерий Павлович ; Ин-т соц.-полит. исслед. РАН. – М., 2002. - 28 с. Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // Социс. – 2000. – №12; Пляйс, Я. Политическая власть в России в поисках новой идентичности (аналитический обзор диссертационных исследований российских политологов) / Я. Пляйс // Власть. – 2001. – № 10; Лапкин, В.В. В поисках России политической / В.В. Лапкин // Кентавр. – 1999. – № 8; Лунеев, В.В. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы / В.В. Лунеев // Государство и право. – 2000. – № 4; Политический режим и преступность / Под ред. В.Н. Бурлакова, Ю.Н. Волкова, В.П. Сальникова. – СПб., 2001.

экономической свободы и большей либерализацией экономики – уменьшается ее теневая составляющая. Отсюда следует непереносимый вывод о целесообразности ухода государства из экономической жизни, что соответствующим образом влияет и на современный российский политический процесс.^[62]

Здесь – умышленно или неумышленно – весьма некритично переносится опыт западных стран на российскую почву. Априори считается, что именно слишком активная роль государства (наследие прежних времен) и порождает все большее усиление теневизации – в противостояние ему. При этом ни в коем случае не признается, что новая власть сама уже является инициатором и проводником многих этих процессов, да и властью она стала в значительной степени в результате теневых акций.^[63]

По данной причине представляется непродуктивным, ведущим к ложным целям поиск положительных сторон во всех трех составляющих теневизации – теневой экономике, теневой политике и теневом праве – как в целом, так и в каждой по отдельности. То, что такие стороны существуют, давно уже доказано. Но отечественная наука сегодня обязана не только развивать сугубо академические теории, но и стремиться помочь решить актуальнейшую прикладную задачу по выводу всей страны из «тени». Сделать это практически невозможно, если не видеть причины уникальности отечественных теневых обстоятельств в первую очередь в политике, которую с полным правом можно назвать «политикой теневизации», даже «политикой криминализации» (как конституировали некоторые «реформаторы» и ученые неоднократно подчеркивая, что лучше бандиты, чем коммунисты, что взяточничество нужно поощрять и что коррупция есть благо, ибо она разлагает «тоталитарное общество»). В этом же ряду, стоит и циничное заявление парагвайского диктатора Стресснера о том, что необходимо поощрять коррупцию, ибо коррупция порождает соучастие, а соучастие порождает преданность.^[64]

Когда сегодня либералы (Г. Сатаров в частности) утверждают, что власть в первую очередь должна защищать собственность, то невольно возникает вопрос: насколько легитимна эта собственность и способна ли власть, исповедующая подобную идеологию, защищать чью-либо собственность, кроме своей?^[65] Не случайно одна из статей советника президента В.В. Путина по экономике А. Илларионова называлась «В условиях цивилизованной экономики собственность священна».^[66] Но будет по настоящему цивилизованной экономика страны, если политическая и правовая основы ее создания были изначально «нецивилизованными» и остаются таковыми сейчас?

62 Кот, В. С. Политическое сообщество: генезис, развитие на Западе и особенности формирования в современной России: дис. ... докт. полит. наук: 23.00.02 / Кот Виктор Степанович; Орлов. регион. акад. гос. службы. - Орел, 2006. – С.274.

63 См.: Современная Россия: особенности политики и политического процесса / В. М. Платонов [и др.]; под ред. Д. Е. Слизовского. - М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2008. - 232 с.

64 Латынина, Ю. Белая клика и черная клика / Ю. Латынина // Новая Газета. – 2003. – 23–25 июня. – С.2.

65 Сатаров Г. Власть должна защищать частную собственность. // Независимая газета. – 2003. – 24 апр. С.3.

66 Илларионов А. В условиях цивилизованной экономики собственность священна. // Российская федерация сегодня. – 2001. – № 14.

Однозначного ответа на этот важный вопрос не существует. Тем не менее, явно не правы те эксперты, которые отвечают на него положительно, часто ссылаясь, на опыт «дикой» приватизации североамериканского Запада сто лет назад. Дело в том, что период «дикого капитализма» в США продолжался не одно десятилетие. То же происходило и в других странах. России же осталось не так много времени, чтобы избежать перспективы, стать по существу, мафиозным, государством, утратив при этом собственную государственность.

Таким образом, теневизация политики и других сфер государственной и общественной деятельности РФ настоятельно требует качественного решения весьма сложной проблемы управленческого порядка и соответствующей реакции на нее со стороны социума. Участие в ее обсуждении всего российского научного сообщества более чем целесообразно. Однако, в первую очередь, предстоит сформировать, если не общий, то, по крайней мере, доминирующий подход. Но он невозможен до тех пор, пока, четко не определены понятия, дефиниции, термины и т.п. В России до сих пор в научный оборот не введено не только исчерпывающее определение «процесса теневизации», но и само это слово пока воспринимается как неологизм, содержательность которого носит сомнительный характер. Более того, совсем не разработано и понятие «теневая политика», ограничиваются примерами, но не предлагают приемлемых определений, а словосочетание «теневое право» также является недостаточно теоретически обоснованным, хотя западная политология, оперирует им при характеристике конвенциональных (легитимных) составляющих политического процесса.

Для современной России представляется крайне важным неконъюнктурность формулировок обобщающих разные точки зрения и подходы применительно к теневым проблемам политического процесса.^[67]

Следует подчеркнуть, что различные подходы могут быть разделены на две группы, представляющие две неявно выраженные, но принципиальные тенденции. В основу одной положена ценностная концепция: морально или аморально рассматриваемое явление. В основе другой – концепция полезности: вредно или нет обществу это явление, вне зависимости от моральных критериев.^[68]

67 Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // Социс. – 2000. – №12. – С. 26.

68 Воротников, В. П. Теневизация политического процесса в современной России: Проблемы преодоления: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Воротников Валерий Павлович ; Ин-т соц.-полит. исслед. РАН. – М., 2002. – 28 с. Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // Социс. – 2000. – №12; Пляйс, Я. Политическая власть в России в поисках новой идентичности (аналитический обзор диссертационных исследований российских политологов) / Я. Пляйс // Власть. – 2001. – № 10; Лапкин, В.В. В поисках России политической / В.В. Лапкин // Кентавр. – 1999. – № 8; Лунеев, В.В. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы / В.В. Лунеев // Государство и право. – 2000. – № 4; Политический режим и преступность / Под ред. В.Н. Бурлакова, Ю.Н. Волкова, В.П. Сальникова. – СПб., 2001.; Кот, В. С. Политическое сообщество: генезис, развитие на Западе и особенности формирования в современной России: дис. ... докт. полит. наук: 23.00.02 / Кот Виктор Степанович; Орлов. регион. акад. гос. службы. - Орел, 2006. – 424 с.

Данные концепты вообще определяют очень многое в российской политической жизни и ее развитии. Исключительно на них, кстати, основаны многие противоречия в оценках отечественной политической жизни, не говоря уже о по-настоящему правильном ракурсе восприятия будущего страны.

С точки зрения семантики слово «тень» и производные от него имеют нейтральную (в прямом смысле), либо косвенно-отрицательную оценку. Употребление их в переносном смысле приобретает чаще всего ясно выраженный ценностно-негативный смысл: «Теневая сторона – темная, отрицательная характеристика какого-либо явления»; «Отражение внутреннего состояния (беспокойства, печали и т. п.) на лице, в глазах человека»; «Бросить тень на кого-то – вызывать сомнение в чьей-либо добропорядочности»; «Навести тень (на плетень) – намеренно запутать, сделать неясным что-либо» и т.д.^[69]

Разночтения в подходах, определениях и типологии тех констант диархии в рамках политического процесса, которые скрыты в тени, весьма значительны.

Что касается теневой экономики, то три основные группы сугубо «неформального» сектора доминирующего на:

- высшем уровне (сугубо криминальные элементы, торговцы оружием, наркотиками), к ним также относятся крупные взяточники в государственной власти и управлении;
- среднем уровне (теневики-хозяйственники или «цеховики» (предприниматели, коммерсанты, бизнесмены));
- низшем уровне – наемные работники теневиков.^[70]

В СССР:

- «легкая» теневая экономика, то есть хозяйственная деятельность, не контролировавшаяся властями, прямо не связанная с нарушением законов, но балансирующая на его грани, или же активность, которую закон не регламентировал вообще;
- «средняя» теневая экономика, представляющая собой нарушение советских законов, но легитимная в странах с современной рыночной экономикой;
- «тяжелая» теневая экономика, связанная с прямым нарушением законов как советских, так и принятых в странах с развитой рыночной экономикой, так или иначе были связаны с «большой политикой» и следовательно органично вписывались в соответствующий политический процесс, усугубляя и без того значительные противоречия всеобщего свойства, что не могло не сказаться на судьбе самого государства.^[71]

В современной России вполне возможно повторение пройденного, так как основными структурными элементами теневой экономики являются:

- «неформальная экономика» – система экономических отношений, основанная на неформальном взаимодействии между экономическими субъектами, личных отношениях и

69 Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 3-е изд. стереотип. М.: Русский язык, 1985–1988.]

70 Каширова, А. Из тени в свет перелетая. Теневая экономика: криминал или источник инвестиций. / А. Каширова // Век. – 1996. – № 27.

71 Косалс, Л. Теневая экономика как особенность российского капитализма. / Л.Косалс // Вопросы экономики. – 1998. – № 10.

непосредственных контактах между ними и дополняющая или заменяющая официально установленный порядок организации и реализации экономических связей;

- «вторая экономика» – система экономических отношений, которые либо запрещены, либо не зарегистрированы в установленном порядке и поэтому тщательно скрываются от контроля;

- «черная» или криминальная экономика – система криминальных экономических отношений, встроенная в официальные и полностью скрываемая от всех форм контроля.^[72]

Отсюда следует, что в неразрывно интегрированной с теневой политикой теневой экономике Российской Федерации в общем контексте государственно-общественной трансформации, присутствуют составляющие двух принципиально различных типов: неформальная, т.е. неофициальная, но не имеющая криминальных характеристик, и собственно криминальная (противоправная).

Следует, однако, отметить, что теоретические представления в этой области знания несколько упрощают суровую действительность. В реальной жизни РФ далеко не всегда криминальную составляющую можно отделить от всех иных.

В том числе и по этой причине не могут быть реализованы некоторые радикальные меры по выводу экономики из тени, предлагаемые и у нас, и на Западе. Именно поэтому, известный латиноамериканский исследователь Э. де Сото, использующий термин «внелегальная экономика», в качестве особо важных преобразований политической системы предлагает легализовать всю собственность, находящуюся в руках теневиков.^[73]

Однако предложенное им понятие «внелегальности» охватывает не весь спектр теневой экономики, а только ту ее часть, которая, согласно приведенной квалификации, является «неформальной» или «вторичной», включающей в себя опасные проявления нелегальной миграции, нелегального строительства жилья, незаконной мелкой торговли, неправомерно организованных кустарных производств. В современной России именно такая экономика остается широко распространенной, но она все же гораздо менее влиятельна и губительна по своим последствиям, нежели «большой» криминальный бизнес, получающий постоянную подпитку в продолжающихся процессах распределения и передела собственности, а главное власти, что влияет самым пагубным образом на политическую динамику, а также общий и частный политические процессы.^[74]

Следует подчеркнуть, что в набор терминов и понятий, характеризующих феномен теневой экономики неразрывно связанный с теневой политикой, входят также «скрытая экономика», «параллельная экономика», «подпольная экономика», «экономика черного обращения денег», «черный рынок», «серая экономика», «крышуемая экономика»,

72 Головин, С.Д. О классификации явлений теневой экономики. / С.Д. Головин // Вестник МГУ. – Сер. 6: Экономика. – 1992. – № 1

73 Сото, Э. де. Загадка капитала: Почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире / Пер. с англ. – М., 2001.

74 Маслова, Е. Н. Финансово-промышленные группы как субъект региональных политических процессов в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Маслова Екатерина Николаевна ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2005. – С.19.

«криминальная экономика» и соответствующие смысловые определители пороков политической власти.[⁷⁵]

Еще более запутывает представления о содержании теневой экономики подмена этого термина термином «ненаблюдаемая экономика». К последней относится так называемый неформальный сектор (А. Суринов), к которому можно причислить производство в сфере домашнего хозяйства, а также легальную деятельность, доход от которой предприятия предпочитают не показывать или показывать не в полном объеме».[⁷⁶]

По мнению К. Рюля, теневая или ненаблюдаемая экономика охватывает все виды экономической деятельности, которые не отражены официальной статистикой, включая и данные по расчету налоговых поступлений, а так же так и частично учитываемую экономическую деятельность (серую экономику).[⁷⁷]

Г. Явлинский предпочитает термин «неофициальная экономика». Она, по его мнению, с неизбежностью требует для своего функционирования и неофициальной системы власти, понимаемой как возможность контролировать основные хозяйственные ресурсы.[⁷⁸]

В целом, описывая теневую экономику, отечественные эксперты подразделяют ее на два основных вида – «легитимную» и «криминальную». Следует согласиться с Р. Рывкиной, которая полагает, что это естественно, так как политика по отношению к ним должна быть разной. «Криминальная теневая экономика – подчеркивает она - не что иное, как преступность, и меры здесь известны. Легитимная же теневая экономика требует особого подхода».[⁷⁹]

В этом обоснованном положении заключена вся сложность проблемы, поскольку выделяемые и разделяемые в теории, на практике сегменты теневой экономики, как правило, взаимосвязаны или перекрывают друг друга. Разделить понятия несложно. Но никто пока еще не дал ценных рекомендаций, каким образом на практике, а не в теории можно «отделить зерна от плевел».[⁸⁰]

Целесообразно согласиться с В. Исправниковым и В. Куликовым, определяющих теневую экономику в качестве всякой экономической активности, которая не зарегистрирована официально уполномоченными органами и являющаяся таким укладом

75 Воротников, В.П. Теневизация общества: особенности российского политического процесса / В.П. Воротников // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2004. – № 1 (5). – С. 29–38.

76 Суринов, А. Лучше такая правда, чем никакой. / А. Суринов // Коммерсант. – 2002. – 11 ноября.

77 Рюль К. Теневая экономика отражает резервы роста. / К. Рюль // Коммерсант. – 2002. – 11 ноября.

78 Явлинский Г. Периферийный капитализм. Г. Явлинский // Московские новости. – 2003. – № 18.

79 Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия. // Социс. – 2000. – №12.

80 Исправников В.О., Куликов В.В. Теневая экономика в России: иной путь и третья сила. – М., 1997.

экономических отношений, который складывается в обществе вопреки законам и формальным правилам хозяйственной жизни».[⁸¹]

Исходя из определений теневой экономики современной России и всех ее составляющих в увязке с политическим процессом, у разных авторов оценки опасности теневиизации также весьма различны.[⁸²]

Таким образом, вполне можно согласиться с мнением Р. Рывкиной, которая утверждает, что теневые процессы в социальных сферах вторичны по отношению к теневой экономике, поскольку последняя будучи источником теневых процессов, «заражает» ими все другие сферы общества и в результате оказывается, что теневые процессы выходят за рамки экономики и проникая во все остальные сферы общественной жизни».[⁸³]

При этом необходимо говорить не об экономике, а об экономических интересах, которые не есть общественные или государственные интересы, а интересы лишь его небольшой, но ставшей значимо влиятельной группы, включающей в себя людей, ставших олигархами, миллиардерами, но по прежнему исповедуют мораль мелких лавочников.[⁸⁴]

В современной России очень небольшой круг собственников (может быть всего несколько десятков человек) владеет большей частью экономики страны, фактически предопределяя объем и рост пресловутого ВВП и , поэтому оказывающих сильное влияние на политику.

81 Там же.

82 См.: Суринов А. Лучше такая правда, чем никакой. // Коммерсант. – 2002. – 11 ноября.; Рюль К. Теневая экономика отражает резервы роста. // Коммерсант. – 2002. – 11 ноября.; Явлинский Г. Периферийный капитализм. // Московские новости. – 2003. – № 18.; Рывкина Р.В. Теневиизация российского общества: причины и последствия. // Социс. – 2000. – №12; Исправников В.О., Куликов В.В. Теневая экономика в России: иной путь и третья сила. – М., 1997. Сото, Э. де. Загадка капитала: Почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире / Пер. с англ. – М., 2001.; Маслова, Е. Н. Финансово-промышленные группы как субъект региональных политических процессов в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Маслова Екатерина Николаевна ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2005. – С.19.; Воротников, В.П. Теневиизация общества: особенности российского политического процесса / В.П. Воротников // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2004. – № 1 (5). – С. 29–38.; Каширова, А. Из тени в свет перелетая. Теневая экономика: криминал или источник инвестиций. / А. Каширова // Век. – 1996. – № 27.; Косалс, Л. Теневая экономика как особенность российского капитализма. / Л.Косалс // Вопросы экономики. – 1998. – № 10.; Головин, С.Д. О классификации явлений теневой экономики. / С.Д. Головин // Вестник МГУ. – Сер. 6: Экономика. – 1992. – № 1.

83 Рывкина, Р.В. Теневиизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // Социс. – 2000. – №12. – С. 26.

84 Титова, Л. Г. Политические процессы в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Титова Людмила Григорьевна ; [Воен. ун-т]. – М., 2007. – С.225.

Но, даже наиболее сплоченная часть российских олигархов озабочена, к сожалению, не будущим России, а лишь сохранением своего сиюминутного политического положения, не заглядывая в более отдаленное будущее.^[85]

Поэтому, «сильным мира сего» надо определиться с кем и какую Россию они хотели бы видеть через десять-пятнадцать лет. Неслучайно некоторые исследователи (Е. Львов в частности), предлагали олигархам создать независимый центр стратегических разработок, которому не следовало бы ограничиться чистым экономизмом, а попытаться построить модель желаемого общества со всеми сопутствующими ему ценностными установками, властными органами, отношениями собственности. На этой базе можно попробовать понять место России в быстро меняющемся мире, в том числе и в глобальной экономике и что более важно в глобальной политике.^[86]

Результат вполне мог бы быть неожиданным, особенно для тех, кто пытается соединить несоединимое: старорежимную великодержавность, гражданское общество и рыночную открытую экономику.

Но это не значит, что надо непременно ограничиваться умственными усилиями узкого круга экспертов. В стране – десятки, если не сотни поселений, которые можно считать корпоративными и вся экономическая, политическая, культурная жизнь там зависит от одного единственного предприятия.^[87]

Можно, не дожидаясь чудесных перемен сверху, начать обустривать Россию с таких вот малых мест, помогая налаживать там настоящее местное самоуправление, создавать условия для малого и среднего бизнеса, а значит для занятости людей, внедряя наиболее гуманные технологии социальной работы. Так, шаг за шагом, могут появиться острова надежды на достойную жизнь, которые со временем могут начать сливаться в новое российское общество. Для крупных предпринимателей, олигархов это реализация конкретных программ социальной ответственности бизнеса, в том числе и выведения капиталов из тени.^[88]

Пока же, к сожалению, экономические интересы абсолютного меньшинства российского общества, выдаются за интересы социума в целом и обеспечиваются соответствующей государственной политикой. В итоге, современная российская политика

85 Маслова, Е. Н. Финансово-промышленные группы как субъект региональных политических процессов в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Маслова Екатерина Николаевна ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2005. – С.20.

86 Политический режим и преступность / Под ред. В.Н. Бурлакова, Ю.Н. Волкова, В.П. Сальникова. – СПб., 2001. – С.138

87 Рюль К. Теневая экономика отражает резервы роста. / К. Рюль // Коммерсант. – 2002. –11 ноября.

88 Лапкин, В.В. В поисках России политической / В.В. Лапкин // Кентавр. – 1999. – № 8. – С.7.

становится не только проводником, но и источником теневизации и , поэтому все более уходит из публичной сферы в андеграунд.[⁸⁹]

Следует заметить, что феномен теневой политики у нас изучен совершенно недостаточно, хотя, как и теневая экономика, теневая политика присуща любой социально-экономической системе. Более того, теневая политика в целом – это одна из форм обычного политического процесса, особенно когда речь идет о межгосударственных, межсоюзных, межпартийных отношениях (партия, победившая на выборах, формирующая правительство и оппозиция – теневой кабинет).[⁹⁰]

Структурировать теневую политику примерно по тем же основаниям, по каким сегодня структурируется теневая экономика вполне возможно, выделив ее «неформальную» составляющую, с одной стороны, и собственно противоправную, с другой. Правда, в рамках современного российского политического процесса структура теневой политики значительно более сложна и трудна для анализа. Отсюда и сложность смысловой интерпретации понятия «тайная политика» с учетом важности исторического, онтологического, аксиологического подходов.

Особенно сложны для анализа ситуации, в которых теневые политические и экономические действия сплетаются в единый процесс, когда в результате определенных политических усилий появляются официальные государственные акты, объективно направленные на рост криминализации, а экономика является действительно легальной по форме благодаря официальному статусу, имеющему документальную основу, составленную из нормативными документами, по сути своей продолжая оставаться криминальной.[⁹¹]

Эти и подобные им вопросы привлекают все большее внимание отечественных политологов, социологов, правоведов, при резком росте интереса к исследованию именно политической составляющей процесса криминализации государства и общества. Более того, имеет место формирование таких новых научных направлений как политическая криминология и анализ политической коррупции. Иными словами, в современной России происходит определенное смещение акцентов классических теоретических утверждений, о том, что экономические интересы и отношения всегда главенствуют над политическими и в значительной степени их определяют.

Жизнь вносит в восприятие специфики политического процесса РФ свои коррективы, так как в некоторых случаях (конкретно – в случае с реформированием советской – российской экономики) громадный рост теневой (криминальной) составляющей является следствием соответствующих политических упущений, недоработок, а также установок, усилий в теневой политической сфере.[⁹²]

89 Воротников, В.П. Теневизация общества: особенности российского политического процесса / В.П. Воротников // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2004. – № 1 (5). – С. 29–38.

90 Делягин, М. Г. «Идеология возрождения. Как мы уйдем из нищеты и маразма» / М.Г. Делягин. – М., 2000. - с.48-65.

91 Оболонский, А. В. Бюрократия для XXI века? Модели государственной службы: Россия, США, Англия, Австралия / А.В. Оболонский. – М., 2002. – с.45

92 Тимофеев, Л.М. Теневая Россия: экономико-социальное исследование / Л.М. Тимофеев. – М., 2000 г. – с.85-89

К сожалению, такая важная составляющая «теневой реальности» как теневая политика остается по-прежнему малоизученной и видимо долго пребывала в подобном состоянии, так как реальных изменений в общей государственной российской политике пока нет.

Как справедливо отмечает Р. Рывкина, «в России и доказанная теневая политическая деятельность практически ненаказуема, даже если она и приобрела неприятную «огласку».^[93] К этому утверждению стоит добавить, что официальные доказательства теневой политики не только непросто получить, но даже практически невозможно.

Вот что по этому поводу говорится в докторской диссертации А. Макарина «Бюрократия в системе политической власти: теория и практика»: «Что касается второй, или «невидимой» части российской политической системы, - подчеркивает в своей диссертации А. Макарин - то, она проявляется как неформальная, теневая и нелегальная. Эта структура согласует основные интересы субъектов политики как в вопросах подготовки большинства публичных решений, так и в процессе их принятия и осуществления. В данный процесс вовлечены «группы интересов», или, точнее, «группы давления».

В неформальном процессе участвуют и формальные институты – аппараты Президента, правительства, министерств, губернаторов или мэров и т.д. Но и в последнем случае эти структуры действуют не на представительном или правительственном, а на неформальном, личностном уровне и (что является главным) с узко корпоративными целями. Специфика российской политической среды заключается в том, что неформальное поле значительно сильнее формальных отношений.^[94]

Те же тенденции отмечает и В. Лапкин: «Для современной России – пишет он - характерно специфическое, как бы перевернутое соотношение формального и неформального (легитимного и теневого) уровней политической системы, в результате которого неформальный уровень оказывается основным, решающим... Существует неофициальный, теневой уровень политической системы – “политическое Зазеркалье». На этом уровне и происходит фактическое согласование существующих интересов основных субъектов политики, более того именно здесь осуществляется как подготовка, так и принятие основных общественно значимых решений. В этих условиях процедура согласования и принятия государственных решений носит закрытый (теневой), характер, что является одной из причин отсутствия доверия к власти.^[95]

Теневая политика наиболее непосредственным образом связана с политической коррупцией, а потому должна рассматриваться как важнейший криминогенный фактор. Характеризуя политические аспекты коррупции, далеко недостаточно разработанные в нашей криминологической, правовой и политологической науке, В. Лунеев констатирует, что она представляет собой коррупционные (или связанные с коррупцией) формы политической борьбы правящих или оппозиционных элит, партий, групп и отдельных лиц за власть.^[96]

93 Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // Социс. – 2000. – №12. – С. 27.

94 Пляйс, Я. Политическая власть в России в поисках новой идентичности (аналитический обзор диссертационных исследований российских политологов) / Я. Пляйс // Власть. – 2001. – № 10

95 Лапкин, В.В. В поисках России политической / В.В. Лапкин // Кентавр. – 1999. – № 8. – С.7.

96 Лунеев, В.В. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы / В.В. Лунеев // Государство и право. – 2000. – № 4. С.9.

Автор особо подчеркивает, что в УК РФ нет уголовной ответственности за политическую коррупцию.^[97]

Обращаясь к проблемам теневой политики в современной России, невозможно обойти вниманием вопрос политической преступности. Сам факт непубличности, скрытости политических процессов и процедур предусматривает возможность их противоправности. Но он же исключает возможность их четкой юридической квалификации. Даже тогда когда появляются документальные свидетельства, практически никогда не следует уголовная ответственность. Это положение характерно не только для Российской Федерации. Нюрнбергский процесс, международный суд в Гааге судили не за политические преступления, а за преступления против человечности. Именно в политической сфере между моральным и юридическим осуждением существует громадная дистанция, часто непреодолимая.^[98]

Современные исследователи трактуют понятие «политическая преступность» как вид общественно опасного поведения, запрещенного международным и (или) национальным уголовным законодательством, совершаемый субъектами политики в целях сохранения, изменения или прекращения деятельности государственных конституционных органов, политических общественных объединений, высших должностных лиц национального или иностранного государства, либо международного сообщества, либо видных общественных или политических деятелей, либо сохранения или изменения внешних или внутренних границ государства, а также полного или частичного уничтожения людей, либо их вытеснения с определенной территории по национальным, расовым, этническим, религиозным признакам или политическим убеждениям.^[99]

В данной строго юридической интерпретации многие реально совершаемые политические деяния, осознаваемые обществом как преступления, не могут быть квалифицированы должным образом, поскольку, преступный политический режим всегда, или почти всегда, в состоянии обеспечить себе необходимую правовую базу, а приоритет международного законодательства над национальным далеко не всеми признан.^[100]

Сфера теневой политики следовательно, является потенциально даже более опасной, чем сфера теневой, в том числе криминальной экономики. Криминальное экономическое деяние может быть пресечено в процессе его совершения. Некоторые его детали не могут не иметь публичного выражения. Политическое деяние, даже не попадающее в разряд криминальных, становится (или не становится) известным лишь *post factum*, когда ущерб, часто невосполнимый, уже нанесен. И это еще один довод в пользу утверждения, что процесс

97 Там же.

98 Воротников, В. П. Теневизация политического процесса в современной России: Проблемы преодоления : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Воротников Валерий Павлович ; Ин-т соц.-полит. исслед. РАН. – М., 2002. - 28 с.

99 Политический режим и преступность / Под ред. В.Н. Бурлакова, Ю.Н. Волкова, В.П. Сальникова. – СПб., 2001. - С.226–236

100 Воротников, В.П. Теневизация общества: особенности российского политического процесса // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2004. – № 1 (5). – С. 29–38.

детеневициации общества, детеневициации страны должен начинаться и происходить прежде всего в политической сфере.^[101]

От того, каким образом и насколько успешно будет осуществляться этот процесс полностью зависит будущее третьей части теневой триады – теневое право, или теневой юстиции.

Универсальная основа теневой юстиции – здравый смысл, так как потенциальный хозяин теневой собственности только ждет необходимости, чтобы пустить в ход свои возможности с целью удовлетворения спроса.^[102]

Для того чтобы в ответ на спрос последовало предложение (и чтобы это не было актом грубого воровства и сбыта краденного) необходимо только одно: найти правовое оправдание теневых экономических взаимоотношений». ^[103]

Отсюда следует вывод о том, что теневая юстиция необходима для создания обстановки, в которой акты грубого воровства и сбыта краденного» квалифицируются как нормальная, ненаказуемая экономическая деятельность. Все иные разъяснения – от лукавого. Сколь бы позитивно ни оценивались теневые экономические и политические процессы, какое бы позитивное значение эти процессы не имели в действительности (а в периоды революционных преобразований они, конечно, неизбежны столь же, сколь и необходимы), сущность теневого права всегда одна: оно альтернативно официальной правовой системе, и в этом смысле абсолютно незаконно, а сами термины «теневая юстиция» и «теневое право» в принципе бессмысленны для употребления и объяснения сути современного развития российского государства и общества.

Гораздо предпочтительнее выглядит термин «неправо», (негативное право), введенный еще Гегелем. В. Бачинин, профессионально анализирувавший данную категорию, справедливо полагает, что главным теоретическим инструментом утверждения негативного права является принцип тотального отрицания.^[104]

Право - есть нормативное выражение исторически сложившегося порядка общественных отношений между свободными и равными субъектами, отклонение от которого может быть устранено мерами государственного принуждения.^[105]

Принудительно сложившийся в современной России новый порядок общественных отношений, не между равными и свободными субъектами, а между субъектами, умышленно поставленными в неравное положение, создал трудноразрешимую коллизию.^[106]

101 Суринов, А. Лучше такая правда, чем никакой. // Коммерсант. – 2002. – 11 ноября.

102 Там же.

103 Тимофеев, Л. Новая теория социализма. // Московские новости. – 1996. – № 49. – 10 декабря.

104 Бачинин, В.А. Неправо (негативное право) как категория и социальная реалья. // Государство и право. – 2001. – № 5.

105 Потякин, А. Правовой нигилизм как вариант современного российского правосознания. // Общество и политика. Современные исследования, поиск концепций. – СПб, 2000.

106 Кодин, М. И. Современный политический процесс в России: общественно-политические объединения и политическая элита: (Теорет.-методол. проблемы исслед.) / Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исслед.; Акад. соц. наук. - М.: ИСПИ, 1997. – С.38-40.

Выход из патовой ситуации дал повсеместное распространение теневого права, реализуемого через теневую юстицию, в этой роли часто выступают вполне официальные структуры в органы внутренних дел, прокуратура, суды. Иными словами, правовой нигилизм оказался возведен в ранг одной из ценностей российской демократии.

Безусловно, правовой нигилизм есть и наследие прошлого, и объективное следствие революционной ломки прежних общественно-экономических отношений с уникальными особенностями распространения в обществе технологий и «внедрения» новых механизмов влияния на власть «криминальной идеологии».[¹⁰⁷]

В современной России именно теневики создали сеть собственных структур с административными и даже чисто юридическими функциями. Всеобъемлюще и эффективно у них поставлено дело выявления доходов. Мелкий и средний бизнес повсеместно обременены регулярными поборами. Уклонение от их выплат оперативно и неминуемо влечет жестокую ответственность. Масса фирм и «охранных структур» не заняты ничем, кроме насильственного выбивания действительных или мнимых долгов, полностью игнорируя установленный в государстве порядок их взыскания. Угрозы, шантаж, насилие и даже заказные убийства стали повседневной реальностью. В то же время криминал стал служить предпринимателям, охраняя их интересы от происков конкурентов и государства.[¹⁰⁸]

Другая составляющая теневой юстиции – использование и подкуп механизмов юстиции официальной. В результате, система юстиции в целом значительной мере растеряла свой позитивный потенциал, утратив контроль за правовыми проблемами и процессами. Все большая часть блюстителей правопорядка стала увязать в сетях теневой экономики, а использование всевозможных «крыш», правовых и властных возможностей официальной юстиции в интересах «заказчиков» стало отличительной особенностью правоприменительной практики.[¹⁰⁹]

Сегодня в России весь набор правовых средств официальной юстиции в полной мере присущ теневому укладу. Есть реальная теневая власть и ее правовые механизмы, есть теневое право, его нормы и обычаи, их принудительная сила, есть аппарат исполнения теневых законов. Есть квалифицированные кадры с опытом работы и связями в правоохранительных органах и других структурах власти. Совокупность всех этих и многих других существенных и взаимосвязанных теневых юридических элементов, их единая направленность на обеспечение и защиту теневых интересов позволяет говорить о теневой юстиции как о сформировавшейся целостной системе, которая органически переплетается с системами теневой экономики и теневого властвования. Все они настолько взаимосвязаны,

107 Кочетков, А. П. Актуальные проблемы политического процесса современной России: конспект лекций / Междунар. независимый экол.-политол. ун-т. - М.: Изд-во МНЭПУ, 2002. – С.52.

108 См.: Современная Россия: особенности политики и политического процесса / В. М. Платонов [и др.]; под ред. Д. Е. Слизовского. - М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2008. - 232 с.

109 Бачинин, В.А. Неправо (негативное право) как категория и социальная реалья. // Государство и право. – 2001. – № 5.

взаимопронизаны, совместимы и дополняют друг друга, что их вообще трудно представить разобщенными.^[110]

Авторы исследования, проведенного Социологическим центром Российской академии государственной службы при Президенте РФ в октябре 2002г., как особо тревожный факт отмечают распространение неформальных, теневых отношений в сфере личной безопасности, когда в поисках защиты или справедливости граждане вынуждены обращаться к людям, которые оказывают помощь негласно, за денежное вознаграждение. Причем «эффективность» теневых каналов оказывается в 4–5 раз выше, чем легальных. «Данные опросов, - пишет О. Митрошенков, показывают, что ценности солидарности, взаимности, консенсуса не обладают сколько-нибудь значимыми регулятивными функциями в российском обществе. В этих условиях формируется система неформального согласования интересов, прав и обязанностей, основанная, естественно, не на законе, а на коррупционных отношениях и «диком» лоббизме. Функции государственных институтов узурпируются разного рода кликами, которые не признают общепринятых норм гражданской и правовой культуры. Совокупность подобных клик образует сеть отношений, масштабы которой позволяют определить ее как «теневое государство».^[111]

Таким образом, какую бы из трех составляющих теневых процессов, мы не рассматривали, вывод остается один: масштабность каждого из них, а тем более их совокупности, неизбежно ведет к возникновению «теневого государства».^[112]

Что касается политики реформ в РФ, то она была и остается политикой, формирующей и использующей теневую реальность не только в экономике, направляя теневые общественные отношения в нужное властям русло вопреки интересам общественной пользы. В результате население России оказалось под угрозой тотальной теневициации при уже существующем режиме диархии как главном сегменте контента политического процесса.^[113]

В целом же, сама коррупция может с одинаковым основанием рассматриваться и в рамках процесса теневициации, и в рамках криминализации. Достаточно сопоставить определения, даваемые явлениям коррупции и организованной преступности, и в них окажется много общего. Фактически единый политический процесс имеет соответствующую целевую заданность и содержание его достаточно противоречиво.^[114]

В связи с этим нельзя не согласиться с позицией Р. Рывкиной, которая видит задачу социальных наук во всестороннем изучении процесса теневициации общества, т.е.

110 Смирнов А. Для чего нужен силовой вариант. // Аргументы и факты. – 2003. – № 33.

111 Митрошенков, О. Граждане не заметили диктатуры закона. // Независимая газета. – 2003. – 8 декабря.]

112 Воротников, В. П. Теневициация политического процесса в современной России: Проблемы преодоления : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Воротников Валерий Павлович ; Ин-т соц.-полит. исслед. РАН. – М., 2002. - 28 с.

113 Демин, В. Проблемы теневой юстиции в России / В. Демин, М. Катыхев // Вестник аналитики. – 2001. – № 4. – С.45-61

114 Лунеев, В.В. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы / В.В. Лунеев // Государство и право. – 2000. – № 4. С.12.

комплексном анализе его возможного негативного влияния на политическую динамику РФ в будущем.[¹¹⁵]

Продуктивность именно такой аналитической работы будет обеспечена не специальным социально-философским рассмотрением вопроса о том, какая из этих двух реальностей (обычная и теневая) первична, и что на самом деле есть свет и что есть тень, а логическим выстраиванием той гипотезы, с претензией на доказанную практикой истину, что в сегодняшней ситуации, в стадии теневой реальности, в которой оказалась Россия, любые теневые процессы в жизни общества и государства следует рассматривать как процессы однозначно криминогенные и не находящие себе никакого морально-этического, политического и экономического оправдания.[¹¹⁶]

Следует особо подчеркнуть, что проблема теневизации есть проблема политическая и общегражданская, а отнюдь не только экономическая и правовая и сегодня она не должна решаться в противоборстве экономических и политических теорий. Последние непременно должны способствовать правильной интерпретации политического процесса, необходимого для своевременного разрешения противоречий, затрудняющих нормальную жизнь демократического государства.

ВОПРОСЫ

для самостоятельной подготовки

1. Качественные характеристики политического процесса
2. Специфические особенности российского политического процесса
3. Условия эффективности политического процесса
4. Сущность коммуникации как политического процесса
5. Общая характеристика политических коммуникаций

Литература

1. Gross, B. Political process / B. Gross, E. Greenstein // *International Encyclopedia of Social Sciences*. – 1986. - Vol.12, p. 189 – 205.
2. Almond G., Powell G *Comparative Politics: A Developmental Approach*. Boston, 1966. P. 58-59.
3. Easton, D. *Systems Analysis of Political Life* / D. Easton. - N.Y., 1967;
4. Almond, G. *Political Development: Essays in Heuristic Theory* / G/ Almond. – Boston..970; Easton, D. *Political System* / D. Easton. - N.Y., 1971;

115 Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // *Социс*. – 2000. – №12. – С. 36.

116 Там же.

5. Lindblom. Ch. The Policy-Making Process. / CH. Lindblom, Woodhouse E. – Englewood Cliffs, 1993.
6. Бачинин, В.А. Неправо (негативное право) как категория и социальная реалья. // Государство и право. – 2001. – № 5.
7. Большая советская энциклопедия. - М.: Советская энциклопедия, 1978
8. Воротников, В.П. Теневизация общества: особенности российского политического процесса / В.П. Воротников // Вестник Российского университета дружбы народов. – Сер.: Политология. – 2004. – № 1 (5). – С. 29–38.
9. Гаджиев, К.С. Политическая наука: Пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманит. фак. / К.С. Гаджиев. - М.: Сорос: Международные отношения, 1994.
10. Гаджиев К.С. Введение в политическую науку: Учебное пособие. - М.: Логос, 1999
11. Грачев М.Н. Актуальные проблемы политической науки / М.Н. Грачев, Ю.В. Ирхин. - М.: Экономическая демократия, 1996;
12. Головин, С.Д. О классификации явлений теневой экономики. / С.Д. Головин // Вестник МГУ. – Сер. 6: Экономика. – 1992. – № 1
13. Дарендорф, Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы. Пер. с нем. Л.Ю. Пантиной / Р. Дарендорф. - М.: РОССПЭН, 2002. Демин, В. Проблемы теневой юстиции в России / В. Демин, М. Катышев // Вестник аналитики. – 2001. – № 4. – С.45-61
14. Дойч К. Разрешение конфликта. / К. Дойч. – М., 2000.
15. Ильин, М.В. Ритмы и масштабы перемен (о понятиях «процесс», «изменение» и «развитие» в политологии) / М.В. Ильин // Политические исследования. - 1993.
16. Илларионов А. В условиях цивилизованной экономики собственность священна. // Российская федерация сегодня. – 2001. – № 14.
17. Исправников В.О., Куликов В.В. Теневая экономика в России: иной путь и третья сила. – М., 1997
18. Каширова А. Из тени в свет перелетая. Теневая экономика: криминал или источник инвестиций. / А. Каширова // Век. – 1996. – № 27.
19. Кодин, М. И. Современный политический процесс в России: общественно-политические объединения и политическая элита: (Теорет.-методол. проблемы исслед.) / Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исслед.; Акад. соц. наук. - М.: ИСПИ, 1997
20. Косалс Л. Теневая экономика как особенность российского капитализма. / Л.Косалс // Вопросы экономики. – 1998. – № 10.
21. Кочетков, А. П. Актуальные проблемы политического процесса современной России: конспект лекций / Междунар. независимый экол.-политол. ун-т. - М.: Изд-во МНЭПУ, 2002

22. Лапкин, В.В. В поисках России политической / В.В. Лапкин // Кентавр. – 1999. – № 8;
23. Лебедева, М.М. Место России в меняющейся структуре мира / М. М. Лебедева // Место и роль России в трансформирующейся системе международных отношений: Материалы семинара / Ин-т мировой экономики и междунар. отношений РАН; Нижегородский гос. ун-т. – М.; Н.Новгород, 2002. – С.18-23.;
24. Лунеев, В.В. Коррупция: политические, экономические, организационные и правовые проблемы / В.В. Лунеев // Государство и право. – 2000. – № 4. С.9.
25. Новые направления политической науки: гендерная политология, институциональная политология, политическая экономия, социальная политика: [сб.] / [редкол.: С. Г. Айвазова (отв. ред.) и др.]. – М.: РОССПЭН, 2007. - 341 с.;
26. Оболонский, А. В. Бюрократия для XXI века? Модели государственной службы: Россия, США, Англия, Австралия / А.В. Оболонский. – М., 2002. – с.45
27. Панарин, А.С., Василенко И.А. Политология: Общий курс. Уч.пособие. - М.: Логос, 2003.- 256 с.
28. Пантин В. И. Политическая модернизация России: циклы, особенности, закономерности. М.: Рус. слово, 2007. 125 с. - (Актуальные проблемы современности);
29. Парсонс, Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалёва / Т. Парсонс. - М.: Аспект-Персс, 1998
30. Пляйс, Я. Политическая власть в России в поисках новой идентичности (аналитический обзор диссертационных исследований российских политологов) / Я. Пляйс // Власть. – 2001. – № 10;
31. Политический режим и преступность / Под ред. В.Н. Бурлакова, Ю.Н. Волкова, В.П. Сальникова. – СПб., 2001.
32. Политическая трансформация современной России: сибирские регионы: материалы науч.-практ. семинара, 27 окт. 2001 г., Иркутск / [редкол.: Г. Н. Новиков (отв. ред.) и др.]. - Иркутск: Оттиск, 2002. - 103 с.;
33. Политологический словарь. - М.: Луч, 1994.
34. Почепцов, Г.Г. Информационно-политические технологии. - М: Центр, 2003. – С. 269.
35. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: сб. учеб. Материалов; [под ред. Мелешкиной Е. Ю.]. - М.: Инфра-М: Весь мир, 2001. – С.158.
36. Потякин А. Правовой нигилизм как вариант современного российского правосознания. // Общество и политика. Современные исследования, поиск концепций. – СПб, 2000.
37. Рывкина, Р.В. Теневизация российского общества: причины и последствия / Р.В. Рывкина // Социс. – 2000. – №12;
38. Салмин, А.М. – Политический процесс и демократия / А.М. Салмин // социально-политические науки. – 1991. - №6. .

39. Современная Россия: особенности политики и политического процесса / В. М. Платонов [и др.]; под ред. Д. Е. Слизовского. - М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2008. - 232 с.
40. Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. – 3-е изд. стереотип. М.: Русский язык, 1985–1988.
41. Сото, Э. де. Загадка капитала: Почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире / Пер. с англ. – М., 2001.
42. Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии / А.И. Соловьев. - М.: Аспект-Пресс, 2001.
43. Титова, Л. Г. Политические процессы в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : дис. ... докт. полит. наук : 23.00.02 / Титова Людмила Григорьевна ; [Воен. ун-т]. – М., 2007.
44. Тимофеев, Л.М. Теневая Россия: экономико-социальное исследование / Л.М. Тимофеев. – М., 2000 г. – с.85-89
45. Цыганков, П.А. Политическая социология международных отношений / П.А. Цыганков. - М., 1994.
46. Шутов, А.Ю. Типология политических процессов / А.Ю. Шутов // Вестник Московского университета. – 2004. - Сер.12, Социально-политические исследования, №4.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИМИДЖЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ СТРАТЕГИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРСТВА РОССИИ

Исходя из вычурных направлений процесса «модернизации России», можно сделать вывод, что действующие руководители страны стремятся, как получается, изменить к общепринятому в цивилизованном мире статус отечественной экономики и сохранить «ядро» политической системы – *характер политического режима*, переводом способов осуществления власти, отражающих состояние демократических прав и свобод граждан, на «информационные рельсы». Рассматривая такую деятельность как политику с точки зрения информационно-коммуникативных связей, мы понимаем ее в качестве некоего социального целого, структуры и институты которого предназначены для получения и переработки информации, обуславливающей осуществление политическими субъектами своих целей, ролей и функций.

В силу того, что люди по-разному воспринимают информацию, интерпретируя ее содержание на основе определенных правил, привычек, кодов, наконец, даже в зависимости от своего конкретного состояния, в процессе обмена информацией принципиальное значение имеет способность субъекта (получателя) осмысленно воспринимать сообщения. *Данный аспект субъективированного восприятия, истолкования и усвоения информации именуется коммуникацией, или процессом установления осмысленных контактов между отправителями (коммуникаторами) и получателями (реципиентами) политической информации*^[i].

Такое уточнение показывает, что не любая информация «сверху» может порождать соответствующую коммуникацию «снизу», между политическими субъектами разного уровня, ими и гражданами. Региональные политические дискурсы и практики модернизации, несмотря на свои особенности и кажущиеся, на первый взгляд, отличия, органично встроены в коммуникативную стратегию федеральной власти, обусловлены логикой этапов реализации ее коммуникативной политики: усиление государства, преемственность, стабильность, модернизация. Однако, обладая смысловым значением исключительно в рамках логики проводимого политического курса, власть в регионах для осуществления собственной внутренней политики относительно «вольна» в использовании управленческих возможностей стиля лидера и инструментария его команды.

С той лишь поправкой, что если **лидерство** является властью, **осуществляемой «сверху вниз»** (Ж. Блондель, 1992). То **политическая коммуникация** выступает своеобразным социально-информационным полем политики. Оно представляет собой совокупность процессов информационного обмена, передачи (*обработки и управления – прим. М.К.*) политической информации, структурирующих политическую деятельность и придающих ей новые значения^[ii].

В свою очередь, сама политика (и в центре, и на местах) с точки зрения роли *технических* и *технологических* компонентов в информационных обменах, предстает

социотехнологической системой, чьи структурные элементы (институты, средства и приемы коммуникации) ориентируются на целенаправленную передачу, обмен и защиту информации в границах имеющихся информационно-коммуникативных связей, **отношений**. Именно их воспроизводящаяся устойчивость обеспечивает взаимодействие и интеграцию всех уровней данной системы, и выполнение ее звеньями основных функций по регулированию общественных отношений и гражданского участия.

С чем в нашей стране у всей «вертикали власти» сейчас большие проблемы. Их содержание определяется характером отношений государства и гражданского общества, элит и масс, власти и личности, которые больше характеризуются чертами господства и подчинения, конфликтности, чем должного консенсуса, единства, сотрудничества. Это «размывает» модернизационную попытку национальных лидеров придать политической системе новые свойства и факторы, уточняющие задачи стратегии развития Российской Федерации. Учитывая, что она должна вестись сразу по нескольким взаимосвязанным базовым направлениям, и непременно быть продуктивно и коммуникативно ориентированной не только на большие социальные группы, но и конкретного человека.

Страна, таким образом, переживаем сейчас еще и «кризис модернизации», который сможет преодолеть, осуществляя ряд политических инициатив, в том числе и в сфере политических коммуникаций (технологий). «Умно» разрешая конкретные проблемы и ситуации, политическое лидерство РФ как институт обязано явить населению новые смыслы власти.

В этой связи, возможности коммуникативного управления регионального лидера «в сухом остатке» сводятся к тому, что в зависимости от его намерений в динамике информационно-коммуникативного взаимодействия, он, с одной стороны, может способствовать разнообразию и демократизации базовых сфер жизни. С другой, – их воплощение на практике может стать основой манипулирования (им и его окружением) массовым сознанием и актуальными процессами ради эгоистических, «охранительных» целей экономической и политической элиты. В силу чего процесс реализации национальных интересов действительно в масштабе для *всех и посредством всех* заметно сократится^[iii].

В сфере внутренней политики субъектов РФ информационно-коммуникативный процесс имеет сложное многомерное строение. Это обусловлено наличием разнообразных политических структур и акторов с их методами и технологиями достижения целей при преобладающем влиянии над институциональными элементами политической системы т.н. «ручного управления» доминирующего субъекта власти и политики. Такова ситуация на местах и в центре. В результате чего, финальная точка постсоветского транзита России и в 2012 г. предстала неопределенной ни по времени, ни по характеру устойчивого состояния политической системы.

Неопределенность усиливается не только тем обстоятельством, что отдельные институциональные формы власти и общества разного уровня проявляют определенную эластичность, растяжимость по сравнению с устойчиво функционирующими институтами западной демократии. Но и слабой *гуманитарно-технологической* оснасткой наших ведущих «функциональных комплексов» (Н. Луман, 1995) – элиты и лидерства. Некоторые их представители не вникают в суть, природу и движущие силы вызревших перемен, происходящих по соседству цветных революций, осуществляемых разными, в т.ч.

несиловыми методами. Не (до)понимают даже характер изменившегося содержания собственных функций, «что» и «как» делать, «до и после» в новых условиях и т.д.

Можно напомнить. Элита как персонифицированная совокупность стратегических ролей в обществе обладает институциональным измерением в той степени, в какой она производит *систему правил* и создает общее *объединительное значение*, в чем и состоит ее *символическая* функция^[iv].

В свою очередь, *гуманистическая* функция лидерства проявляется в способности субъекта власти проводить в осуществляемой политике линию на создание в обществе социально-антропологических условий жизни, на обеспечение международно-признанных прав и свобод человека, развитие условий для самореализации личности.

Категории *действий* и *правил* неразрывно связаны с категорией *знания*. Парадокс в том, что и знание, и незнание, а еще хуже их «ловкий подлог» властно-значимыми намерениями и интересами, доступный группе людей, сконцентрированных вокруг управленческой функции, представляют собой средство легитимации того или иного института. В этом смысле политическая манипуляция является технологией, используемой с целью создать у населения необходимое манипуляторам восприятие действительности и, как следствие, сформировать у людей определенное мнение, отношение к чему-либо, побудить их к тем или иным действиям или бездействию.

Существование феномена манипулирования обусловлено антропологическими и социально-историческими предпосылками, а его технологической основой является перманентное производство социально-политических мифов. Оно работает интенсивнее преимущественно в двух случаях: а) когда интересы элиты значительно или полностью противоречат интересам населения; б) когда наступает определенный предел власти и она нуждается в массовом одобрении новой модели политического развития.

В этом плане заставляют обратить на себя внимание нынешние риски для личности, общества и государственной власти, появившиеся не вчера, зато сегодня, ставшие достоянием «улицы». Главная причина их трансформации в радикальные лозунги – в наличии реальной рассогласованности (разрыве) между действиями власти и ожиданиями общества, данными ему обещаниями и попытками власти завуалировать эту брешь с помощью неправды, коммуникативных методов и манипулятивных технологий, ставших вместе с иными составляющими (PR, политическая реклама, предвыборная агитация) системой политического манипулирования.

Политическое манипулирование как понятие и реальность давний интерес отечественных и зарубежных исследователей, нелюбимое слово власти и ее феномен с неизменной последовательностью и под прикрытием иных языковых форм в альянсе с принципами таинственности, подтасовки фактов и обмана управляемых, присутствующий в структуре действия в политических целях. Именно тогда, когда все скрытые контексты и принципы вошли в технологию управления людьми, возникла **метафора** манипулирования в ее современном смысле: как программирование мнений и чаяний масс, их настроений и психического состояния с целью обеспечить нужное их поведение тем, кто владеет средствами манипуляции.

Манипулирование, как скрытое управление людьми разными средствами, вырабатывающее у человека устойчивые социально-политические представления и

побуждающие его к той или иной политической деятельности или бездействию, атрибут и регионального политического процесса. Вопрос, однако, не столько в том «кто» и «каким образом», больше или меньше использует эту технологию, это частично известно, сколько в возможных путях ее преодоления, которые носят характер практических рекомендаций для представителей власти.

В фокусе текущего периода ключевое значение приобретают механизмы и качество динамики функционирования, развития и смены региональных политических команд. И что первично в этом ракурсе – изменение стилей управленческой деятельности глав регионов, содержательная «перезагрузка» механизмов формирования и применения элитой политических технологий – в сторону модели консенсусного управления на местах и в целом Российской Федерацией, совмещающей конституционный порядок с политическим и общественным развитием.

Период 2009-2011 гг. в результате продолжившейся практики назначения/переназначения глав регионов стал свидетельством *некачественного* изменения их роли – из политиков в явных администраторов. Именно административную роль и ослабление их зависимости от взаимоотношений с ветвями региональной власти, ключевыми фигурами элиты, общественности и сегментами населения (электората) символизировала практика назначения «губернаторов-варягов», не отягощенными никакими местными обязательствами, кроме отчетности перед центром и в редких случаях демонстрацией «своей любви» к вновь обретенной «малой родине».

Одновременно этот же период стал свидетельством проявления вектора Президента Д.А. Медведева в кадровой политике. Произошли смены наиболее ярких, «крепких» и в чем-то одиозных региональных руководителей. Российская политическая элита заметно помолодела (средний возраст губернаторов – 48 лет). Однако, как считает О. Крыштановская, масштабные кадровые перестановки, нацеленные на омоложение кадров, в перспективе могут принести не только пользу.

В общем, продолжая в этом ракурсе линию В.В. Путина, преемник и идеолог его курса стремился внести свои организационные и по-новому смысловые компоненты в процесс структурирования сложившейся вертикали власти. Им была обозначена необходимость развития стратегического планирования в органах государственной власти, как ныне – мониторинга, что соответствует направлениям современного менеджмента.

Таким образом, выстраивалась довольно иерархическая и стройная для управления из центра «вертикаль» региональных политических команд. Где каждый глава региона являлся (больше по статусу, чем способностям) лидером своей команды, занимая весомое положение в рамках внутреннего организационно-управленческого пространства.

При Д. Медведеве с учетом «тандемokratии» и триады «Президент – глава правительства – доминирующая партия» ресурсы глав регионов были не столько функционально заданными, сколько определялись степенью развития и силой политических, экономических и информационных институтов территории, влиянием на них регионального лидера и его команда. Важной характеристикой ресурсно-технологической базы глав регионов являлся не столько их объем, сколько умение (далеко не всех из них) эффективно распоряжаться имеющимся потенциалом, особенно в части информационных и политических технологий.

Как определенные алгоритмы действий эти технологии представляют собой форму социальной инженерии, обусловленную как свойствами действующего политика (его знанием, опытом, карьерой, настроением на достижение), так и используемыми в его деятельности технико-ресурсными компонентами. По этой причине, субъекты, не владеющие ими, делали упор на межличностные контакты и связи. Особая роль отводилась ресурсу взаимодействия глав регионов с премьер-министром и представителями федеральной власти, состоявшими в рядах доминирующей партии.

При всей значимости адекватности стиля управленческой деятельности в сохранении ресурса влияния главы региона на поддержание того или иного тренда, лишним раз подчеркнем принципиальность учета личностного и ситуационного факторов в процессе функционирования и развития политического лидерства на региональном уровне.

В обобщенном виде коммуникативные стратегии складывались «на местах» по следующим направлениям: а) Президент – глава региона; б) премьер-министр – глава региона; в) глава региона – его управленческая команда в органах исполнительной власти; г) глава региона – другие экономические, политические субъекты и структуры территории; д) приемлемо-допустимый уровень диалога и обратной связи субъектов власти с обществом, фиксирующий способы, с помощью которых в условиях действующего режима разрешались конфликты и предотвращались акции политического протеста.

В целом, на практике выкристаллизовывалась определенная вариативность «ожидаемого поведения» и глав субъектов РФ, и их элит, обусловленная влиянием отмеченных факторов, а также достижением поставленных целей и обеспечения «планового» результата их управленческой деятельности.

В настоящее время с высоких трибун, не без лукавства, заявляется, что прежняя «назначенческая» модель себя изжила. Региональные лидеры в своих комментариях на это преимущественно лишь вторят. За скобками остается целый ряд моментов, выделим два – исследовательский (профессиональный) и общественно-политический. *Первое*, и в рамках прежней модели для реализации оптимальной модели командной сплоченности и принятия эффективных управленческих решений на местах особую роль играло такое профессиональное качество политического лидера, как «коммуникативное умение» (коммуникативная компетентность). От него во многом зависит результативность его управленческой деятельности.

В данном случае речь идет о двух уровнях проявления коммуникативного умения: первый – внутренний, связанный с коммуникативным взаимодействием лидера со своей управленческой командой, второй – внешний, ориентированный на выстраивание политическим лидером коммуникативных связей с представителями региональной политической, экономической элит, а также с населением. И если на внутреннем уровне сосредоточены основы профессионального политического языка, принятого и понятного для членов управленческой команды (и являющегося составной частью организационно-управленческой культуры), то на внешнем уровне проявляется вся сложность, многогранность возможных форм языковых, дискурсивных конструкций, сопряженных с обыденным сознанием [v].

Здесь, наряду с коммуникативным умением важное значение приобретает способность политического лидера проявлять «коммуникативную устойчивость» или по А.И.

Соловьеву – «крепость положения». То есть способность субъекта власти «к манипулированию общественным мнением, такому использованию идеологических и иных духовных инструментов, которые могут обеспечить ему требуемый уровень легитимности»[\[vi\]](#).

По сути, это и качественный показатель, и одно из условий эффективного осуществления политической элитой, лидерством их институционализирующей функции – *снижение неопределенности в обществе, его стабилизация и интеграция*. А раз так, то манипуляция является обязательным элементом любых политических практик, не только современной демократии западного типа (*Г. Лассвелл, М. Маклюэн, В. Паккард*), но и нашей **потенциальной** (*Н. Гронская, С. Кара-Мурза, А. Паршева*), с контурной моделью политического развития, стремящейся к демонстрации ограничения власти «зарвавшихся» элитных группировок.

В силу чего, **второе**, власть любого уровня не может отказаться от применения манипулятивных технологий, они «в крови» властвования, в естестве доминирования. Но власть может отказаться от использования ряда информационно-коммуникативных приемов и техник, скрывающих рассогласованность, разрыв между ее намерениями и ожиданиями общества. Признав в ходе реализации президентского Послания 2012 г. существующую рассогласованность (в фактах и цифрах) «вертикаль власти» сделает действительно правильный шаг к построению равноправного и конструктивного диалога с обществом.

Единственной долгосрочной силой, на которую могла бы опереться Россия сегодняшняя, желающая стабильности и развития, это как раз модернизация как демократизация по тем направлениям комплексной политической реформы, о которой заявил в 2011 году Президент РФ Д.А. Медведев[\[vii\]](#). Со всеми ее очевидными рисками и издержками, она тем не менее, базируется на куда более серьезном содержательном фундаменте, чем персона лидера.

Другой сущностный момент заключается в том, что общенациональный прорыв в политике модернизации возможен только при выходе за рамки сложившейся системы политических отношений, символом которого, опять же, должен стать всенародно избранный Лидер. Таковым (с некоторыми изменения имиджа) предстал в 2012 году В.В. Путин.

Российской Федерации приемлем сегодня лишь один из известных сценарий дальнейшего развития событий. Регулируемый Конституцией РФ процесс демократизации общества углубляется, коренная реформа политической системы проводится. Начиная с местного самоуправления и регионов, устанавливается устойчивый, самовоспроизводящийся институт политического лидерства в виде разветвленной по вертикали и горизонтали сети выбранных лидеров. Соперничающая и сотрудничающая друг с другом, они осуществляют контроль за деятельностью всех элементов власти посредством включения различных социальных групп в политический процесс через надлежащую в современном обществе роль партийных (включая оппозиционных), общественных и (не)коммерческих организаций, их руководителей.

Но не менее заметно проявляет себя и другая тенденция: успешный характер модернизации во многом зависит от динамики сбалансированного перетекания политических полномочий от властных государственных структур к организациям гражданского общества.

В них формируется элита среднего класса, заинтересованная в сильной России, которая невозможна без эффективной экономики и дееспособного государства.

Следовательно, таким процессам нужны не инструментальные разновидности политических технологий, скрывающие истинные цели манипуляторов и имитирующие перемены, а предметные, функциональные, уровневые типы технологий и коммуникаций, отражающие действительную степень преобразования организации жизненно-важных сфер и областей России. К таким средствам (с учетом претензий к техническим каналам распространения/искажения информации) следует отнести **имиджевые коммуникации**.

В основе их вычленения лежит критерий наличия специфического вида общественной деятельности: политического лидерства как особого рода предпринимательства (В.П. Пугачев, 1990). Оно осуществляется на специфическом политическом рынке, в пространстве которого предприниматели в конкурентной борьбе обменивают свои программы решения общественных задач и предполагаемые способы их реализации на руководящие должности. Специфика политического предпринимательства при этом состоит в персонализации «политического товара», его отождествлении с личностью потенциального лидера, в продвижении рекламы этого «товара» как общественного блага.

Отечественная политика не столько превращается, сколько уже является «предприятием», которому требуются навыки борьбы за власть и знание ее методов, созданных современными формами правления и многопартийной системы. В условиях нынешнего усложнения общественной организации и взаимодействия государственных органов с партиями, общественностью, оппозицией важнейшей функцией политических лидеров стало преобразование общественных ожиданий и проблем политического развития в конструктивные решения, в том числе выстраивающие информационно-коммуникативные отношения в качестве связующего процесса всей политики.

Соответственно, профессиональный политик становится компетентным специалистом в области общественных коммуникаций, в средствах достижения целей которых особое место естественным образом занимают имиджевые коммуникации. Они рассчитаны не на вынужденное внимание, а на контакт с клиентом (получателем), и установление с ним доверительных отношений. И тот факт, что современный политический маркетинг все больше разворачивается от «продвижения имиджа» к «установлению отношений с потребителем», говорит о том, что бренды и имиджи политиков будущего будут обеспечивать человека не продуктом, а новыми впечатлениями и опытом.

Имиджевые коммуникации порождают потребность в дополнительной информации, пробуждают мышление, воображение и требуют структур активного соучастия. Причем эффект их установления (функционирования) непосредственно зависит от их способностей к упорядочению информации и налаживанию осмысленных контактов с другими субъектами. В то же время и сами политические лидеры меняют свой облик, представляя другим в качестве результата коррекции. Что в задачах имиджевых коммуникаций можно структурно представить в виде сообщений элементов коммуникативной цепи Г. Лассвелла: *что передавать – кому передавать – как и когда*.

Не детализируя, основными особенностями имиджевых коммуникаций в таком формате являются:

1. Выделение главного в содержании всех сообщений заложенных в имидже (суть имиджа).
2. Донесение главного в направленности всех сообщений имиджа (концепция позиционирования образа).
3. Наличие во всех сообщениях содержательных (характеристики) и формальных (атрибуты) признаков, обеспечивающих идентификацию имиджа (клиентами).
4. Организация коммуникаций имиджа таким образом, чтобы каждое следующее сообщение уточняло и дополняло все предыдущие, воспроизводя эффект связи, отношения поддержки у населения.

Не заручившись такой поддержкой, лидер даже в демократической политической среде не получит возможности проводить свою политику, какой бы прогрессивной и правильной она не была. Так, имеющий сравнительно высокий (не без колебаний) рейтинг среди населения Президент РФ В.В. Путин, не обладая явной харизмой, демонстрирует вполне успешное овладение имиджевыми коммуникациями и техникой харизматического внушения. Ему не чужды популистские приемы, которыми он начинает пользоваться все чаще.

Однако имидж Путина как фокус народной поддержки позволяет ему проводить в жизнь решения, непопулярные как в определенных кругах бюрократии, так и либеральной среде. Это возможно в том случае, когда лидер уверен либо в собственной принципиальности, либо в уровне общественного признания. Но и в этих обстоятельствах, чтобы удержаться на достигнутых позициях, В.В. Путину придется менять свою коммуникативную (маркетинговую) стратегию. Отказавшись от универсального и отлаженного в технологиях подхода, он и его команда должны посмотреть на персональный имидж Президента не как на бренд, а как на систему взаимоотношений с принципиальными клиентами. Они же все чаще реагируют на те личностные и социальные ценности, с которыми лидер заявляет о себе в меняющемся обществе, мире.

Список использованной литературы

[i] Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2000. С. 394.

[ii] Казаков М.А., Савельева И.В. Манипулятивные технологии в коммуникативной стратегии региональных элит // РЕГИОНОЛОГИЯ, 2012, №2. С. 18.

[iii] Казаков М.А. Региональные элиты в процессе реализации национальных интересов России (2000-2008 гг.) // Зарубежное регионоведение. Проблемы теории и практики. Материалы научной конференции. – Н. Новгород: ФМО ННГУ, 2010. С. 10.

- [iv] Региональные элиты Северо-Запада России: политические и экономические ориентации: колл. монография / Под ред. А.В. Дуки. – СПб.: Алетейя, 2001. С. 66.
- [v] Ратманова Е.В. Политическое лидерство в современной России: стиль управленческой деятельности: автореф. дисс. ...канд. полит. наук. Ярославль, 2009. С. 12.
- [vi] Соловьев А.И. Там же. С. 134.
- [vii] «Я слышу тех, кто требует перемен». В Послании Федеральному Собранию президент выдвинул ряд инициатив // Российская газета, 2011. 23-28 декабря.

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Требованием сегодняшнего времени, одной из его характерных особенностей является устойчивый интерес к феномену социальных коммуникаций, к тому, как влияет на сознание и поведение людей широкое социальное окружение. Внимание современных исследователей к различным аспектам социальных коммуникаций человека вызвано тенденциями социального познания, отражающими наличие многообразия жизненных сфер человека и многомерности его межличностных взаимодействий: стремление изучить особенности социального поведения в различных ситуациях (интимно-личностных, межличностных или межгрупповых отношениях), сопровождающих течение всей жизни индивида и удовлетворяющих его различные социогенные потребности. Общественно-экономические, политические и социокультурные процессы, протекающие в стране и мире, затрагивают все сферы жизнедеятельности человека, что закономерно обуславливает осознание значимости общения, взаимодействия и взаимоотношений в регулировании поведения и деятельности людей.

Начиная разговор о социальных коммуникациях, необходимо помнить о том, что они всегда тесно связаны с социальным контекстом: принадлежность конкретной эпохе, времени и месту является базовым концептом исследования. «Каждый из нас имеет свой мир, влиянию которого мы все подвержены. С другой стороны, наш социальный мир испытывает определенное воздействие с нашей стороны. Это взаимовлияние и находится в центре исследовательского интереса ..., а социальный контекст является основой для понимания социального поведения человека».¹

Ряд современных исследователей² рассматривают социальные коммуникации как межличностные воздействия, включающие все уровни и виды межличностных отношений и взаимодействий: от интимно-личностных переживаний и передачи впечатлений в непосредственном общении до обмена познаниями, действиями, информацией на эмоциональном, когнитивном и поведенческом уровне.

Основное отличие от массовых коммуникаций, традиционно определяемых как процесс передачи многообразной информации в обширной, весьма разнородной и географически глобальной аудитории с обязательным использованием в качестве посредника технических средств массмедиа, заключается в характере протекания этого процесса: в социальных коммуникациях нет посредника – ни физического лица, ни технического устройства. Такие коммуникации социально обусловлены и имеют ограничения по масштабности взаимодействия, отличаются непосредственностью контактов и осуществляются на межличностном субъект-субъектном уровне.

¹ Свенцицкий А.А. Социальная психология. – М.: ООО «ТК Велби», 2003. – С.7-8

² Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. Социальные коммуникации. – М.: Гардарики, 2008. – 279; Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект-Пресс, 2003. – 364 с.; Конечкая В.П. Социология коммуникаций. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с. и др.

Иными словами, «социальные коммуникации – это все многообразие социальных контактов, которые сопровождают человека в течение его жизни. К ним мы относим прежде всего общение (включая интимно-личностное), межличностные отношения и взаимодействия – как внутригрупповые (в том числе профессионально-производственные), так и межгрупповые (включая межнациональные и межкультурные связи и отношения между людьми)».¹

Обычно выделяют три уровня межличностных взаимодействий: социально-ролевой, деловой и интимно-личностный, которые различаются между собой прежде всего степенью личностной вовлеченности и способами организации социального поведения коммуникантов. На социально-ролевом уровне реализуются нормы и требования, принятые в данной социальной среде и ее социальных институтах. Деловой уровень предполагает реализацию межличностных взаимодействий в интересах эффективности совместной деятельности. На интимно-личностном уровне ведущим мотивом межличностных отношений выступает достижение психологической близости, интимности, эмпатии, понимания и принятия другого.

Наиболее известными коммуникационными теориями, объясняющими функционирование коммуникационных систем в целом и их влияние на общество, а также трактующими использование и роль коммуникаций более узко, на уровне индивида, можно назвать следующие:

1) Теория социального конструирования реальности (проистекает из феноменологической социологии А. Шютца²) утверждает, что для индивидов опыт реальности – это осуществляемый ими непрерывный процесс социального конструирования. Теория социального конструирования предполагает активную аудиторию индивидов, т.е. обмен информацией, знаниями в социальных коммуникациях связан с активным обрабатыванием, переделыванием и запоминанием, особенно того, что соответствует их потребностям, уровню культуры и имеющемуся запасу социальных знаний. Одна из важных форм имеющихся социальных знаний – типификации. Типификации позволяют быстро классифицировать объекты и действия и на основе этого строить свои действия.

2) Теория символического интеракционизма исходит из того, что имеющийся у людей запас знаний о социальных ролях или ситуациях ничем не ограничен и человек волен его постоянно пополнять. Автор этой теории И. Гоффман³ утверждал, что по мере продвижения общества в пространстве и во времени изменяются и типификации ситуаций. Опыт мира все время в движении, люди переходят из одного реального мира в другой, и каждый раз представления о реальности и ожидания кардинально меняются. Комплекс специфических ожиданий в оценке социальной ситуации в данный момент

¹ Болотова А.К. и др. Указ.соч., с.10

² Шютц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом. – М.: РОСПЭН, 2004. – 1056 с.

³ Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц, Кучково поле, 2000. – 304 с.; Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта.– М.: Ин-т социологии РАН, 2004; Ритуал взаимодействия: очерки поведения лицом к лицу. – М.: Смысл, 2009. – 319 с.

Гоффман назвал фреймом. На серьезные поступки способны только люди, усвоившие определенный набор фреймов. Переход от одного набора фреймов к другому является, по Гоффману, сдвигом вверх или вниз. Повседневные коммуникации и состоят из бесчисленных сдвигов во фреймах в ответ на социальные стимулы, идущие от других людей.

3) Теория эффектов коммуникации. Исследования показали, что первичные эффекты коммуникации наблюдаются прежде всего при изучении аудитории, т.е. межличностных взаимодействий. В 1930-х гг. в рамках школы П.Ф. Лазарсфельда¹ были проведены первые исследования аудитории и разработана типология эффектов – выявлены эффекты немедленные, краткосрочные, долгосрочные и институциональные. Обобщая эмпирические данные, Лазарсфельд пришел к выводу, что в ходе избирательной кампании первичный выбор основывается на межличностных контактах: прислушиваются к людям, которые отслеживают информацию, владеют дополнительными знаниями и четко формулируют свои взгляды. Лазарсфельд называл таких людей лидерами мнения. Он утверждал, что лидеры мнения влияют на людей через социальные коммуникации и их влияние распространяется скорее в горизонтальном направлении, чем в вертикальном. Лидеры мнения чаще влияют на людей, подобных им, а не на тех, кто стоит выше или ниже на общественной лестнице.

Таким образом, через непосредственные социальные коммуникации людей выявляются лидеры в области моды, покупок, общественного мнения. Лидеры мнения имеются практически в любой сфере повседневной жизни. В дальнейших исследованиях эта теория получила название теории ограниченных эффектов, поскольку медиопосредники играют все меньшую роль в жизни людей и всего общества. Власть медиа оказалась не столь велика, как представлялось ранее. Люди пользуются разными способами, чтобы ускользнуть от нее, причем в каждой социальной группе находятся свои лидеры мнения, которые формируют общественное мнение, выступая фильтрами в социальных коммуникациях.

По причине этого встает вопрос об эффективности социального познания, которое происходит через активизацию социальных связей и отношений с другими людьми, т.е. через социальные коммуникации. При этом важно выявить, каковы основные функции социальных коммуникаций, виды и средства воздействия, а также механизмы взаимопонимания, разъяснить этику и правила эффективных коммуникаций, роль обратной связи и коммуникативных умений.

Функции социальных коммуникаций

Представления о непосредственном назначении социальных коммуникаций связаны с их глобальными социальными функциями. Выделяют следующие функции социальных коммуникаций: синдикативную – средство объединения людей; инструментальную – управление различными действиями; трансляционную – передача информации;

¹ Лазарсфельд П.Ф., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: Пер. с англ. // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М: Аспект-пресс, 2000.

социального контроля – регламентация поведения; экспрессивную – выражение отношения к явлениям и процессам социальной жизни; социализации – развитие навыков взаимодействия в обществе, принятие норм и правил.

В социальных коммуникациях человек обретает возможность и основания для социальной и этнической идентификации, самоопределения и социального одобрения.

Особые условия для социального выживания и личностной безопасности исследователи связывают с функциями социальных ритуалов. Социальные ритуалы можно определить как предсказуемое, социально санкционированное, нормированное и упорядоченное поведение. Четко обозначенные, устойчивые и последовательные ритуалы позволяют прогнозировать социальные события и действия, реализующие функции стабилизации межличностных отношений, социального контроля и передачи опыта поколений. Социальные ритуалы имеют следующие функции: коммуникативную; мировоззренческую (формирование системы культурных символов); социализации (воспитание и передача социального опыта и трудовых навыков); социального контроля; укрепления сплоченности группы; регулирования психической стабильности, создания уверенности в трудных и критических ситуациях.¹

Типология социальных коммуникаций

Социальные коммуникации, охватывающие все сферы человеческой жизнедеятельности, включают в себя большой спектр видов и подвидов. В связи с этим классификация видов коммуникаций допускает различные основания и критерии: индивидуально-психологические, личностные особенности собеседников, оценка ситуаций, выбор средств общения и т.д. В реальном коммуникативном акте могут быть задействованы различные виды коммуникации, находящиеся в сложном взаимодействии, влияющие друг на друга, при этом выбор средств, каналов, стиля коммуникации зависит от личностных особенностей ее субъектов.

Традиционным является выделение двух видов коммуникации между людьми – **ролевой** и **личностной**. Хотя единой, универсальной системы классификации нет, многие исследователи выделяют четыре главных вида межличностной коммуникации: деловую, воспитательную, диагностическую и интимно-личностную. **Интимно-личностное взаимодействие** – это общение между близкими людьми, давно знающими друг друга, которое осуществляется на основе доверительного и глубокого контакта. На самом деле в классификации важны не названия видов и многообразие типов, а ее критерии. К таким критериям, например, относят: наличие или отсутствие правил общения – ролевых предписаний; наличие или отсутствие четких целей общения и их характеристик; предметность общения; равенство позиций партнеров в общении; контекстный подход к типологии и ситуации общения; использование опосредованных инструментов и технических средств коммуникации; преобладающие каналы связи; средства воздействия на человека (суггестивные, интеллектуальные, паралингвистика).

¹ Более подробно о функциях социальных коммуникаций см.: Болотова А.К. Указ.соч., с.14-16; Конечная В.П. Социология коммуникаций. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997 - 304 С.; Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации - СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. - 461 с.

Перечисленные критерии коммуникативной типологии не противоречат возможным каким-либо другим. Так, ряд авторов выделяют общение **диктальное и модалное, активное и пассивное, формальное и неформальное, деловое и свободное.**¹

Основанием классификации для всех видов массовых коммуникаций является их отношение к специфическому каналу связи, по которому передается сообщение: аудио-, видео-, аудиовизуальному, т.е. посредством радио, телевидения, печати, в устных или письменных выступлениях.

В системе массмедиа транслируемая информация распространяется с помощью технических средств того или иного специфического канала связи и нацелена, как правило, на анонимную аудиторию, а та, в свою очередь, формирует желаемый образ коммуникатора. В зависимости от специфики выбранного канала связи возникают различные проблемы при восприятии коммуникатора – диктора радио (аудиоканал), автора статьи, рубрики, заметки в печати (видеоканал), диктора телевидения (аудиовизуальный канал).

По задействию средств связи социальная коммуникация бывает **интерперсональной и институциональной.**

Интерперсональная коммуникация, или интеркоммуникация, – это коммуникация собеседников, процесс общения и взаимопонимания. Данный вид коммуникации относят прежде всего к контакту «лицом к лицу». Этот исторически сложившийся первый вид социальной коммуникации имеет спонтанный и неформальный характер, зависит лишь от правил, связанных с социальными обычаями, и определяется рамками межличностных контактов. Процесс общения между людьми, их коммуникация, является обменом символами. Для эффективности данного обмена необходимо предварительно согласовать основные принципы и процедуры использования символов, что и закреплено в обычаях, традициях – правилах унификации поведения, совместно выработанных людьми. Такая коммуникация чаще всего ограничена, кратковременна, спонтанна и быстро дезактуализируется.

Множество систем коммуникации, в том числе и самые выразительные – речь и язык, не ограничиваются системами знаков, а служат главным образом выражением мысли. Вступающие в коммуникацию, общающиеся разделяют между собой пространство общения, становятся общностью, имеют общие взгляды, мысли.

Выделяя следующий вид коммуникации – институциональную коммуникацию, или интракоммуникацию, К. Черри² подчеркивает, что коммуникация – явление общественное, а само общество является пространством тщательно урегулированной коммуникации. Общественные институты регулируют как интер-, так и интракоммуникацию: коммуникацию между собеседниками, между группами, народами, городами, организациями, внутри каждой организации и т.д. Институциональная коммуникация характеризует экономическое, социальное и политическое устройство данного общества. Она охватывает организованные и признанные сообщества: профессиональное, школьное,

¹ Болотова А.К. Указ соч., с.17

² Черри К. Человек и информация: критика и обзор. – М.: Связь, 1972. – 368 с.

семейное и т.д. Данный вид коммуникации уже пролонгирован во времени, актуализирован, не ограничен, носит не спонтанный, а произвольный характер.

Между этими двумя видами коммуникации – интерперсональной и институциональной – можно поместить **коммуникацию с помощью средств массовой информации (СМИ)**, например, телевидения (англ. communication mediatasee – коммуникация через посредника). Ее наиболее характерной чертой является связь с цивилизацией, от которой она перенимает технические возможности и ритм функционирования. Выделяя коммуникацию посредством массмедиа, исследователи обычно акцентируют внимание на следующих ее особенностях:

1) она увеличивает и расширяет возможности индивидуальной коммуникации, как продолжение интерперсональной коммуникации направлена на персонального пользователя, которого легко идентифицировать. С помощью СМИ усиливаются уже имеющиеся связи и открываются новые;

2) являясь продолжением коммуникации интерперсонального типа, она обращается к широкой аудитории, распространяет информацию, обращенную ко всем и ни к кому («альтернативная» пресса, локальные телекомпании и радиостанции и т.д.);

3) поскольку СМИ обычно принадлежит общественной организации и предназначено для реализации ее целей, коммуникация при его посредстве направлена в первую очередь на посвященную, осведомленную аудиторию, разделяющую основные взгляды, мнения и позиции данной организации, и таким образом становится продолжением институциональной коммуникации;

4) она формирует мнение, убеждает очень большую аудиторию благодаря посредничеству СМИ как носителя некой доктрины, официального рупора организации, обращающейся ко всем, кого нужно убедить, и к тем, кто уже убедился.

В связи с развитием «виртуального мира» выделяется еще один вид коммуникации – **интернет-коммуникация**, потеснившая не только непосредственную, интерперсональную коммуникацию, общение лицом к лицу, но и институциональную. Создано большое количество сайтов и веб-ресурсов общественных организаций, ведомств, появились «виртуальные переговоры», «виртуальная организация», «виртуальная сделка», «телекоммутирование», или «телеобмен» (telecommuting), а также Е-бизнес, или электронный бизнес (бизнес, совершаемый через Интернет), Е-торговля, или электронная торговля (торговля по Интернету). Возникла культура знакомств в чате, общения на форуме, «кибер-взаимодействия» и т.д. Коммуникацию в Интернете отличает целый ряд значимых особенностей: общение протекает исключительно в письменной форме, традиционные невербальные и паравербальные средства практически полностью отсутствуют, как и непосредственный контакт между коммуникантами и достоверная о них информация. Специфические черты электронной коммуникации – анонимность, физическая непредставленность коммуникантов, свобода и открытость – порождают целый ряд негативных явлений. Сегодня еще нет отчетливых представлений о том, насколько может измениться личность человека, взаимодействующего в виртуальном мире. С одной стороны, постоянное использование интернет-коммуникации ведет к отрыву от реальной действительности, возникновению «интернет-аддикции» – интернет-зависимости и кажется по-настоящему драматичным. Однако, с другой стороны, уже есть

данные о том, что Интернет предоставляет возможность позитивного развития отдельных способностей, Я-концепции и мотивационной сферы. С точки зрения личностного развития интернет-коммуникации свойственны:

- автокоммуникация. Информация, посылаемая другому, одновременно становится доступной и адресату, и адресанту. Происходит «возрождение эпистолярного жанра» (Н.В. Чудова)¹;

- использование условного имени («ника») либо полная анонимность, свобода самопрезентирования, возможность примерить несколько своих ипостасей, поиграть в «игры с идентичностью» (А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская)²;

- дискуссионность. Возможность получить не отсроченную во времени обратную связь от своих единомышленников и оппонентов позволяет развивать мышление, логику, способность к построению убедительного доказательства, находчивость и т.п. (Н.В. Чудова).

В зависимости от средств воздействия выделяют два вида социальной коммуникации – **убеждающую и суггестивную.**

Убеждающая коммуникация – вид коммуникации, при которой с помощью логического обоснования происходит установление согласия с человеком, принимающим информацию (Г.М. Андреева)³. В случае убеждающей коммуникации идет обращение к логическим доводам и дополнительной информации, взаимодействие на равных с собеседником, аудиторией. Такая коммуникация осуществляется с помощью техник аргументации, настойчивости, коалиции, обращения к авторитету.

Техника аргументации включает в себя собственно аргументацию – предъявление фактов и аргументов; развертывание аргументации; метод положительных ответов и контраргументацию – видоизменение аргументации партнера; разделение его аргументов; развертывание встречной аргументации.

Техника настойчивости проявляется в смешении эмоционального напора и конфронтации с аудиторией, в то время как применение техники коалиции предполагает использование поддержки своей группы для убеждения партнера. Для увеличения веса собственных доводов используется и обращение к авторитету – ссылка на авторитет с целью убеждения собеседника, аудитории.

Убеждающая коммуникация в основном встречается в ситуации совместной деятельности, при решении профессиональных задач. Нельзя не заметить, что успех

¹ Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В. Психология жителей Интернета. – М.: URSS, 2008. – 224 с.

² Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>. (дата обращения - 17.11.2012)

³ Андреева Г.М. Указ. соч., с.91-92

совместной деятельности зависит от умения человека пользоваться техниками убеждения, занимать верную позицию в общении.

Суггестивная коммуникация представляет собой целенаправленное неаргументированное воздействие на собеседника или группу. В отличие от убеждения, представляющего собой преимущественно интеллектуальное воздействие на собеседника, суггестия – это эмоциональное воздействие. Процесс передачи информации основан на ее некритичном восприятии аудиторией, неспособной провести анализ получаемой информации. Процесс суггестивной коммуникации направлен односторонне и не предполагает равенства позиций общающихся. Это активное, персонифицированное воздействие на человека или группу.

По степени активности коммуникатора выделяют собственно суггестию и заражение. Заражение проявляется через передачу определенного эмоционального состояния, многократно усиленного путем отражения по схеме цепной реакции. В ситуации заражения происходит сопереживание большой массой народа общего психического состояния (эйфория, смятение, паника и т.д.), используются различные средства воздействия – слово, восклицания, ритмы, ритуалы. Мера заражения аудитории, критичность восприятия ею информации находятся в прямой зависимости от уровня развития общности, общего уровня развития личности и самосознания индивидов, составляющих аудиторию. Так, чем выше уровень развития общества, тем слабее действие механизма заражения. Суггестия носит вербальный характер и неспонтанна. Согласие с коммуникатором достигается путем простого принятия информации, основанной уже на готовом выводе. Решающим условием эффективности суггестии является авторитет суггестора – лица, оказывающего внушение. Эффект «доверия» проявляется в доверии как к самой личности и – в следующем, производном эффекте – «кредитности» источника, одновременно компетентного и надежного, так и к собственно информации. В этом случае авторитет, кредитность суггестора заменяют косвенную аргументацию, что является специфической характеристикой суггестивной коммуникации.

Чаще всего суггестивная коммуникация задействована в сферах пропаганды, PR, рекламы. Внушение выступает в качестве средства формирования у аудитории положительного образа марки товара, определенного имиджа политических деятелей, организаций.

Рассматривая весь спектр видов коммуникаций, переходящих друг в друга, иногда трудноразделимых, по включенности в сферы жизнедеятельности, можно выделить четыре вида социальных коммуникаций – **ритуальные, формальные, деловые, личностные.**

Ритуальные коммуникации – это коммуникации, предполагающие лишь поддержание контакта с социумом с целью подтверждения собственной включенности в социальные отношения как таковые. Собеседник в данном случае – часть ритуала, его необходимый атрибут, маска с заранее заданными свойствами, соответствующими задаче ритуала.

Представляя собой взаимодействие без содержательной психологической составляющей – активности субъекта общения, его непосредственной, личностной включенности в ситуацию общения, – ритуальные коммуникации характеризуются:

ненаправленностью контактов; неинформативностью, бессодержательностью информации; отсутствием результативности и целенаправленности действий партнеров; малым вкладом каждого из участников в процесс общения.

Коммуникативные приемы, используемые собеседниками, стилистика, каналы передачи информации и содержание самого сообщения полностью детерминированы ситуацией каждого конкретного ритуала.

В задачу ритуальной коммуникации не входит изменение мнений, суждений собеседника, его убеждения. Наоборот, ритуальное общение характеризуется необязательностью убеждения партнера и отсутствием его ответной реакции на убеждение. Цель ритуала состоит в подтверждении собственного Я, своих коммуникативных умений, применяемых в данном ритуале, своих мнений, убеждений. Эффективность ритуального общения зависит от уровня овладения его ситуацией (например, ритуалы приветствия, прощания), умения ориентироваться в ней, степени ритуальной компетентности в общении.

При соблюдении групповых ритуалов, как отмечает Т. Шибутани¹, действия участников уже predetermined, автоматизированы, не существует альтернативных акций, так как диапазон выбора действий сужен ожиданиями партнеров по ритуалу.

Первопричиной стремления свести ситуацию общения к ритуальной является неудовлетворенность человека собственным социальным положением, отсутствие включенности в значимые отношения. Согласно данным ряда исследователей (Ю.С. Крижанская, В.П.Третьяков)², большая включенность человека в ритуальную коммуникацию – признак психологического неблагополучия. В то же время полная выключенность человека из ситуации ритуального общения, отсутствие подобного вида коммуникации в арсенале коммуникативных умений свидетельствуют о социальной изоляции индивида, так как в ритуальном общении происходит выражение человеком себя как члена общества.

Формальные коммуникации характеризуются неукоснительным соблюдением коммуникантами отведенных им ролей и правил поведения. Формальное общение предполагает превалирование формы коммуникации над ее содержанием: большой акцент в ситуации взаимодействия ставится на соблюдении норм, правил в ущерб значимости содержания самого общения. Не происходит личностного вовлечения в ситуацию общения, не затрагиваются важные для человека темы, само общение проходит в значительной степени автоматически для его участников. Восприятие партнерами друг друга схематизировано, анализ мотивов, причин поведения собеседника крайне затруднен. Сам процесс восприятия, понимания и познания партнера нивелирован рамками общения, поскольку собеседник воспринимается как часть самого процесса, его легко заменяемый компонент. Существенным качеством партнера становится его неукоснительное следование выбранной профессиональной, межличностной, социальной роли («учитель», «врач», «весельчак», «чудак»). Значимым является знание правил и норм, умение придерживаться формальных ограничений.

¹ Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – с. 122-154

² Крижанская Ю.С., Третьяков В.П. Грамматика общения. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.

Важным в данном контексте представляется восприятие самой ситуации общения, ее адекватный анализ, выбор стратегий поведения в конкретной ситуации общения, их соответствие нормам и правилам (умение менять стили общения в зависимости от ситуации взаимодействия с начальником, подчиненным и пр.). Невыполнение ролевых ожиданий одним из коммуникантов, выход за рамки формальных правил и норм приводят к нарушению коммуникации, порождают удивление, тревогу у партнера.

Деловые коммуникации объединяют в себе свойства формальных и ритуальных и направлены в первую очередь на решение конкретной задачи, партнер по общению всегда выступает как значимая личность. Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической (А.П. Панфилова¹). Ожидаемый результат деловой коммуникации – оптимизация совместной деятельности партнеров. Основные задачи – продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей, улучшение партнерских отношений. В такого рода ситуациях важен предмет или повод, приведший к коммуникации, без которого деловая беседа вообще состояться не может.

Деловая коммуникация предполагает реализацию следующих условий: 1) обязательность контактов всех участников общения, независимо от их симпатий и антипатий; 2) предметно-целевое содержание коммуникации; 3) соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия с учетом должностных ролей, прав и функциональных обязанностей, а также требований субординации и делового этикета; 4) взаимозависимость всех участников деловой коммуникации как в достижении конечного результата, так и при реализации личных намерений; 5) коммуникативный контроль участников взаимодействия; 6) формальные ограничения, ориентирующие на целенаправленные, регламентированные действия с использованием адекватных коммуникативных средств для достижения прагматически ожидаемого результата.

Деловая коммуникация реализуется в трех основных коммуникативных формах:

- монологической, где преобладают коммуникативные действия (высказывания) личности как субъекта – организатора процесса слушания у других субъектов – участников общения (ситуация презентации, лекция);

- диалогической, когда субъекты взаимодействуют и взаимно активны (деловая беседа);

- полилогической, организующей многостороннее общение, зачастую носящее характер борьбы за овладение коммуникативной инициативой и связанное со стремлением к максимально эффективной реализации последней (деловое совещание).

Таким образом, деловая коммуникация характеризуется статусно-ролевыми позициями ее участников, рядом ограничений на непосредственные межличностные отношения, которые, в свою очередь, регламентируются определенными нормами.

¹ Панфилова А.П. Теория и практика общения. – М.: Академия, 2007. – 288 с.

Личностные коммуникации как вид социальных коммуникаций рассматриваются в работах М. Аргайла, Ф. Бейтса, А.А. Бодалева и др..¹ Ситуации личностного общения – исповедальные, интимные, а сообщаемая информация не может быть двойственной, рассогласованной, нечеткой.

Данный вид коммуникации во многом отличен от других. По своей сути это собственно психологическое, истинно межличностное взаимодействие, удовлетворяющее базовые потребности человека (согласно концепции базовых потребностей А. Маслоу²) в общении, понимании, сочувствии, сопереживании.

Личностная коммуникация характеризуется особым соотношением переживаемого и осознаваемого – конгруэнтностью партнеров. Термин «конгруэнтность» (К. Роджерс³) означает согласованность, соответствие и используется для выражения абсолютной искренности, цельности, стремления человека быть таким, какой он есть.

В ситуации общения, писал К. Роджерс, конгруэнтный собеседник обязательно выражает свои чувства и ощущения как таковые, а не как факты, приписываемые другому человеку или внешнему миру. Степень конгруэнтности не может быть оценена самостоятельно самим индивидом, она определяется мнением партнера, с учетом его точки зрения.

Формулируя общий закон межличностных отношений, Роджерс исходил из того, что: их адекватность, взаимопонимание, взаимная удовлетворенность отношениями зависит от степени согласованности партнеров; рассогласованность партнеров продуцирует взаимное непонимание, ухудшение психологической совместимости, неудовлетворенность отношениями.

Успешная личностная коммуникация строится на сопереживании, сочувствии, активном слушании другого.

По своему содержанию социальные коммуникации разделяются на **разрушающие, нейтральные и поддерживающие**.

Разрушающие коммуникации оказывают деструктивное влияние как на сам процесс коммуникации, так и на его участников. Выделяются следующие их виды – манипулятивные и агрессивные.

В ситуации манипулятивной коммуникации к партнеру относятся как к средству достижения внешних для него целей. Манипуляция, макиавеллизм – один из видов психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего выигрыша.

¹ Аргайл М. Психология счастья. – М.: Прогресс, 1990. – 332 с.; Аргайл М., Фернхэм Дж., Грэхем Дж. А. Стрессовые ситуации // Межличностное общение. Хрестоматия. – СПб.: Питер, 2001; Бейтс Ф. Позиции, роли и статусы: переформулировка понятий // Кравченко А.И. Социология: Хрестоматия: для студентов вузов. – Екатеринбург: Деловая книга, 1998. – С.58–70.; Бодалев А.А. Личность и общение. – М.: Международная педагогическая академия, 1995. — 328 с.

² Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с.

³ Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека. – М.: Прогресс, 1994. – 256 с.

Э. Шостром¹ считает манипулирование основным злом третьего тысячелетия, проявляющимся в расщеплении личности адресата, его невротизации, повышении «роботообразности», податливости внешнему влиянию.

Манипулятивное общение характеризуется²: многовекторностью воздействия – решается сразу несколько задач: отвлекается внимание собеседника, снижается его критичность, он изолируется от других людей – все это ради повышения значимости манипулятора; психологическим давлением на партнера: перехватывается инициатива, купируется его активность, сокращается время для принятия решения и т.д.; вторжением в психическую сферу адресата. Эксплуатируя различные интересы и потребности партнера, его опасения, манипулятор может на протяжении длительного времени на него влиять, разрушая одновременно его мотивационно-потребностную, эмоционально-волевою сферы; эксплуатацией личностных качеств партнера.

Манипулятор и свой собственный образ подает, придерживаясь принципа комплементарной стереотипичности, – предъявляемые качества соотносятся с воспринимаемыми стереотипичными качествами партнера. В представлении о себе у манипулятора происходит разъединение цельного образа Я на отдельные качества, каждое из которых может быть само по себе использовано в манипулятивном общении. Так, согласно данным Д. Маейрса и Р. Чалдини,³ цель подобного самопредъявления – облегчение задачи партнера по созданию предъявляемого ему образа-стереотипа.

Итак, манипулирование происходит как партнером, так и собой, т.е. разрушающее действие оно оказывает на всех участников коммуникации. Основным в манипуляции является представление о партнере как об активном или пассивном получателе информации. Большое значение приобретает умение пользоваться манипулятивными техниками, стратегиями и тактиками, основанными на получаемой о собеседнике информации. Исследователи тактики манипулирования обычно рассматривают две основные цели манипуляции: 1) побуждение другого к действию; 2) купирование действия другого. Известны шесть тактик манипулятивной коммуникации:

- убеждение («Я прошу тебя это сделать, потому что...»);
- отступление, регресс («Я буду плакать, пока ты это не сделаешь...»);
- принуждение («Я требую...»);
- обаяние («Ты так хорошо, волшебным образом умеешь это делать...»);
- унижение («Я буду стоять на коленях, пока ты это не сделаешь...»);
- молчание (пока собеседник не пойдет на уступку).

Для побуждения собеседника к действию чаще используется тактика обаяния, а для прекращения нежелательного действия адресата – тактики молчания и принуждения.

Агрессивная коммуникация – это коммуникация, в ходе которой осуществляются нападки на оппонента. В узком смысле агрессивная коммуникация рассматривается как

¹ Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек-манипулятор. – Мн.: ООО Попурри, 1996. – 127 с.

² Зимбардо Ф., Ляйпе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.

³ Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1999. – 688 с.; Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2000. – 272 с.

речевой акт, замещающий агрессивное физическое действие: оскорбление (например, грубая брань), насмешка, угроза, враждебное замечание, зложелание, категоричное требование с нарушением общепринятого этикета. В широком смысле – это все виды наступательного, доминирующего общения.

Агрессивная коммуникация посредством СМИ существенно отличается от вербальной агрессии в непосредственном общении оппонентов. Агрессивное поведение в межличностной коммуникации служит средством купирования воли другого, является одной из опор социальной иерархии, позволяющей подчеркнуть статус агрессора, может выступать как инструмент самозащиты. Наконец, оно выполняет компенсирующие функции, замещая физическую агрессию. Агрессивная коммуникация в СМИ – это прежде всего наступательное, активное общение, привлекающее внимание аудитории. Агрессивные реплики активизируют аудиторию, заставляя каждого мысленно соглашаться с одним из оппонентов. Таким образом, речевая агрессия может рассматриваться как достаточно эффективный, хотя и не всегда корректный способ коммуникации.

Агрессивные коммуникации могут выражаться в виде унижающей коммуникации (ущемление прав партнера), собственно агрессивной коммуникации, в ходе которой имеют место нападки на партнера, и защитно-агрессивной (агрессивное общение, вызванное другим партнером). Ответную агрессию можно считать следствием, частным случаем агрессивного общения. Любая агрессия по своей природе – признак слабости, форма защиты.

Нейтральные коммуникации определяются как коммуникации без агрессивных нападков на партнера – конфликтогенов, но также не удовлетворяющие основные социогенные потребности человека (потребности в признании, принятии, любви). В ходе нейтральной коммуникации осуществляется компромисс, достигаются договоренности по спорным вопросам, собеседники воздерживаются от поучений и назиданий друг другу, категоричных суждений, не купируя реализацию социогенных потребностей и не развивая их.

Нейтральная коммуникация может быть конвенциональной, ритуальной и формализованной.

Конвенциональная коммуникация стандартизирована, безлична. Права, обязанности остаются независимыми от их носителей. Эта коммуникация протекает в соответствии с установившимися правилами, традициями, в рамках строго определенных ограничений, которые, в свою очередь, разделяются на:

- собственно конвенциональные – соблюдение правовых, социальных норм, следование регламентации (действия по инструкциям, правилам, согласно традициям и пр.);
- ситуативные – ограничения в зависимости от ситуации общения (беседа, совещание, презентация, переговоры и т.д.);
- эмоциональные, связанные с умением управлять собственной эмоциональной сферой в ситуации общения независимо от степени напряженности атмосферы;
- насильственные, проявляющиеся в прерывании контакта любой из сторон в случаях, когда содержание информации теряет предметный характер, или когда исчерпано отведенное для коммуникации время, или когда реакции партнера неадекватны

ожиданиям и нормам (например, агрессивное поведение).

Поддерживающие коммуникации, в отличие от нейтральных, не только не ущемляют основные психологические права и свободы их участников, но даже обогащают их внутренний мир. В отличие от нейтральной коммуникации, поддерживающая предполагает удовлетворение потребности человека в общении, понимании, сочувствии, сопереживании (А. Маслоу). Ее цели непосредственно связаны с партнером, пластичны, легко изменяемы. Ожидаемый результат – совместное изменение представлений партнеров (в зависимости от глубины общения). Участие человека в поддерживающей коммуникации способствует его психическому здоровью, цельности, уравновешенности, стабильности.

Поддерживающая коммуникация может быть неформальной, эмпатической, диадической, интимно-личностной.

Эмпатическая коммуникация – это межсубъектное взаимодействие, в котором оба партнера понимают, принимают, поддерживают друг друга. Этот вид коммуникации характеризуется доверительностью отношений партнеров, что является существенным фактором, определяющим эффективность их коммуникации. Согласно Роджерсу, эмпатия (от гр. *empathēia* – сопереживание) – это сочувственное понимание внутреннего мира другого, «как будто он твой собственный, но не теряя этого "как будто"»¹.

На важность подобного «всепроникающего понимания» обращал внимание Ф. Фидлер, описывая отношения, возникающие в ситуации истинно гуманистического, терапевтического общения, а именно:

- терапевт вполне в состоянии понять чувства пациента;
- терапевт всегда уверен, что он понимает точку зрения пациента;
- замечания терапевта точно соответствуют настроению и содержанию мыслей пациента;
- тон терапевта свидетельствует о том, что он полностью способен разделить чувства пациента.

В диадической коммуникации основой взаимодействия между партнерами является субъект-субъектные отношения, сопереживание, сочувствие, активное слушание другого.

Роджерс отмечал, что в истинно диадической, гуманистической коммуникации ослабляются защитные реакции индивида, исчезают барьеры в общении, возникает стремление общаться искреннее. Партнеры могут оказывать друг на друга воздействие, в результате которого происходят изменения в личности собеседников в сторону большей цельности, меньшей конфликтности и большей жизненной энергии, поведение становится более зрелым.

Интимно-личностная коммуникация, как отмечает Л.А. Петровская², уникальна и специфична. Она возможна только в ситуации равенства партнеров, их заинтересованности в установлении и поддержании доверительного и глубокого контакта. Чаще всего такое общение возникает между близкими людьми и в значительной степени

¹ Роджерс К. Указ.соч., с.158

² Петровская Л.А. Общение – компетентность – тренинг: избранные труды. – М.: Смысл, 2007. – 688 с.

является результатом предшествующих взаимоотношений. В интимно-личностной коммуникации обычно трудно сформулировать какую-то рациональную цель, лежащую в ее основе. Ценность представляют сам контакт и связанные с ним эмоциональные переживания – сопереживание другому, ощущение своего сходства и близости с ним и т.д.

По полученному результату социальные коммуникации разделяются на **конструктивные и деструктивные**.

Конструктивные коммуникации – это коммуникации, строящиеся на принципах партнерского равенства, подчеркивания значимости личности другого. Это позитивные, эффективные по своему содержанию коммуникации, включающие в себя понимание состояния партнера, подчеркивание его значимости, проявление уважения и интереса к его личности, проблемам, безоценочное реагирование на его действия. Конструктивные коммуникации могут быть поддерживающими, диадическими, гуманистическими, эмпатийными.

Деструктивные коммуникации – это коммуникации, в процессе которых происходят ущемление прав партнера, принижение его достоинств, нападки на него, агрессивные выпады. Все это наблюдается в манипулятивном, агрессивном, суггестивном общении. В ситуациях деструктивной коммуникации акцентируются неравенство занимаемых позиций, различия, несхожесть партнеров. Это может проявляться в дискриминации партнера, пренебрежительном отношении к его проблемам.

Примером деструктивной коммуникации могут служить харазмент и сексизм.

Харазмент (англ. harassment – притеснение) – это вмешательство в частную жизнь другого, насмешки, унижения, дискредитирующие собеседника, подрывающие его самооценку. Примером, иллюстрирующим данный феномен, может быть нарушение чужого пространства общения, когда человек подходит вплотную и слушает содержание разговора или перебивает частную беседу, вступая со своей темой (interference with privacy). В ситуации делового общения – это, например, настойчивое требование со стороны начальника, чтобы подчиненный участвовал в разговоре, не относящемся к работе, когда нарушается право подчиненного быть одному (right to be let alone). Унижение, насмешка в присутствии третьих лиц, разговор на темы, заставляющие постоянно переспрашивать о смысле сказанного, создают ситуации, подрывающие самооценку подчиненного (lost of self esteem), вызывающие его душевное расстройство (mental disorder).

Сексизм как сознательное разрушение или унижение чувств другого, компетентности и т.д. – это дискриминация по половому признаку (Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер¹), проявление психологического насилия, недооценка, подавление, угрозы, манипулирование поведением другого. Сексизм проявляется в подавлении поло-ролевой сущности, соблазнении, сексуальных домогательствах.

Существует множество типологий общения, использующих самые разные основания классификации – условия и длительность, пространственно-временные параметры взаимодействия и позиции участников, особенности и стили взаимодействия и т.д. Единой

¹ Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С. Социологический словарь. – М.: Экономика, 2004. – 620 с.

универсальной типологии до сих пор не существует. Петровская выделяет наиболее часто встречающиеся обыденные социальные коммуникации, а именно: 1) деловую; 2) воспитательную; 3) диагностическую; 4) интимно-личностную.

Специфика коммуникации, по Петровской, во многом определяется тем, что в реальности приходится сталкиваться практически со всеми четырьмя типами коммуникации, разве что четвертый встречается несколько реже. Первый и четвертый типы коммуникации уже рассматривались нами, остановимся на втором и третьем.

Воспитательная коммуникация предполагает ситуации, в которых один из участников целенаправленно воздействует на другого, достаточно четко представляя себе желаемый результат, т.е. зная, в чем он хочет убедить собеседника, чему научить и т.д. Обычно такого рода беседы возможны, когда один из партнеров по общению (обучающий) обладает ситуационно или постоянно (как учитель в школе) большим авторитетом и знаниями, чем другой. Или же, что иногда затрудняет подобные ситуации, обучающему партнеру приходится добиваться необходимого авторитета в глазах объекта своего воздействия в самом его процессе.

Диагностическая коммуникация своей целью имеет формирование определенного представления о собеседнике или получение у него какой-либо информации (таково общение начальника отдела кадров с оформляющимся на работу, врача с пациентом и т.д.). Здесь, как и в Предыдущем случае, партнеры находятся в различных позициях: один спрашивает, другой отвечает. Конечно же, чтобы получить полноценный ответ, спрашивающий должен уметь правильно задавать вопросы, учитывая свой собственный статус и статус отвечающего, его готовность и умение давать соответствующие ответы.

Средства социальных коммуникаций

Социальная коммуникация возможна при помощи знаковых систем. Различают вербальные (устная и письменная речь) и невербальные (неречевые), а также технические (печатные и электронные) средства коммуникации.

1. Вербальные средства коммуникации. В межличностном общении обычно применяются письменная и устная речь, тесно связанные между собой. Знаки письменной речи – буквы – обозначают звуки устной речи. Письменная речь требует более развернутого построения, более систематического и логически связного изложения, чем устная речь. Но именно в устной речи быстро обнаруживается непонимание, быстро происходит обратная связь.

Преимущества письменного языка становятся решающими в ситуациях, где необходимы точность и ответственность за каждое слово. Основное преимущество устного языка перед письменным заключается в его экономности, т.е. для устной передачи какой-либо мысли требуется меньше слов. Экономия достигается благодаря иному порядку слов, пропуску концов и отдельных частей предложений. Преимущества устного языка проявляются в условиях временного дефицита и в случаях, когда необходимо влиять на другого, воодушевлять, т.е. в ситуациях непосредственного личностного контакта. Недостатками устного языка являются речевые ошибки, многозначность, вероятность

возникновения барьеров в общении. Со времен Гельвеция известно одно из человеческих заблуждений, заключающееся в том, что точность передачи информации в устной форме самая высокая. Взаимодействуя, партнеры не всегда находят общий язык. Логический барьер в ситуации коммуникации возникает всякий раз, когда партнеры не считают нужным грамотно, ясно и лаконично излагать свои мысли, учитывая при этом специфику партнера по общению. Стилистический барьер возникает при несоответствии формы коммуникации ее содержанию или когда информация передается функционально-книжным языком, понятным при чтении, но затрудняющим восприятие на слух. Такие ситуации вызывают не только неудовлетворенность, но и непонимание самой информации, а отрицательные эмоции, сопутствующие подобной коммуникации, не позволяют внимательно слушать, мешают сосредоточиться. Семантические и лингвистические барьеры могут вызываться несовпадением тезаурусов (лингвистического словаря с полной смысловой информацией), ограниченным лексиконом одного из партнеров, а также социальными, культурными, психологическими, национальными, тендерными различиями собеседников. Фонетический барьер – препятствие, создаваемое особенностями речи говорящего, – появляется, когда темп и скорость речи, качество дикции и произношения оставляют желать лучшего.

Таким образом, коммуникативная компетентность с этой точки зрения включает в себя, во-первых, безупречное знание всех норм и правил устного и письменного языка; во-вторых, хорошее владение устным и письменным языком; в-третьих, умение устанавливать оптимальное соотношение между устным и письменным языком с учетом изменяющейся ситуации.

2. Невербальные средства социальных коммуникаций. Невербальные средства коммуникации используются для регуляции коммуникативного процесса, создания психологического контакта между партнерами. В отличие от устной и письменной речи, невербальные средства общения не могут в полной мере быть осознанными как говорящими, так и слушающими. При этом они могут выполнять все основные функции языковых знаков, т.е. фактически заменять текст. Человек в ситуации общения реализует своеобразную коммуникативную программу, накладывая на нее вербальную форму. Иными словами, вербальная часть сообщения обычно накладывается на предварительно развернутую схему невербальных компонентов. Подобное соотношение речи и невербального поведения отражает реальный процесс общения: выразительные движения, способствующие установлению или исчезновению отношений между людьми, выполняют функцию усиленного контроля движений, функцию «активной манифестации» и регулятивную функцию, тем самым управляя коммуникацией без существенной эмоциональной нагрузки партнеров по общению. Выполняя же в процессе коммуникации осведомительную и регулятивную функции, они являются своеобразным языком общения. Роль выразительных движений заключается в усилении эмоциональной насыщенности сказанного, создании объективного фона словесного содержания, повышении его выразительности. Исходя из семантической природы невербальных коммуникаций, И.Н. Горелов¹ предлагает их классифицировать на основе вносимых ими в сообщения обобщенных значений. Так, с помощью жестов реализуются указательные значения, с помощью пантомимики – описательные. Модальные значения (одобрение, согласие,

¹ Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М.: URSS, 2009. – 112 с.

решительность) передаются некоторыми жестами и мимикой, значения побуждения, вопроса, утверждения и отрицания – жестами, мимикой, пантомимикой.

Невербальное поведение личности – это социально и биологически обусловленный способ организации усвоенных индивидом невербальных средств общения, преобразованных в индивидуальную, конкретно-чувственную форму действий и поступков. Поэтому понятие невербального поведения личности уже, чем понятие невербальных коммуникаций, невербальных средств общения.

Невербальное поведение личности характеризуют кинесическая, акустическая (просодическая и экстралингвистическая), тактильно-кинестезическая (такесическая), ольфакторная системы средств, которые, в свою очередь, могут быть разделены на подсистемы и элементы.

Кинесическую систему невербальных средств коммуникации образуют элементы мимики и пантомимики – жест, поза, походка и т.д.

Подструктурой кинесики является также визуальный контакт. Обмен взглядами, организация визуального контакта, включающего в себя время фиксации взгляда на партнере, частоту фиксации, крайне важны при создании атмосферы интимности в межличностном общении. Направление взгляда в общении, его фиксация зависят от содержания общения, индивидуальных различий партнеров по общению, от характера их взаимоотношений и от предшествующего опыта развития этих взаимоотношений. Х. Миккин¹ выделяет следующие функции визуального контакта:

- 1) информационный поиск (в этих целях говорящий смотрит на слушающего в конце каждой реплики и в опорных пунктах сообщения, а слушающий – на говорящего);
- 2) оповещение об освобождении канала связи;
- 3) стремление показать свое Я;
- 4) установление и поддержание социального взаимодействия;
- 5) поддержание стабильного уровня психологической близости.

В ситуациях монологической коммуникации на собеседника смотрят в течение 45% всего времени общения, тогда как в активном диалоге – в течение 65%. Таким образом, при деловом взаимодействии визуальный контакт, мимика, взгляд имеют немаловажное значение. Нормальный для конструктивного делового общения взгляд – теплый, доброжелательный, открытый и успокаивающий.

Рассматривая как основание систематизации жестов выполняемые ими функции, Н.И. Смирнова предлагает следующую классификацию:

- 1) коммуникативные жесты – мимика, телодвижения, т.е. выразительные движения, замещающие в речи элементы языка. Это жесты приветствия и прощания, угрозы, привлечения внимания, подзывающие, приглашающие, запрещающие, оскорбительные,

¹ Миккин Х.Х. Психологический эффект обратной видеосвязи / Х.Х. Миккин // Средовые условия групповой диагностики. - Таллинн, 1988. – С. 167-182.

дразнящие (встречающиеся в общении детей), утвердительные, отрицательные, вопросительные, выражающие благодарность, примирение, а также жесты, встречающиеся в различных других ситуациях межличностного общения. Все перечисленные жесты понятны без речевого контекста;

2) описательно-изобразительные жесты, понятные только при словесном дополнении (например, жест, сопровождающий рассказ о величине предмета);

3) модальные жесты, выражающие оценку, отношение к предметам, людям, явлениям окружающей среды. К ним относятся жесты одобрения, недовольствия, иронии, недоверия, передающие неуверенность, незнание, страдание, раздумье, сосредоточенность, растерянность, смятение, подавленность, разочарование, отвращение, радость, восторг, удивление.

Акустическая система невербальных средств коммуникации включает в себя просодическую и экстралингвистическую подсистемы. Многочисленные характеристики голоса человека создают его образ, выявляя его психическую индивидуальность и уникальность. Голосовые характеристики человека являются просодическими и экстралингвистическими средствами коммуникации.

Просодическая система – это высота, громкость голосового тона, длительность речи. В качестве ее подструктуры выступает интонация голоса – ритмико-мелодическая сторона речи, совокупность звуковых средств языка, организующих речь. Интонация позволяет выражать мысли, чувства собеседников не только наряду со словом, но и помимо его, а иногда и вопреки ему. Основными ее элементами являются мелодика речи, ее ритм, интенсивность, темп, тембр, а также фразовое и логическое ударение. Интонации создают целостный психологический образ человека, выявляя его состояние, на их основе достаточно легко установить отношение человека к сказанному, к собеседнику. Рассогласования между содержанием речи и ее интонацией – верный признак неискренности человека или несбалансированности отдельных компонентов его экспрессивного репертуара.

Экстралингвистическая система определяется включением в речь пауз, а также различного рода психофизиологических проявлений человека (плач, кашель, смех, вздох, шепот и т.д.).

Акустические средства коммуникации выполняют функции дополнения, замещения, предвосхищения речевого высказывания, а также регулирования речевого потока, акцентирования внимания собеседника, а также функцию экономии речевого высказывания.

Тактильно-кинестезическая (такесическая) система невербальных средств социальной коммуникации дает представление о физическом контакте и расположении тела в пространстве. Физический контакт в виде прикосновений, поглаживаний, поцелуев, похлопываний является важным источником взаимодействия личности с окружающим миром. С помощью прикосновений различного вида формируются представления о пространстве своего тела и знания о частях тела другого человека. Прикосновения в виде поглаживаний выполняют в общении функцию одобрения, эмоциональной поддержки.

Ольфакторную систему невербальных средств коммуникации образуют средства, оперирующие системой запахов – естественных и искусственных, индивида и окружающей среды. Ольфакторная система очень тонка и проявляется при весьма специфических обстоятельствах (например, в интимном общении между мужчиной и женщиной, в ситуации «врач – больной»). Ольфакторная система служит показателем общего уровня культуры человека.

3. Пространственно-временная организация общения. Пространство и время общения являются основой и первым условием любых взаимоотношений людей. К собственно пространственно-временным, или проксемическим, параметрам относятся: ориентация партнеров в момент общения, дистанция между ними, временные характеристики коммуникаций. Э. Холл¹ выделяет три уровня проксемического поведения: первый связан с филогенетическим прошлым людей (территориальность, феномен толпы); второй – с психофизиологическим процессом восприятия; третий – со структурированием пространства в зависимости от влияния культуры. Выявленные Холлом нормы приближения человека к человеку, характерные для североамериканской культуры, определяются четырьмя зонами (радиусами): 1) интимная зона – расстояние от 0 до 45 см (используется при общении самых близких людей); 2) персональная, личная зона – от 45 до 120 см (при обыденном общении со знакомыми людьми); 3) социальная зона – от 120 до 400 см (при общении с чужими людьми и при официальном общении); 4) публичная зона – от 400 до 750 см (при выступлении перед различными аудиториями).

На выбор дистанции в общении влияют социальный престиж общающихся, национально-этнические признаки, пол, возраст коммуникантов, характер их взаимоотношений, экстравертированность/интровертированность и другие личностные характеристики. Нарушение оптимальной дистанции общения воспринимается партнерами негативно, они пытаются ее изменить, что приводит к возникновению «эффекта движущегося общения».

4. Технические средства коммуникаций. На протяжении многих веков способы и средства коммуникации, способы обработки, хранения, передачи информации совершенствовались медленно, не претерпевая особых изменений. В последние же десятилетия с возрастающей скоростью происходят качественные, принципиальные изменения в способах и средствах передачи информации на основе технических изобретений, открытий (телевидение, компьютеры, сотовая связь, Интернет и т.д.). Появившиеся электронные средства (телевидение, радио), Интернет расширили, преобразовали сферу традиционной коммуникации, поддерживаемую печатными средствами (СМИ).

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Дайте определение понятия «социальная коммуникация».
2. Что значит «типификация» в теории А. Шютца?
3. Что называется фреймом в теории И. Гоффмана?

¹ Холл Э. Скрытое измерение. – Нью-Йорк, 1966. / E.T. Hall: The hidden Dimension. Man's Use of Space in Public and Private. 1966

4. Какие функции социальных коммуникаций вы знаете?
5. Объясните значение ритуалов в общении. Какие функции они выполняют?
6. Поясните понятия интерперсональной и институциональной социальной коммуникации.
7. Назовите основные задачи деловой коммуникации. Какие условия необходимы для реализации деловой коммуникации?
8. Как следует понимать конструктивные и деструктивные коммуникации?
9. Дайте определение понятий «характеризм» и «сексизм».

Литература

1. Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С. Социологический словарь. – М.: Экономика, 2004. – 620 с.
2. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы. М., 1990.
3. Андреева Г. М. Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 364 с.
4. Аргайл М. Психология счастья. – М.: Прогресс, 1990. – 332 с.
5. Аргайл М., Фернхэм Дж., Грэхем Дж. А. Стрессовые ситуации // Межличностное общение. Хрестоматия. – СПб.: Питер, 2001.
6. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 560 с.
7. Бардиер Г. Социальная психология толерантности. – СПб.: Изд-во С.-Петербург.ун-та, 2005. – 120 с.
8. Бейтс Ф. Позиции, роли и статусы: переформулировка понятий // Кравченко А.И. Социология: Хрестоматия: для студентов вузов. – Екатеринбург: Деловая книга, 1998. – С.58–70.
9. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М., 1988. – с.
10. Битянова М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей. Учебное пособие. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 576 с.
11. Бодалев А.А. Личность и общение. – М.: Международная педагогическая академия, 1995. – 328 с.
12. Болотова А.К., Жуков Ю.М., Петровская Л.А. Социальные коммуникации. – М.: Гардарики, 2008. – 279;
13. Болотова А. К. Прикладная психология. М., 2006. – с.
14. Болотова А. К. Психология организации времени. М., 2006. – с.
15. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 320 с.
16. Гарднер Г. Искусство и наука влияния на взгляды людей. – М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2008. – 256 с.
17. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения. – СПб.: Питер, 2005. – 203 с.
18. Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. – М.: URSS, 2009. – 112 с.
19. Горянина В. А. Психология общения: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 416 с.
20. Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта.– М.: Ин-т социологии РАН, 2004. – с.

21. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: КАНОН-ПРЕСС-Ц, Кучково поле, 2000. – 304 с.
22. Гофман И. Ритуал взаимодействия: очерки поведения лицом к лицу. – М.: Смысл, 2009. – 319 с. Дерябо С. Д., Ясвин В. А. Гроссмейстер общения: иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. – М.: Смысл, Academia, 1996. – 192 с.
23. Добрович А. Общение: наука и искусство. – М.: АОЗТ Яуза. В. Секачев, 1996. – 256 с.
24. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 2000. – 344 с.
25. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>. (дата обращения - 17.11.2012)
26. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.
27. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
28. Конечкая В.П. Социология коммуникаций. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с. и др.
29. Крижанская Ю.С., Третьяков В.П. Грамматика общения. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.
30. Крысько В. Г. Социальная психология: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Изд-во ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – 448 с.
31. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие для бизнесменов. – М.: Ось-89, 1996. – 240 с.
32. Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В. Психология жителей Интернета. – М.: URSS, 2008. – 224 с.
33. Куница В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
34. Лабунская В. А. Невербальное поведение. Ростов н/Д., 1986. – с.
35. Лазарсфельд П.Ф., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: Пер. с англ. // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М.: Аспект-пресс, 2000.
36. Леонтьев А. А. Психология общения. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Смысл, 1997. – 365 с.
37. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1999. – 688 с.
38. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2008. – 352 с.
39. Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность. – Х.: Изд-во Гуманит. центр, 2007. – 296 с.
40. Миккин Х.Х. Психологический эффект обратной видеосвязи / Х.Х. Миккин // Средовые условия групповой диагностики. - Таллинн, 1988. – С. 167-182
41. Панкратов А. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. М., 2000. – с.
42. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учеб. пособие. СПб., 1999. – с.
43. Панфилова А.П. Теория и практика общения. – М.: Академия, 2007. – 288 с.
44. Парыгин Б.Д. Социальная психология: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУБ, 2003. – 616 с.
45. Петрова Е.А. Знаки общения. – М.: «Издательство ГНОМ и Д», 2001. - 256 с.
46. Петровская Л.А. Общение – компетентность – тренинг: избранные труды. – М.:

Смысл, 2007. – 688 с.

47. Платонов Ю. П. Социальная психология поведения: Учебное пособие. – СПб., Питер, 2006. – 464 с.
48. Психология господства и подчинения: хрестоматия / сост. А.Г. Чернявская. Минск, 1998. – с.
49. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека. – М.: Прогресс, 1994. – 256 с.
50. Свенцицкий А.Л. Социальная психология: Учебник. – М.: ООО ТК Велби, 2003. – 336 с.
51. Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. СПб., 2001.
52. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации - СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. - 461 с.
53. Сухов А.Н. Реальная социальная психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: МПСИ, 2004 – 350 с.
54. Сухов А.Н. Социальная психология безопасности. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 256 с.
55. Сучкова Г.М. Прагматика межличностного взаимодействия. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005. – 240 с.
56. Тейлор Ш., Пипло Л., Сирс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2004. – 767 с.
57. Харрис Р. Психология массовой коммуникации. СПб., 2005.
58. Хинш Р., Виттман С. Социальная компетенция. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2005. – 192 с.
59. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2000. – 272 с.
60. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других! – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 336 с.
61. Черри К. Человек и информация: критика и обзор. – М.: Связь, 1972. – 368 с.
62. Щербинина Ю.В. Вербальная агрессия. – М.: КомКнига, 2006. – 360 с.
63. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 544 с.
64. Шостром Э. Анти-Карнеги. – Мн.: ООО Попурри, 1996. – 127 с.
65. Шютц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом. – М.: РОСПЭН, 2004. – 1056 с.
66. Экман П. Психология лжи. – СПб.: Питер, 2000. – 272 с.
67. Hall E.T. The hidden Dimension. Man's Use of Space in Public and Private. 1966

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Коммуникация – культурнообусловленный процесс, который протекает по-разному в зависимости от национальной принадлежности его участников. Нам сложно до конца понять других людей, особенно при наличии таких барьеров между культурами, как язык, географическое положение, религия, представления о мире, отношение к различным человеческим ценностям. Лишь осознание и учет воздействия культуры на поведение человека, развитие и совершенствование синергических навыков, использование наиболее ценного, что накоплено в каждой культуре позволит стать человеку мультикультурной личностью.

Исходя из представлений о культурной коммуникации как о системе и о процессе одновременно, межкультурную коммуникацию можно определить как соединение систем, в которых артефакт, превращенный в другую форму развития, получает новый вид и новую функцию.

Межкультурная коммуникация – это вид системы культурной коммуникации с новым системным свойством. В ней артефакт одной культуры становится метапродуктом другой культуры, несущим на себе печать адаптации и интерпретации. Как и в системе «культура», где артефакт (произведение, сообщение) является главным членом, центрируя всю систему, в межкультурной коммуникации метаартефакт – тоже цель всего процесса. В европейских языках приставка «мета-» (греч. – после, за, через) как составная часть сложных слов обозначает нечто, находящееся на более высокой ступени, более высоком уровне, чем названное понятие (например, метатеория). Но «мета-» может обозначать и превращение, переход через границу (метастаза). В культурной и межкультурной коммуникации метапродукт в принимающей системе – это артефакт, перешедший границу, несущий на себе печать интерпретации и только становящийся из «чужого» «своим».

Межкультурную коммуникацию можно представить схемой:

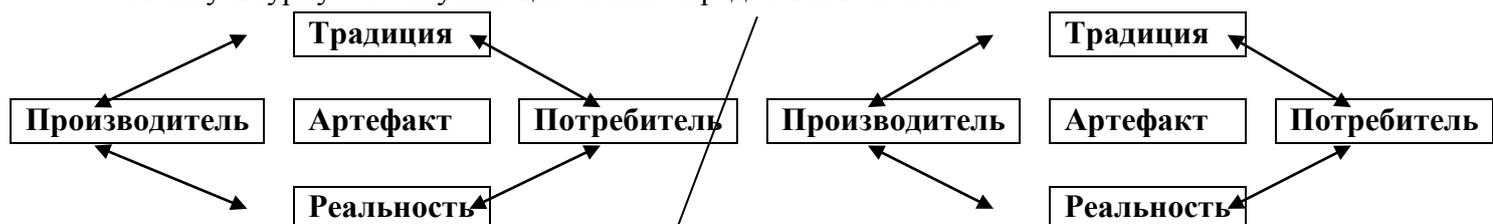


Рис. 1. Межкультурная коммуникация

Прагматический аспект межкультурной коммуникации. Прагматический аспект межкультурной коммуникации был задан американским военным ведомством и дипломатическими службами. Понятие «межкультурная коммуникация» введено американским культурологом и антропологом Э. Холлом¹ в 1954 году.

Под межкультурной коммуникацией Э. Холл понимает межэтническую коммуникацию. Позже другими культурологами и лингвистами понятие межкультурной коммуникации было расширено и стало включать также гендерную, социально статусную и возрастную коммуникации. Сложность состоит в том, что ни один из видов межкультурной

¹ Hall E.T. The hidden Dimension. Man's Use of Space in Public and Private. 1966

коммуникации не имеет жестко очерченных границ. По мнению Холла, в различных сферах жизнедеятельности человека можно выделить десять отдельных культурных систем: взаимодействие с окружающей средой; общественная организация; обеспечение физического существования; половые отношения; отношение к территории; отношение ко времени; учеба; игра; защита; использование материалов.

Проблема межкультурной коммуникации интересует Э. Холла с прагматической точки зрения. Но его несомненной заслугой является то, что Холл уловил «вызов времени».

Смысл и опасность межкультурной коммуникации. Межкультурная коммуникация – могучий и опасный инструмент культуры. Сегодня уже совершенно очевидно, что культурная замкнутость национальных, социальных, гендерных миров невозможна. Метапроизведения пересекают границы, но национальные концепты продолжают «жить» в разных языках и культурах.

В межкультурной коммуникации важно учитывать цели и стратегии того «потребителя–автора», который создает метапроизведение. Дело в том, что он может путем отбора протопроизведений, их интерпретации и адаптации осуществлять культурную агрессию, т.н. «малые воздействия». Перенасыщенная чужими метаартефактами собственная культура может разрушаться. При этом никакой насильственной ассимиляции даже не потребуется, потому что в процессе метакоммуникации сможет быть сформирован метапотребитель, которому окажутся чуждыми ценности своей культуры.

Проблема понимания в межкультурной коммуникации

Процесс восприятия и факторы, влияющие на него. Как уже было отмечено, главным отличительной особенностью процесса коммуникации является обязательное взаимопонимание партнеров. Без правильного восприятия, оценки и взаимопонимания весь процесс коммуникации теряет смысл. Для эффективной и успешной коммуникации с представителями других культур необходимы определенные знания, навыки и способности, которые формируют взаимопонимание партнеров по коммуникации. Процесс коммуникации начинается с наблюдения за партнером, его внешностью, голосом, особенностями поведения и т.д. Совокупность этих наблюдений составляет процесс восприятия, который в самом общем виде представляет собой отбор, организацию и интерпретацию чувственных данных. Эта исходная и обязательная составная часть коммуникации получила название перцептивной стороны общения. При этом термин «перцептивный» здесь используется не просто как «восприятие», а как познавательное восприятие собеседника или партнера. Вся информация о другом человеке формируется через органы чувств в форме ощущений. Полученная информация интерпретируется.

Процесс восприятия предполагает отражение в сознании человека отдельных ощущений о предметах, ситуациях и событиях внешнего мира, в результате которого сенсорные данные отбираются и организовываются таким образом, чтобы мы могли понять как очевидные, так и скрытые характеристики окружающего мира. При этом восприятие мира и последующее суждение о нем не свободно от эмоций, мотиваций или представлений. Более того, на основании своего прошлого опыта человек структурирует и перерабатывает поступающие от органов чувств сигналы так, что они могут служить для преодоления конкретных жизненных затруднений. Как правило, интерпретация и структурирование поступающей информации происходит на основании предыдущего опыта.

Вместе с тем восприятие человеком информации об окружающей среде избирательно. Культурный и жизненный опыт, эмоции, воспитание, образование каждого человека

индивидуальны и неповторимы, и по этой причине разные люди просто не в состоянии давать одним и тем же событиям одинаковую интерпретацию. Получая информацию из окружающего мира, человек систематизирует и упорядочивает ее в удобной для себя форме. В психологии это процесс получил название «категоризация».

Категоризация помогает «упростить» действительность, сделать ее более понятной и доступной, позволяет строить предположения и предсказания. Категоризация является необходимым элементом процесса восприятия окружающего мира

Все это означает, что восприятие действительности человеком обусловлено культурными, социальными и личностными причинами. Из огромного числа факторов такого рода ученые выделяют четыре главных:

Фактор первого впечатления. Факторами, формирующими контекст коммуникации, чаще всего выступают место и время встречи, намерения и цели участников, наличие или отсутствие посторонних лиц, групповые нормы и т.д. От сочетания этих факторов и особенностей партнеров зависит «техника» общения. Выбор техники общения диктуется социокультурным и личностными характеристиками партнера, которые позволяют отнести его к какой-то категории, группе. В начале общения в фокусе восприятия оказываются те признаки партнера, которые позволяют определить его принадлежность к той или иной группе в соответствии с особенностями ситуации общения и требованиями к построению дальнейшего поведения. Большое влияние на первое впечатление о человеке оказывает его внешний вид. Одежда человека может сказать особенно много. В каждой культуре есть модели одежды, способные сообщить о социальном статусе человека (дорогой костюм или рабочая роба), иногда по ней узнают о событиях в жизни человека (свадьба, похороны). Форменная одежда указывает на профессию ее владельца. Так, человек в форме милиционера уже одним своим присутствием может призвать к порядку. Одежда может выделить человека, сфокусировав на нем внимание, а может помочь затеряться толпе.

Полнота и характер первого впечатления зависят от таких качеств воспринимающего субъекта, как степень его уверенности в себе и присущего ему отношения к другим людям. В действии фактора первого впечатления важным является вопрос о его правильности или неправильности. Исследования показывают, что почти каждый взрослый, имеющий достаточный и разнообразный опыт общения, вполне способен точно определить почти все характеристики партнера – его психологические черты, социально-демографическую принадлежность и т.п. Но в реальных ситуациях обязательно присутствует какой-то процент ошибок. Чем нейтральнее отношения между партнерами по коммуникации, чем более люди заинтересованы друг в друге, тем больше вероятность ошибок при первом впечатлении.

Фактор превосходства. Первое впечатление создает только основу для дальнейшего общения, но его оказывается недостаточно для постоянного и длительного общения. В постоянном общении становится важным более глубокое и объективное восприятие партнера. В этой ситуации начинает действовать фактор превосходства, в соответствии с которым происходит определение статуса партнера по коммуникации. Исследования показывают, что для определения этого параметра коммуникации служат два источника информации: 1) одежда, включающая все атрибуты внешности, в том числе и знаки различия, очки, прическу, драгоценности и т.п.; 2) манера поведения (как сидит, ходит, разговаривает и смотрит человек во время общения).

Действие фактора превосходства начинается тогда, когда при общении человек фиксирует

превосходство другого над собой по знакам в одежде и манере поведения. С одной стороны, человек на основе этого строит свое поведение в данный момент, а с другой – при оценке личности партнера может допускать ошибки, преувеличивать или преуменьшать те или иные его качества.

Фактор привлекательности. Психологическими исследованиями достоверно установлено, что существуют реальные основания для восприятия и понимания человека по его внешности. В них доказано, что почти все детали внешнего облика могут нести информацию об эмоциональном состоянии человека, отношении к окружающим людям, отношении к себе, состоянию его чувств в данной ситуации общения» В этом проявляется действие фактора привлекательности при коммуникации.

По своей сущности фактор привлекательности имеет ту же социальную природу, что и фактор превосходства, поэтому их механизмы схожи. Знаки привлекательности следует искать не в разрезе глаз или цвете волос, а в социальном значении того или иного признака, который служит знаком привлекательности. У каждого народа существуют свои, отличающиеся друг от друга каноны красоты и одобряемые или неодобряемые обществом типы внешности. В этом отношении привлекательность представляет собой не что иное, как степень приближения к соответствующему типу внешности, максимально одобряемой той социокультурной группой, к которой принадлежит человек.

Фактор отношения к нам. Фактор отношения к нам проявляется при общении в чувствах симпатии или антипатии, в согласии или несогласии с нами. В практике общения существует большое количество косвенных признаков согласия. Это и определенное поведение – кивки головой, одобряющие и ободряющие улыбки в нужных местах и многие другие проявления, соответствующие позиции человека.

Межличностная аттракция в межкультурной коммуникации. Процесс предпочтения одних людей другим, взаимного притяжения между людьми, взаимной симпатии получил название межличностной аттракции. По сути, межличностная аттракция представляет собой оценочную реакцию одного человека, которая побуждает его вести себя определенным образом при взаимодействии с другим. Таким образом, аттракцию можно считать разновидностью восприятия, определяющей содержание, характер и стиль межличностной коммуникации.

В практической жизни привлекательность одного человека для другого проявляется в широком диапазоне эмоциональных состояний, которые формируются под влиянием внешних и внутренних факторов межличностной аттракции.

Внешние факторы аттракции. Потребности в аффилиации – потребность создавать и поддерживать удовлетворительные отношения с другими людьми, желание нравиться, привлекать внимание, интерес, чувствовать себя ценной и значимой личностью.

Эмоциональное состояние. Оттого, как индивид относится к другим людям и как они относятся к нему, зависит общее эмоциональное состояние, влияющее на тип и характер процесса коммуникации.

Пространственная близость. Действие этого фактора состоит в том, что при прочих равных условиях, чем ближе пространственно находятся люди друг к другу, тем вероятнее их взаимная привлекательность.

Внутренние факторы аттракции (вступают в силу, когда люди начинают процесс общения между собой)

Физическая привлекательность. Человеческая психика воспринимает красоту как важный элемент установления и развития межличностных отношений.

Стиль общения. Выделяют поддерживающий и неподдерживающий стили общения. Поддерживающий стиль можно определить как тип поведения, в результате которого партнер по общению начинает больше себя ценить. Неподдерживающий стиль – тип поведения, в результате которого партнер по общению начинает оценивать себя ниже.

■ Сходство. В основе этого фактора лежит принцип когнитивного соответствия; «приятный человек – это человек, который согласен со мной». Этот принцип предполагает, что люди имеют психологическую потребность в согласованности, последовательности своих действий.

■ Личное отношение к партнеру. Индивид положительно относится к тем людям, которые его хвалят, любят, сотрудничают с ним, и, напротив, отрицательно – к тем, кто его критикует, ненавидит или является конкурентом.

Атрибуция в межкультурной коммуникации. В процессе межкультурного взаимодействия человек воспринимает другого вместе с его действиями и через действия. В современной науке атрибуция рассматривается как процесс интерпретации, посредством которого индивид приписывает наблюдаемым и переживаемым событиям или действиям определенные причины. Именно в ситуациях межкультурных контактов существование атрибуций проявляется особенно отчетливо, так как постоянно приходится объяснять «необычное» поведение.

Возникновение интереса к свойству атрибуции обычно связывают с работами выдающегося американского психолога Фрица Хайдера¹. Согласно его предположениям, в поведении каждого человека можно выделить два основных компонента: **старание**, которое он рассматривает как сумму намерений совершить действие и усилий, прилагаемых для осуществления этих намерений, и **умение**, определяемое как разница между способностями совершить действие и объективными трудностями, препятствующими совершению этого действия. Поскольку намерения, усилия и способности принадлежат человеку, а трудности определяются внешними обстоятельствами, то «наивный наблюдатель», приписав основную роль какому-либо из этих факторов, сможет сделать вывод о том, почему человек совершил действие. Его заключения сводятся к тому, что «он сам такой» (приписывается ответственность действующему) или же что «так сложились обстоятельства» (причина действия связана с внешней средой). Таким образом, в соответствии с представлениями Хайдера, наблюдатель, владея только информацией о содержании действия, может объяснить поступок либо личностными особенностями, либо влиянием внешнего окружения. По его мнению, построение атрибуций связано с желанием упростить окружающую среду и попытаться предсказать поведение других людей.

Иное объяснение атрибуции, позволяющее найти ее причину и в личности, и в окружении, предложил Гарольд Келли². По его мнению, информация о каком-либо поступке оценивается в трех аспектах: согласованности, стабильности и различения.

Согласованность означает степень уникальности действия с точки зрения принятых в обществе норм поведения. Стабильность поведения подразумевает степень изменчивости реакций данного человека в привычных ситуациях. Различие определяет степень

¹ Heider F. The psychology of interpersonal relations. – N.Y., 1964.

² Kelley H. Attribution: Receiving the Causes of Behavior. N.Y., 1972; Kelley H. Interpersonal Relations. N.Y., 1978

уникальности данного действия по отношению к данному объекту. Различные сочетания высоких или низких значений факторов определяют отнесение причины поступка либо к личностным особенностям (личностная атрибуция), либо к особенностям объекта (стимульная атрибуция), либо к особенностям ситуации (обстоятельственная атрибуция).

При личностной атрибуции поведение человека рассматривается с точки зрения его уникальности или традиционности, т.е. насколько поведение данного человека свойственно другим людям.

При стимульной атрибуции внимание к поведению человека акцентируется на вопросах: ведет ли человек себя одинаково по отношению к разным людям или предметам? Зависит ли характер поведения от объекта действий и его особенностей?

Обстоятельственная атрибуция устанавливает зависимость поведения человека от особенностей: ситуации, в которой происходит действие.

Таким образом, каждый из участников коммуникации, оценивая другого, стремится построить собственную систему понимания причин поведения партнера.

Межкультурные конфликты и способы их преодоления. Возникновение конфликта вовсе не означает прекращения отношений между коммуникантами; за этим скорее стоит возможность отхода от имеющейся модели коммуникации, а дальнейшее развитие отношений возможно как в позитивном направлении, так и в негативном.

В процессе коммуникации с представителями других культур причинами напряженности и конфликта очень часто бывают ошибки атрибуции:

Фундаментальная ошибка атрибуции. Суть ее заключается в том, что всем людям присуще свойство преувеличивать значение личностных факторов и недооценивать ситуативные факторы при интерпретации причин действий и поведения других людей. Вследствие этого причиной собственных негативных действий признается сложившаяся ситуация, в то время как аналогичное поведение другого человека объясняется присущими ему личными качествами.

■ Ошибка иллюзорных корреляций возникает из-за использования априорной информации о причинных связях. В соответствии со своими представлениями человек склонен в любой практической ситуации выделять одни моменты и не замечать других и вместо поиска действительных причин использовать стандартные и известные объяснения.

■ Ошибка ложного согласия в атрибуции состоит в том, что приписываний причин всегда происходит с эгоцентрической позиции: человеку кажется, что его поведение является обычным и единственно правильным. Если другие люди действуют по-иному, то их поведение считается ненормальным, а причина кроется в их личностных особенностях.

Мотивационная ошибка атрибуции направлена на поддержание самооценки человека, т.е. результаты действий человека не должны противоречить его представлениям о самом себе.

К. Делхес¹ называет три основные причины коммуникационных конфликтов – личные особенности коммуникантов, социальные отношения (межличностные отношения) и организационные отношения.

К личностным причинам конфликтов относятся ярко выраженные своенравие и честолюбие, фрустрированные индивидуальные потребности, низкая способность или готовность к адаптации, подавленная злость, несговорчивость, карьеризм, жажда власти

¹ Delhes K. Soziale Kommunikation. Opladen, 1994

или сильное недоверие. Люди, наделенные такими качествами, часто вызывают конфликты.

К социальным причинам возникновения конфликтов относят сильно выраженное соперничество, недостаточное признание способностей, недостаточную поддержку или готовность к компромиссам, противоречащие друг другу цели и средства для их достижения.

К организационным причинам конфликтов относят перегрузку работой, неточные инструкции, неясные компетенции или ответственность, противоречащие друг другу цели, постоянные изменения правил и предписаний для отдельных участников коммуникации, глубокие изменения или реструктуризацию укоренившихся позиций и ролей.

В межкультурном общении причинами коммуникативных конфликтов могут выступать не только культурные различия, но и иерархические различия, социальное расслоение, конфликт поколений и т. д. Реальные отношения предполагают наличие целого множества взаимопроникающих конфликтов, поэтому «чисто» межкультурные конфликты в реальной жизни не встречаются.

Конфликт, как считает К. Томас¹, – это «процесс, который зарождается, когда одна из сторон предполагает, что другая сторона препятствует или собирается препятствовать осуществлению намерений первой стороны». К. Томас выделил пять стилей поведения при разрешении конфликта:

Соревнование – активный и не стремящийся к сотрудничеству стиль. Эта манера поведения проявляется в такой ситуации, когда одна из сторон с большим рвением добивается своих целей и стремится действовать в своих интересах независимо от того, какое воздействие это оказывает на других. Подобный способ разрешения конфликта, сопровождаемый созданием ситуаций «победа – поражение», использованием соперничества и игры с позиции силы для достижения своих целей, сводится к подчинению одной стороны другой.

Сотрудничество – активный и стремящийся к сотрудничеству стиль. В данной ситуации обе стороны конфликта стремятся к достижению своих целей. Подобная манера поведения характеризуется стремлением решить проблему, выяснить разногласия, обменяться идеями и информацией, видеть в конфликте стимул к конструктивным решениям, выходящим за рамки одной конфликтной ситуации. Поскольку выходом из конфликта считается нахождение решения, выгодного обеим сторонам, такая стратегия часто называется подходом «победа – победа».

Уход от конфликта – пассивный и не стремящийся к сотрудничеству стиль. Одна из сторон может признавать, что конфликт существует, но выбирает манеру поведения, характеризуемую стремлением избежать конфликта или заглушить его. Такой участник конфликта надеется, что он «рассосется» и разрешится сам собой; решение проблемы откладывается; используются различные полумеры для того, чтобы заглушить конфликт, или скрытые меры для того, чтобы избежать конфронтации; для разрешения конфликта привлекается бюрократический аппарат.

Уступчивость – пассивный и стремящийся к сотрудничеству стиль. В отдельных случаях

¹ Thomas, Kenneth W., Conflict and Conflict Management, in M. Dunnette (Ed.), Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Chicago: Rand McNally, 1976

одна из сторон может попытаться умиротворить другую и поставить ее интересы выше собственных. Когда происходят споры в семье, нередко один из партнеров для поддержания отношений отказывается от своей позиции ради другого. Подобное стремление успокоить другого предполагает уступчивость, подчинение и податливость.

Компромисс – средняя позиция по двум параметрам: активность – пассивность, стремление к сотрудничеству – его отсутствие. Когда обе стороны конфликта идут на уступки, частично отказываясь от своих требований, достигается компромисс. Никто не побеждает и никто не проигрывает. Подобный выход из конфликта предваряют переговоры, поиски вариантов и путей к взаимовыгодным соглашениям.

Стиль разрешения конфликта подвержен значительному влиянию национальной культуры. Исследования подтвердили наличие значительных культурных различий в методах разрешения конфликта между британскими и китайскими менеджерами: если китайцы предпочитают более пассивные стили поведения, такие как «компромисс» или «уступчивость», то британцам более свойственны активные стили типа «сотрудничество» или «соревнование». Ученые объясняют это приверженностью китайского общества конфуцианству, к основным принципам которого относятся идеи конформизма, этика гармонии и сохранения лица.

Освоение культуры

Понятие культурного шока и его симптомы. Стрессогенное воздействие новой культуры на человека специалисты называют «культурным шоком». Культурный шок – сложное и болезненное для человека состояние. Но он свидетельствует о том, что происходит личностный рост, ломка существующих стереотипов, для чего требуется огромнейшая затрата физических и психологических ресурсов человека. В результате формируется новая картина мира, основанная на принятии и понимании культурного многообразия, появляется терпимость к новому и необычному.

Выделяют следующие формы проявления культурного шока: напряжение из-за усилий, прилагаемых для достижения психологической адаптации; чувство потери из-за лишения друзей, своего положения, профессии, собственности; чувство одиночества (отверженности) в новой культуре; тревога, переходящая в негодование и отвращение после осознания культурных различий; чувство неполноценности из-за неспособности справиться с ситуацией.

Диапазон симптомов культурного шока очень широк – от слабых эмоциональных расстройств до серьезных стрессов, психозов, алкоголизма и самоубийств. На практике он часто выражается в преувеличенной заботе о чистоте посуды, белья, качестве воды и пищи, психосоматических расстройствах, общей тревожности, бессоннице, страхе. По продолжительности та иная разновидность культурного шока может развиваться от: нескольких месяцев до нескольких лет, в зависимости от индивидуальных особенностей личности.

Механизм развития «культурного шока». Первый этап называют «медовым месяцем»: большинство мигрантов, оказавшись за границей полны энтузиазма и надежд, поскольку к их приезду готовятся, их ждут, и в первое время они получают помощь.

На втором этапе иное культурное окружение начинает оказывать свое негативное воздействие. Наблюдается разочарование, фрустрация и даже депрессия. В данный период мигранты пытаются убежать от реальности, общаясь со своими согражданами и жалуясь им на жизнь

Третий этап – собственно культурный шок. Могут возникнуть соматические и психические заболевания. Часть мигрантов возвращается домой.

Четвертый этап. Если человек остался в принимающей стране, то на этом этапе начинается частичная адаптация к новой среде: появляется оптимистический настрой, приспособление и интегрирование в жизнь нового общества продвигаются весьма успешно.

На пятом этапе достигается полная адаптация к новой культуре.

Процесс адаптации может продолжаться от нескольких месяцев до 4-5 лет.

Таким образом, получается U-образная кривая развития культурного шока, которая характеризуется следующими ступенями: хорошо, хуже, плохо, лучше, хорошо.

Интересно, что когда успешно адаптировавшийся в чужой культуре человек возвращается на родину, он сталкивается с необходимостью пройти обратную адаптацию (реадаптацию) к собственной культуре, испытывая «шок возвращения». Для него предложена модель W-образной кривой реадaptации. Она своеобразно повторяет L-образную кривую: первое время человек радуется возвращению, встречам с друзьями, но потом начинает замечать, что какие-то особенности родной культуры кажутся ему странными и непривычными, и, постепенно он вновь приспосабливается к жизни дома.

Факторы, влияющие на культурный шок. Среди внутренних факторов важнейшими являются индивидуальные характеристики человека – возраст, пол, черты характера, обстоятельства жизненного опыта человека.

К внешним факторам, влияющим на адаптацию относятся: культурная дистанция – степень различий между родной культурой и той, к которой адаптируется человек; особенности культуры, к которой принадлежат мигранты; условия страны пребывания, т.е. насколько доброжелательны местные жители к приезжим, готовы ли помочь им, общаться с ними; экономическая и политическая стабильность в принимающей стране, уровень преступности, от которого зависит безопасность мигрантов, возможность общаться с представителями другой культуры, позиция СМИ, которые создают общий эмоциональный настрой и общественное мнение по отношению к другим этническим и культурным группам.

Механизм освоения «чужой» культуры. Для успешной адаптации, также как и для эффективной коммуникации представителям различных культур необходимо осознавать различия между собой, потому что все трудности межкультурной коммуникации проистекают именно из-за их неприятия. Считается, что осознание культурных различий проходит несколько этапов:

Этноцентристские этапы (Этноцентризм – взгляд на чужую культуру через призму своей):

1. Отрицание каких-либо культурных различий между народами. Отрицание может проявляться как изоляцию, так и через сепарацию. Изоляция понимается прежде всего как физическая изоляция народов и культур. Сепарация, представляет собой возведение физических или социальных барьеров для создания дистанции от всего, что отличается от собственной культуры.

2. Защита. На этапе защиты человек воспринимает культурные различия как угрозу для своего существования и пытается им противостоять. Диффамация (клевета) – первая форма защиты – негативная оценка различий, связанная с формированием негативных стереотипов. Движение от диффамации к последующим этапам затруднено из-за развивающейся ненависти, которая порождает тенденцию возврата к отрицанию. Защищая свои культурные отличия, человек приходит к чувству превосходства, подчеркиванию своего высокого культурного статуса, причем прямое отрицание чужой

культуры не является обязательной чертой этого чувства. Чувство превосходства проявляется в виде гордости за свою расу, пол и т.п. Этап превосходства представляет собой шаг вперед по сравнению с этапом диффамации, потому что здесь различие оценивается менее негативно, его признают, хотя и с позиций этноцентризма. Обратное развитие (полное изменение) не является обязательным этапом межкультурного развития, хотя его переживают многие из тех, кто долгое время проживает за границей. Оно означает принижение значимости своей собственной культуры и признание превосходства другой.

3. Умаление Этап умаления (минимизации) – последняя попытка сохранить этноцентристскую позицию. На этом этапе культурные различия открыто признаются и не оцениваются негативно, как на этапе защиты. Они рассматриваются как что-то незначительное по сравнению с культурным сходством. Люди действуют в соответствии с категорическим императивом Канта. Физический универсализм является первой формой минимизации и исходит из того, что все люди независимо от их расовой, этнической или культурной принадлежности имеют общие физические характеристики, которые обеспечивают одинаковые материальные потребности и требуют поведения, понятного любому другому человеку. Трансцендентальный универсализм является своеобразным аналогом физического универсализма. Он предполагает, что все люди являются продуктом некоего единого принципа или подхода (чаще всего Бога).

Этнорелятивистские этапы. Фундаментом этнорелятивизма является предположение, что поведение человека можно понять только исходя из конкретной культурной ситуации. Культурные различия – это не хорошо и не плохо, они просто есть, а типы поведения рассматриваются как приемлемые или неприемлемые в зависимости от конкретных социокультурных условий. Этнорелятивизм начинается с принятия культурных различий как неизбежного и позитивного, проходит через этап адаптации к ним и может завершиться формированием межкультурной компетентной личности.

1. Признание. Существование культурных различий принимается как необходимое человеческое состояние. Вначале признаются различия в поведении, затем – в культурных ценностях и т.д.

2. Адаптация. На этом этапе происходит углубление этнорелятивизма, приходит осознание того, что культура – не застывшее образование, а процесс. Адаптация предполагает развитие альтернативных коммуникативных умений и поведенческих моделей. Адаптация начинается с эмпатии (сочувствия) и завершается формированием плюрализма.

3. Интеграция. Полное приспособление к чужой культуре, которая начинает ощущаться как «своя». Контекстуальная оценка – первая фаза интеграции – описывает механизм, который позволяет человеку анализировать и оценивать ситуацию, когда возможно несколько вариантов культурного поведения. На втором этапе – конструктивной маргинальности появляется межкультурная личность. Для такого человека нет естественной культурной идентичности, как нет и абсолютно правильного поведения. На этом этапе полная свобода ощущается как в когнитивной, так и в эмоциональной и поведенческой сферах.

Взаимопонимание культур в международном бизнесе

Классификация туристских предприятий сквозь призму культуры. Если посмотреть на туристические организации с точки зрения культурного разнообразия, можно выделить три группы: монолитные, плюралистические и мультикультурные.

Монолитные организации однородны, состоят из одной национальной культуры. Межгрупповые конфликты практически отсутствуют вследствие однородности

группового состава.

Плюралистические организации преобразуются из монолитных, когда в последних появляются представители других культур и создаются условия для включения их культурных норм и ценностей в корпоративную культуру компании. Местный персонал нанимается на работу, и его присутствие распространяется на различные организационные уровни. Однако количественно преобладают работники, национальная принадлежность которых соответствует родине компании, и лишь носители родной культуры занимают ключевые руководящие посты.

Многокультурные организации, как и плюралистические, культурно неоднородны, хотя в отличие от последних высоко ценят свое культурное разнообразие признавая потенциальную значимость его для производственных показателей компании. В управлении многокультурной организацией применяется синергический подход. Такие компании характеризуются привлечением местного персонала к работе на всех уровнях, его активным участием во всех внерабочих мероприятиях, отсутствием предубеждения и дискриминации, сведением до минимума межгрупповых конфликтов. Представители культурных меньшинств отождествляют себя со своей организацией, и все культуры интегрируются в одно синергическое целое.

Преимущества поликультурности. Сокращение расходов. Если в компании созданы все условия для того, чтобы представители культурных меньшинств или иных культур получали удовлетворение от работы, текучесть кадров в ней сокращается, а следовательно, организация экономит на расходах на привлечение новой рабочей силы;

Приобретение ресурсов. Компании, известные своей политикой многокультурности, удерживают высококвалифицированные кадры, которые в свою очередь способствуют поддержанию доброго имени компании;

Преимущество на рынке. Знание особенностей национальных рынков, которое приносят с собой в компанию представители различных культур, укрепляет позиции компании на мировом рынке;

Творчество. Ориентированная на многообразие культурных норм компания, в которой приветствуется новизна обладает большим потенциалом к творчеству;

Эффективное решение проблем. Многокультурная организация обладает большим и разнообразным опытом. Ее культурная неоднородность позволяет исследовать проблему в большем многообразии аспектов и с более широким спектром перспектив.

Организационная гибкость. Те многокультурные компании, в которых высоко ценится культурная неоднородность, широко привлекают к работе местных специалистов, многие из которых двуязычны. А исследования показали, что билингвы отличаются более нетипичным мышлением и гибкостью познания.

Корпоративная культура. Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной компании, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды.

Культуру организации нельзя понимать как некий монолитный блок. При описании корпоративной культуры обычно выделяют три уровня, при этом каждый последующий является все менее очевидным.

1. Поверхностный «символический» уровень – составляют видимые объекты, артефакты культуры: манера одеваться, правила поведения, физические символы, организационные

церемонии, расположение офисов.

2. Подповерхностный уровень – объединяет ценности и нормы, сознательно зафиксированные в документах организации и призванные быть руководящими в повседневной деятельности членов организации.

3. Базовый или глубинный уровень – некоторые ценности укореняются в корпоративной культуре настолько глубоко, что сотрудники просто перестают их замечать. Эти основополагающие предположения и убеждения и есть сущность корпоративной культуры, составляющие третий уровень. Именно они руководят поведением и решениями людей на подсознательном уровне. Система ценностей организации – основа корпоративной культуры. Ценности организации являются ядром корпоративной культуры, на основе которых вырабатываются нормы и формы поведения в организации.

Фундаментальные ценности корпоративных культур компаний выражаются в различных материальных (видимых, воспринимаемых нашими чувствами) образах: символах, преданиях, героях, девизах, церемониях и традициях, с помощью которых мы получаем возможность интерпретировать культуру любой фирмы.

Корреляция национальной и корпоративной культур. В настоящее время общепризнанно, что национальный и региональный менталитеты – важнейший фактор, влияющий как на формы, функции и структуру управления в целом, так и непосредственно на корпоративную культуру каждой конкретной организации.

Так, например, если человек привык к групповой жизни, то специфической основой, формирующей систему управления, является опора на коллектив, коллективный контроль и принятие решений. Если в обществе установилась система ценностей, основанная на индивидуализме, обостренном чувстве собственного достоинства и т.д., то каркасом несущей конструкции, вросшей в систему управления, является опора на индивидуальные качества, использование индивидуальных форм контроля.

Наличие соответствия не отрицает противоречий между культурой организации и менталитетом. Мусульмане оставляют работу и молятся не в момент перерыва, а когда необходимо творить намаз, чем вызывают сбой в рабочем ритме. В Турции, Иране, Афганистане предпочтут при продвижении по службе не самых способных, а «единоверцев». Противоречия возникнут, если начать осуществлять наказание на производстве без учета законов шариата, при построении системы управления без опоры на коллективизм, уважения к старшим. Африканцы, нанимаемые европейцами на работу, уходили с нее, когда это не сочеталось с их обычаями и традициями. Они искренне не понимали, почему должны работать в это время.

Итак, «менталитет – корпоративная культура», их соотношение, соответствие и противоречие выступает как содержание и форма, как сущность и явление. Соответствие между культурой организации и менталитетом обуславливает относительно устойчивую систему производства, сглаживает противоречия между управляемыми и управляющими, способствует преодолению кризисных ситуаций. Это соответствие – одна из основополагающих черт равновесия социальных систем, характеризующихся отсутствием социальных конфликтов. Пример этого, экономическое развитие США, Франции, Англии и Германии в 90-х годах 20 века.

Вышесказанное означает, что каждой конкретной черте национального менталитета соответствуют адекватные формы, виды, системы корпоративной культуры.

Например, различие национального менталитета Японии и Америки формирует специфику японской и американской корпоративных культур (табл.1).

Соответствие корпоративной культуры менталитету в США и Японии

Параметры оценки культуры	ЯПОНИЯ	США
Демократизм управления	Управленческие решения принимаются коллективно на основе единогласия	Индивидуальный характер принятия решения
Форма ответственности	Ответственность коллективная	Ответственность индивидуальная
Формализация систем управления	Нестандартно гибкая система управления	Строго формализованная структура управления
Формы контроля	а) неформальная организация контроля; б) коллективный контроль	а) четко формализованная процедура контроля; б) индивидуальный контроль
Влияние возрастных параметров на служебный рост	а) замедленная оценка работы и служебный рост; б) продвижение по службе по старшинству и стажу работы; в) долгосрочная занятость в фирме	а) быстрая оценка результата, ускоренное продвижение по службе; б) деловая карьера обусловлена личными результатами; в) наём на работу на короткий период
Приоритетные качества руководителя	Основной критерий руководителя – умение координировать и контролировать деятельность подчиненных	Главное качество руководителя – профессионализм и инициатива
Критерий оценки труда	Оплата труда по показателям работы группы, службы, стажу	Оплата труда по индивидуальным достижениям
Специализация	Подготовка руководителей универсального типа	Подготовка узкоспециализированных руководителей

Особенности японской культуры вырастают из опоры на коллективизм, возрастные качества, традиции японской культуры. Особенности американской культуры вытекают из индивидуализма, повышенного чувства собственного достоинства, стремления к независимости, свободе.

Модели корпоративных культур. Известный социолог и специалист по теории управления Гирт Хофстеде¹ в результате проведенного им в конце 1970-х годов обширного исследования сумел сформулировать четыре признака, которые могут описывать культуры по их положению друг относительно друга на шкале каждого из четырех параметров. Исследование состояло в анкетировании большого числа сотрудников (более 1000) транснациональной корпорации в более чем ста странах на предмет их отношения к работе и поведения на рабочем месте. Получившиеся в

¹ Хофстеде Г. Организационная культура [Текст] / Хофстеде Гирт // Управление человеческими ресурсами / под ред. М. Пула, М. Уорнера. – СПб.: Питер, 2002. – С. 313–338.

результате статистической обработки кластеры признаков позволили сформулировать следующие оси культурных противопоставлений.

Дистанция власти. Степень, в которой общество приемлет неравномерное распределение власти между его членами. В культурах с низкой дистанцией власти (например, в Скандинавии) коммуникативный стиль политиков заметно отличен от, например, Турции, где политик должен излучать значительность, властность и могущество.

Индивидуализм. Степень, в которой общество согласно с тем, что взгляды и поступки отдельной личности могут быть независимы от коллективных или групповых убеждений и действий. Так, в США успех формулируется в терминах индивидуальных достижений и подчеркивается индивидуальная ответственность за поступки. Коллективизм, наоборот, означает, что люди должны увязывать свои воззрения и поступки с тем, что считает группа (семья, организация, партия). В таких культурах (Латинская Америка, арабский Восток, Юго-Восточная Азия) в выборе, который совершает индивидум, очень велика роль группы – например, семьи.

Избегание неопределенности. Степень, в которой члены общества чувствуют себя неуверенно в неопределенных, заранее не структурированных ситуациях и пытаются избежать их, вырабатывая правила, формулы и ритуалы и отказываясь мириться с поведением, отклоняющимся от стандарта. Общества с высокой степенью избегания неопределенности боятся инноваций, приветствуют поиски абсолютной истины. На производстве и в образовательном процессе представители таких обществ предпочитают хорошо структурированные ситуации.

Мужественность/женственность. Степень, в которой общество ориентировано на достижение успеха, напористость, решение задач, приобретение вещей. Это противопоставлено идеям качества жизни – заботе о других, солидарности с группой, помощи менее удачливым. Мужские культуры отчетливо противопоставляют традиционные мужские и женские социальные роли. Успех – в том числе и для женщин – ассоциируется с проявлением «мужских» качеств. К мужским культурам в равной степени относятся противопоставленные во многих других отношениях США и Япония. К женским – скандинавские страны.

В рамках изучения межкультурных отношений в многонациональных корпорациях большой интерес представляет классификация национальных организационных культур, по Фонсу Тромпенаарсу¹.

Ф. Тромпенаарс регламентирует организационную культуру компании не только по технологиям и рынкам, но и по национальным культурным предпочтениям руководителей и работников организации. При выделении характера или типа корпоративной культуры, как считает Ф. Тромпенаарс, особенно важны три аспекта жизнедеятельности организации: взаимоотношения в целом между работниками и организацией; иерархическая структура власти, определяющая начальников и подчиненных; общие представления каждого сотрудника о судьбе организации, ее предназначении и целях, а также о своем месте в ней.

Для выделения различных типов корпоративных культур Ф. Тромпенаарс сравнил их по следующим параметрам: равенство – иерархия; ориентация на человека (личность) – на задачу (цель). Это позволило ему вычленировать четыре типа корпоративных культур, которые значительно различаются тем, как в них принято думать, учиться, меняться

¹ Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Четыре типа корпоративной культуры. – Мн.: Попурри, 2012. – 528 с.

(перестраиваться); как в них стимулируется мотивация и разрешаются конфликты, как и за какие заслуги или достижения производятся награждения. Фонс Тромпенаарс предложил следующую типологию:

«Семья». Ф. Тромпенаарс использует сравнение с семьей для характеристики культуры. Такая корпоративная культура ориентирована на власть, где руководитель считается заботливым отцом, который лучше, чем его подчиненные, знает, что следует делать и что принесет большую пользу. Корпорации с таким типом культуры чаще встречаются в странах, куда индустриализация пришла достаточно поздно: Греция, Италия, Япония, Сингапур, Южная Корея, Испания. Корпоративные культуры типа «семья» относятся к высококонтекстуальным, что означает небольшую потребность в эксплицитно выраженной информации при высокой значимости культурного контекста, который однозначно воспринимается членами данной культурной общности.

«Эйфелева башня». В данной организационной культуре заранее заложено бюрократическое распределение труда, контроль за которым выполняется на верхушке иерархии. Если каждая функция соответствует тому, что предписано системой, значит все задачи будут решены по плану. Мастер контролирует выполнение нескольких процедур, менеджер контролирует работу нескольких мастеров, и так далее вверх по иерархической лестнице. Олицетворяя формальную бюрократию, она символизирует машинный век: ее конструкция важнее отдельных элементов. Иерархия такой корпоративной культуры значительно отличается от «семьи». Каждый следующий уровень выполняет четкую и демонстративную функцию по удержанию вместе низших уровней. При культуре такого типа руководитель лишь случайный человек: по сути своей это роль. В этом случае карьера базируется на профессиональной квалификации. Во главе австрийских или немецких компаний, которые являются типичными моделями «Эйфелевой башни», стоят руководители, на дверях офисов которых помимо таблички с именем обязательно указывается звание, например, профессор Гюнтер или доктор Вагнер.

«Управляемая ракета» Эта культура эгалитарна, обезличена и ориентирована на задачу. Она похожа на «Эйфелеву башню» в полете. Но если «Эйфелева башня» по сути своей – средство, то «управляемая ракета» – цель: все должно быть сделано для того, чтобы достичь поставленной цели. Эта культура ориентирована на задачу. Эта индивидуалистическая культура создает все условия лишь для временной совместной работы большого числа различных специалистов. Состав участников часто меняется, и постоянно лишь направление общего развития в сторону выполнения поставленной цели. Членов команды объединяет общий энтузиазм, но только до тех пор, пока идет работа над проектом, а затем эту команду расформируют. Члены группы словоохотливы, выразительны и умны, но их единство – это средство, а не цель. Все говорят на языке, определяемом производственной необходимостью, а оплата производится в зависимости от качества труда.

«Инкубатор». В основе этой культуры лежит идея о том, что организация вторична по отношению к индивидуальным достижениям человека и ей следует играть роль инкубатора, обеспечивающего все необходимые условия для самовыражения и самосовершенствования человека. Целью культурного «инкубатора» является освобождение индивида от рутины, создание условий для творческой деятельности и сведение к минимуму времени, потраченного на добычу средств существования. Эта культура почти лишена всякой иерархии, а те небольшие подразделения, которые в ней все же имеются, предназначены для обеспечения человека всем необходимым в его

работе: теплом, светом, компьютерной обработкой данных и т. д.

В реальной жизни все типы культур смешаны при доминирующем влиянии одной из них. Тем не менее в каждой национальной культуре преобладает свой тип корпоративной культуры. Однако существует тенденция: маленькие компании, где бы они ни находились, проявляют склонность к культурам типа «семья» или «инкубатор», а в крупных компаниях со сложной структурой были замечены черты, свойственные культурам типа «Эйфелева башня» и «управляемая ракета».

Корпоративные культуры, как и национальные, при взаимодействии вступают в конфликт, приводящий порой к взаимному непониманию и недоверию. Попытки «скрестить» «семью» с бюрократической структурой обречены на множество проблем и неудач; стремление сдружиться с подчиненным в «Эйфелевой башне» будет расценено как потенциально неверный шаг; желание работать в одной группе с близким другом в «управляемой ракете» посчитают действием, подрывающим основы культуры. Назвав своего босса «приятель» и хлопнув его по плечу, вы рискуете быть вышвырнутым из «Эйфелевой башни»; а если вы в «инкубаторе» предложите отмечаться, приходя и уходя с работы, вас не поймут.

Культурная обусловленность эффективного лидерства. Эффективное лидерство – это способность вдохновлять и оказывать влияние на мыслительные структуры, установки и поведение людей. Значимость лидерства трудно переоценить, поскольку оно воздействует на мотивацию и поведение служащих и в конечном счете – на общий климат в организации. Кумулятивный эффект от действий слабого менеджера может оказать негативное воздействие на способность организации достигнуть поставленные цели. Во всех культурах степень уважения лидера зависит от того, отвечает ли он тому образу, что сложился у подчиненных, или нет, причем этот образ различен по Странам.

Чтобы правильно определить ранг или оценить степень властных полномочий у иностранцев, менеджер должен знать местные «измерители» успеха и занимаемой должности. Стиль одежды, вещи, которыми обладает лидер, офисное убранство и даже титулы имеют разное значение в различных культурах. Мультикультурный лидер пытается максимизировать эффективность своей деятельности, выполняя одновременно несколько различных, но важных ролей: представителя материнской компании; менеджера местной фирмы; резидента местного сообщества; гражданина либо страны размещения, либо другой страны; члена профессионального сообщества; • члена семьи.

Данные роли – результат взаимодействия двух различных наборов факторов, определяющих содержание лидерства и его контекст. Содержание лидерства включает характеристики лидера и решения, принимаемые им. Контекст лидерства охватывает все переменные, относящиеся к данной ситуации. Интегративная модель процесса лидерства (включая его содержание и контекст) демонстрирует роль культуры как могущественного фактора, оказывающего влияние на роль лидерства, т.е. доказывает культурную обусловленность лидерства (табл.2).

Эта модель называется «интегративной», поскольку связывает воедино параметры культуры, в самом широком смысле слова, с процессами мотивации, лидерства и оценки полученных результатов. Она указывает на культурную обусловленность лидерства, зависимость его от факторов окружения (внешней и внутренней среды), а также степени соответствия контекста (деловой культуры и системы менеджмента), в котором оперирует менеджер, деловой культуре, в которой он сформировался.

Контекст воздействует на личность лидера, его стиль, способности, определяет

потребность в культурной осведомленности и чувствительности, детерминирует источники власти. Наконец, все ценности и нормы, мотивы и потребности, которыми руководствуются лидер, работники или группы работников в своей деятельности, являются функцией от национального окружения, бизнес-среды, в которой они действуют, т.е. являются культурно обусловленными.

Вместе с тем лидерство должно быть ситуативным, что подчеркивает необходимость его соответствия ситуации. Не только под влиянием среды, но и в зависимости от ситуации в конечном счете формируются особенности организационного поведения как работников (их ожидания, реакция на действия менеджера и т.п.), так и самих лидеров (приверженность автократическому или партисипативному стилю, ориентация на людей или задачи и др.).

Взаимодействие и взаимообусловленность поведенческих характеристик лидера и его подчиненных напрямую определяют мотивационные эффекты (работоспособность, результативность, способность к достижению целей, удовлетворенность трудом, а значит, количество прогулов, текучесть кадров и т.п.) и результаты их совместной работы (степень достижения индивидуальных и групповых целей, производительность, качество труда, позитивный настрой и т.д.).

Таблица 2

Культурная обусловленность процесса лидерства: интегративная модель

Параметры оценки культуры	ЯПОНИЯ	США
Демократизм управления	Управленческие решения принимаются коллективно на основе единогласия	Индивидуальный характер принятия решения
Форма ответственности	Ответственность коллективная	Ответственность индивидуальная
Формализация систем управления	Нестандартно гибкая система управления	Строго формализованная структура управления
Формы контроля	а) неформальная организация контроля; б) коллективный контроль	а) четко формализованная процедура контроля; б) индивидуальный контроль
Влияние возрастных параметров на служебный рост	а) замедленная оценка работы и служебный рост; б) продвижение по службе по старшинству и стажу работы; в) долгосрочная занятость в фирме	а) быстрая оценка результата, ускоренное продвижение по службе; б) деловая карьера обусловлена личными результатами; в) наём на работу на короткий период
Приоритетные	Основной критерий	Главное качество руководителя

качества руководителя	руководителя – умение координировать и контролировать деятельность подчиненных	– профессионализм и инициатива
Критерий оценки труда	Оплата труда по показателям работы группы, службы, стажу	Оплата труда по индивидуальным достижениям
Специализация	Подготовка руководителей универсального типа	Подготовка узкоспециализированных руководителей

Оценка этих результатов через систему вознаграждений, в свою очередь, напрямую воздействует на процесс лидерства и мотивации, т.е. выполняет функцию обратной связи (позитивной или негативной в очередном цикле).

К основным навыкам межкультурного лидерства, бесспорно, следует отнести: навыки социального восприятия; межличностную компетенцию; эффективное осмысление; продуктивные методы работы.

Модели управления в международных фирмах. Преимущества и недостатки различных подходов управления. В своей международной деятельности разные организации применяют различные модели управления: культурное превосходство, культурный компромисс, культурная синергия.

Модель культурного превосходства используется, когда в компании применяется единый стиль общения и управления (свойственный «родной культуре»), спускаемый сверху вниз всем сотрудникам, независимо от их культуры. При этом не признаются и не используются своеобразные методы ведения дел, принятые в культуре принимающей страны. Примером такой модели культурного взаимодействия может быть некая американская компания, которая пытается проводить маркетинг, рекламу, создавать организационные структуры и т. д. одинаково везде – в Лос-Анджелесе, Париже и Москве.

Модель культурного компромисса использует те методы взаимодействия, которые уже существуют во всех странах, участвующих в деле, и имеют много общего. Новая международная организационная культура, которая создается с помощью данной модели, ограничена теми географическими областями, национальные культуры которых характеризуются большим сходством. Примером могут служить государства Северной Америки.

Модель культурной синергии направлена на создание новой международной управленческой политики и практики. Такая модель взаимодействия признает наличие сходств и различий между национальными культурами, представленными в международной корпорации. Она создает новую международную организационную культуру, которая опирается на национальные культуры создателей организации, ее сотрудников и клиентов. Последняя наиболее продуктивна и перспективна в международной деловой активности. Возникновение культурной синергии – необходимое условие успеха внутренней интеграции. Культурная синергия – это сочетание лучшего из разных культур для достижения наивысших результатов сотрудничества. Синергия

возникает при идеальном соответствии между людьми и их организационной культурой. Синергия это сложное явление, она возникает, когда в корне отличающиеся друг от друга группы людей работают вместе. Цель синергии – создание наиболее эффективной производственной атмосферы, основанной на соединении для общего блага различных представлений о мире, опыта и знаний. Стремительно нарастающие обмен ценностей и взаимодействие культур, уничтожение границ и сокращение расстояний между ними вынуждают людей учиться использовать имеющиеся межкультурные различия на пользу человечеству.

Подготовка сотрудников к успешной деятельности в рамках иной национальной культуры

Синергические навыки. Эффективное управление начинается с понимания человеческой природы и законов человеческого общения. Навыкам или поведенческим приемам, необходимым для успешной межкультурной коммуникации, необходимо обучать для того, чтобы сотрудник компании из одной страны мог успешно взаимодействовать с местными служащими из другой страны. В результате исследования, проведенного Б. Рубеном, в качестве необходимых способностей для успешной работы в многонациональном окружении были выделены следующие навыки:

Уважение. Способность проявлять уважение по отношению к другим – важная часть успешной коммуникации в любой стране. Международному менеджеру поможет выбрать правильную манеру поведения размышление над следующими вопросами: какую роль играет возраст при проявлении уважения; какое значение придается манере речи; принято ли в данной культуре говорить лишь после того, как к тебе обратились; какие жесты выражают уважение; как выразить уважение взглядом; какие вопросы считаются личными и что в данной культуре означает «вторжение в личную жизнь».

Терпимость к неопределенности. Речь идет о способности реагировать на новые, непонятные, порой непредсказуемые ситуации с наименьшим проявлением неловкости или раздражения.

Не делать поспешные умозаключения. Способность воздержаться от суждений и быть объективным до получения полной и исчерпывающей информации требует понимания противоположной точки зрения и считается необходимым навыком в межкультурном общении.

Умение формулировать любое высказывание как личную, а не общепринятую точку зрения. Разные культуры воспринимают окружающий мир по-разному. Менеджеру необходимо научиться относить собственные наблюдения на свой счет, быть менее категоричным в высказываниях и проявлять коммуникативную компетентность, поскольку то, что «правильно» и «верно» в одной культуре, порой «неправильно» и «неверно» в другой.

Эмпатия. Это способность поставить себя на место другого, а в данном контексте способность руководителя видеть организационные проблемы и ситуации глазами своих подчиненных.

Настойчивость. Даже если с первого раза не удалось добиться успеха в решении любой проблемы межкультурного общения, следует двигаться к намеченной цели, используя максимум терпения и упорства.

Активное слушание. При общении в рамках одной культуры собеседники обычно достаточно правильно воспринимают и интерпретируют все сигналы о том, какие идеи

поняты и поддержаны слушающим, а какие нет, что требует уточнения или разъяснения. Для успешного межкультурного общения необходимо обращать внимание на говорящего и на его сообщение. Общение в данном случае не всегда означает понимание. Даже если два человека согласны с тем, что они общаются и разговаривают, это не всегда означает, что они понимают друг друга. Понимание возникает тогда, когда два человека одинаково интерпретируют символы, используемые в процессе общения.

Оценка и отбор персонала. Отдел организации, занимающийся подбором сотрудников компании для работы в другой стране:

- удостоверяется в том, что сотрудники смогут приспособиться к работе в иной культурной среде и эффективно взаимодействовать с местным персоналом;

- проводит психологическую оценку их навыков межкультурного общения, способности к переменам, которые потребует иная культурная среда, а также умения противостоять неизбежному культурному шоку;

- определяет особые физические и психологические трудности, которые могут быть связаны с процессом культурной адаптации данных работников и по возможности искореняет их;

- выявляет любые профессиональные или управленческие навыки, которые должны быть развиты у данных кандидатов до их отъезда за рубеж;

- обнаруживает семейные проблемы или трудности, которые могут препятствовать успешной работе сотрудников за рубежом;

- проводит интервью кандидатов с привлечением психологов и специалистов по межкультурной коммуникации;

- организует встречу кандидатов с сотрудниками, которые уже работали в данной стране, или с представителями этой национальной культуры.

При оценке готовности кандидата к работе в другой культуре следует обратить внимание на следующее:

- задачи и те виды деятельности, которыми придется заниматься в другой стране, и способность кандидата их выполнить,

- люди, с которыми ему придется общаться, и его способность взаимодействовать с представителями другой культуры;

- знание иностранного языка, которое может понадобиться в работе, и степень владения им данным кандидатом;

- культурное окружение, в котором предстоит работать кандидату, его способность вписаться в него и справиться с возможными проблемами;

- опыт работы данного кандидата за рубежом, степень его интереса к иностранным культурам и гражданам, его космополитичность;

- осознание кандидатом того, что ему предстоит провести несколько лет вне дома, реальность его представлений о том, как это повлияет на его личную жизнь, семью, карьеру, жизненные планы.

Успех в деятельности сотрудников компании за рубежом могут принести следующие факторы: профессиональные знания; эмоциональная стабильность; совпадение зарубежной командировки с интересами работника и членов его семьи; умение кандидата планировать, организовывать свою работу и использовать все свои ресурсы; навыки межличностного общения; потенциал для роста в компании; владение языком принимающей страны; культурная эмпатия; физические качества (крепкое здоровье, выносливость и т. д.); психологические качества (дружелюбие, инициатива, задатки лидера и т. д.).

Подготовка к работе в другой культуре. Практические методы. На данной стадии кандидат изучает эту культуру, для чего овладевает знаниями из нескольких областей межкультурной коммуникации, лингвистики, социологии и конечно же экономики и

политики целевой страны. Краткие ознакомительные программы по введению в культуру другой страны, которые компания предлагает выезжающим, включают в себя как общую информацию о влиянии культуры на поведение и мышление человека, так и узкоспециальные знания о конкретной стране или регионе. Можно выделить несколько этапов этой стадии:

Общее ознакомление с культурой целевой страны (осознание тех факторов, которые составляют уникальность целевой культуры, и тех отличительных черт своей культуры, которые могут сказаться на успехе деятельности сотрудников компании в иной культуре; изыскание возможности приобрести опыт межкультурного общения с представителями целевой культуры на родине (дома), чтобы реально ощутить особенности этого взаимодействия и культурные различия; – ознакомление с артефактами целевой культуры).

Языковая подготовка (обязательное посещение курсов изучения иностранного языка (60-80 часов); развитие языковых навыков с помощью дополнительного самообразования (130-180 часов): прослушивание аудиокассет, просмотра учебных и художественных фильмов, чтение газет, журналов, книг, бесед с теми, кто владеет целевым языком; использование полученных разговорных навыков на иностранном языке при любой возможности.)

Узкокультурная ориентация – обучение и тренировка (сбор и изучение информации о культурном своеобразии целевой страны; подготовка к неизбежному культурному шоку; ознакомление с кадровой политикой компании в целевой стране, формой выплаты заработной платы, налогов, медицинского обслуживания, дополнительных льгот, которые компания предоставляет своим работникам за рубежом);

Профессиональная ориентация (получение информации об условиях работы и структуре зарубежного филиала; ознакомление с отношением местного правительства к компании, существующими законами, правилами и ограничениями; получение необходимых дополнительных профессиональных знаний для успешной работы за рубежом)

Контроль деятельности. Поддержка и контроль приехавшего в страну сотрудника должны носить прагматичный, предметный характер. Компания берет на себя обязательства: помочь сотруднику и его семье решить насущные проблемы; оказать поддержку в преодолении неожиданных сложностей, возникших из-за межкультурных различий; уменьшить культурный шок и научить извлекать положительный урок из полученного опыта; обеспечить сотрудника средствами связи с местными организациями и головным офисом компании.

Кадровый отдел компании, контролирующей работу своих сотрудников за рубежом, обычно проводит следующие мероприятия:

- работа с отчетами сотрудников о приспособлении к новой культуре. Это та обратная связь, которую организует компания со своими сотрудниками, командированными за рубеж, через 3-6 месяцев после прибытия, затем через 12-18 месяцев и перед отъездом. Отчеты составляются с привлечением членов семьи и представляют собой стандартные вопросники, ответы на которые остаются в тайне от местного руководства компании;

- сбор и анализ информации об интересах и потребностях данного работника, также о политике и практических методах компании при организации работы в зарубежных филиалах. Все данные собираются и анализируются для выявления проблем и поиска решений преодоления их и предотвращения в будущем. Результаты подобных исследований помогают кадровому отделу компании при разработке программ

подготовки к выезду, а местному руководству – в улучшении качества работы сотрудников в иной культурной среде.

- налаживание организационной коммуникации во избежание чувства отчуждения и одиночества у сотрудников.

Программа возвращения. Она включает в себя реинтеграцию сотрудника в родную культуру и компанию. Работа за рубежом связана с переоценкой ценностей, изменением самооценки, стиля поведения. По возвращении такие сотрудники стремятся получить более ответственную должность, новые возможности для профессионального роста. И организация должна быть готова к их возросшим требованиям, так как сама в свою очередь извлекает выгоду из накопленного ими опыта международной деятельности, возникших личных и деловых связей, приобретенных навыков межкультурного общения.

Эффективная межкультурная коммуникация

Понятие и сущность толерантности. Понятие «толерантность» широко вошло в отечественную науку сравнительно недавно. Его этимология восходит к латинскому глаголу (*tolero* – нести, держать, терпеть), который применялся в тех случаях, когда было необходимо нести, держать в руках какую-либо вещь. При этом подразумевалось, что для держания и переноса этой вещи человек должен прилагать определенные усилия, страдать и терпеть.

Категория «толерантность» в современном понимании имеет широкий разброс трактовок и интерпретаций. В русском языке наиболее близким по значению понятию «толерантность» является термин «терпимость», что в обыденном употреблении означает «способность, умение терпеть, мириться с чужим мнением, быть снисходительным к поступкам других людей». В таком понимании толерантность не является синонимом терпения или терпеливости.

В научной литературе толерантность рассматривается как уважение и признание равенства, отказ от доминирования и насилия, признание многомерности и многообразия человеческой культуры, норм поведения, отказ от сведения этого многообразия к единообразию и преобладанию какой-либо одной точки зрения. Толерантность можно рассматривать как чувство терпимости и уважительного отношения к культуре и мнениям других людей, несовпадающим с собственными. Толерантность допускает право представителя любой культуры на свободное выражение своих взглядов и реальное поведение в практической жизни при одновременном благожелательном отношении к культуре, поведению и мнениям других людей.

Роль толерантности в преодолении межкультурных конфликтов. В условиях полиэтничности, многоязычия, поликультурности воспитание толерантности многопланово и приобретает чаще всего характер поликультурного образования, основными целями которого являются следующие: глубокое и всестороннее овладение культурой собственного народа как обязательное условие интеграции в иные культуры; формирование представлений о многообразии культур в мире и воспитание положительного отношения к культурным различиям; создание условий для интеграции в культуру других народов; формирование и развитие умений и навыков эффективного взаимодействия с представителями различных культур; воспитание в духе мира, терпимости, гуманного межнационального общения.

Основным образовательным принципом в достижении отмеченных целей может служить принцип, диалога, который позволяет соединять в мышлении и деятельности людей различные, не сводимые друг к другу культуры, формы деятельности, ценностные

ориентации и формы поведения. Принцип диалога, распространяемый в сферу межкультурной коммуникации, означает уважение и признание всех национальных культур в структуре современной мировой культуры.

Понятие и сущность межкультурной компетенции. Как и любой вид общения, межкультурная коммуникация на любом уровне имеет свои цели, реализация которых обуславливает эффективность (или неэффективность) коммуникации. В этом вопросе важную роль играет понятие «межкультурная компетенция». Межкультурную компетенцию можно рассматривать в двух аспектах:

1) как способность сформировать в себе чужую культурную идентичность, что предполагает знание языка, ценностей, норм, стандартов поведения другого коммуникативного сообщества. При таком подходе усвоение максимального объема информации и адекватного знания иной культуры является основной целью процесса коммуникации. Такая задача может быть поставлена для достижения аккультурации, вплоть до полного отказа от родной культурной принадлежности;

2) как способность достигать успеха при контактах с представителями иного культурного сообщества даже при недостаточном знании основных элементов культуры своих партнеров. Именно с этим вариантом межкультурной компетенции приходится чаще всего сталкиваться в практике коммуникации.

Межкультурная компетенция определяется как «способность членов некой культурной общности добиваться понимания в процессе взаимодействия с представителями другой культуры с использованием компенсаторных стратегий для предотвращения конфликтов «своего» и «чужого» и создавать в ходе взаимодействия новую межкультурную коммуникативную общность».

На основании данного понимания межкультурной компетенции ее составные элементы разделяются на три группы:

К аффективным элементам относятся эмпатия и толерантность, которые не ограничиваются рамками доверительного отношения к иной культуре, Они образуют базис для эффективного межкультурного взаимодействия.

К группе когнитивных элементов относят культурно–специфические знания, которые служат основой для адекватного толкования коммуникативного поведения представителей иной культуры, базисом для предотвращения непонимания и основанием для изменения собственного коммуникативного поведения в интерактивном процессе.

Процессуальные элементы межкультурной компетенции представляют собой стратегии, конкретно применяющиеся в ситуациях межкультурных контактов. Различают стратегии, направленные на успешное протекание такого взаимодействия, побуждение к речевому действию, поиск общих культурных элементов, готовность к пониманию и выявление сигналов непонимания, использование опыта прежних контактов и т.д. и стратегии, направленные на пополнение знаний о культурном своеобразии партнера. Процессуальные элементы межкультурной компетенции описываются на конкретных примерах.

Основные компоненты межкультурной компетенции. По своей сути межкультурная компетенция представляет собой единство трех основных составляющих – языковой, коммуникативной и культурной компетенции, которые в своем единстве образуют качественно новое целое, обладающее собственными признаками, отличными от каждого из компонентов, взятых в отдельности.

Языковая компетенция. В условиях межкультурной коммуникации языковая компетенция означает: правильный выбор языковых средств, адекватных ситуации общения; верную референцию; соотнесение ментальных схем с практической действительностью;

способность повторить однажды полученный опыт в аналогичных коммуникативных ситуациях.

Коммуникативная компетенция включает в себя механизмы, приемы и стратегии, необходимые для обеспечения эффективного процесса общения. Здесь предполагается понимание не только закономерностей человеческого бытия как такового, но и учет многочисленных культурных различий, чуткость к малейшим изменениям коммуникативной ситуации и поведения собеседника.

Культурная компетенция включает в себя понимание пресуппозиций, фоновых знаний, ценностных установок, психологической и социальной идентичности, характерных для культурной среды общения. Культурная компетенция участника межкультурного общения предполагает умение извлечь необходимую информацию из различных культурных источников и дифференцировать ее с точки зрения значимости для межкультурной коммуникации. **Формирование межкультурной компетенции.** Одной из основных проблем, которые затрудняют коммуникацию между представителями разных культурных традиций, становится проблема низкого уровня межкультурной компетенции личности. Одной из задач в такой ситуации обучение студентов навыкам и умениям общения с представителями иных культур, в процессе которого происходит формирование межкультурной компетенции. Межкультурная компетенция предполагает знание и умение принимать во внимание правила и традиции общения, принятые в рамках культурных моделей изучаемых языков. Межкультурную компетенцию должны составлять компоненты, универсальные для общения с представителями разных стран и культур, вне зависимости от того, каким языком и на каком уровне владеет человек.

На основании работ российских и зарубежных учёных (Н.Н. Васильева, Майкла Бирама и др.¹.) можно выделить четыре компонента межкультурной компетенции: знания, умения, мышления и отношения. Все компоненты относятся как к родной, так и к изучаемой культуре.

Компонент «знания» включает знание языка, содержит информацию о типах культур, их культурных ценностей, характеристиках и практической деятельности в собственной стране и стране партнёра по общению, об общих процессах социального и личностного взаимодействия, включая знания паралингвистических средств общения.

Компонент «умения» включает умения, универсальные для коммуникации с представителями разных культур: умение усваивать новые знания о культуре и культурных практиках; умение оперировать знаниями, отношениями и навыками в условиях коммуникации и взаимодействия в реальном времени; умение критически и на основе определённых критериев оценивать мировоззрение, деятельность и результаты деятельности, присущие собственной и иной культуре.

Эти умения дают студенту возможность оценить возникшую межкультурную ситуацию и достичь взаимопонимания с представителями иных культурных сообществ.

Компонент «мышления» включает понимание связи между языком, мышлением и культурой; осуществление познания на грани родной и изучаемой культур; понимание равнозначности и многообразия культур и культурных смыслов; критический взгляд на собственную и изучаемую культуру; особенности мышления.

Компонент «отношения» состоит из таких качеств как: открытость, интерес и уважение к

¹ Васильев Н.Н. Тренинг профессиональных коммуникаций в психологической практике. – СПб.: Речь, 2005. – 283 с.

явлениям иной ментальности, готовности отказаться от предрассудков относительно другой и родной культуры. Кроме того, межкультурный говорящий должен быть готов осуществлять постоянную рефлексию на себя и свое мировоззрение, сравнивая свою точку зрения с точкой зрения собеседника, ставя под сомнение и пересматривая сложившиеся стереотипы и мнения.

Таким образом, компетентная в межкультурном плане личность обладает следующими качествами: способностью увидеть взаимоотношения между разными культурами (как внешними, так и внутренними по отношению к обществу); способностью быть посредником, интерпретировать одну культуру в терминах другой; критическим и аналитическим пониманием собственной и иной культуры; осознанием собственного взгляда на мир и того факта, что его мышление культурно детерминировано, а не только убежденностью, что его мировоззрение и понимание естественно.

Только при гармоничном сочетании вышеуказанных компонентов можно говорить о сформированности межкультурной компетенции личности.

Актуальным представляется изучение методов формирования межкультурной компетенции. Наиболее распространенные и известные методы подготовки к успешному межкультурному общению – беседы, рассказы очевидцев или представителей разных культурных групп, сбор информации об истории, традициях того или иного народа, о его культурных ценностях, просмотр и обсуждение видеоматериалов, дискуссии. Изучение иных культур, их особенностей и закономерностей позволяет овладеть необходимыми навыками для коммуникации с их представителями, а также может существенно изменить отношение к собственным культурным ценностям. Наряду с этим огромное значение имеют методы активного вовлечения в ситуации межкультурного общения: проживание в ином культурном окружении, учеба в поликультурных группах, работа в малых поликультурных группах над совместными проектами и т. д.

Однако, как показывает практика, наиболее эффективными среди вышеперечисленных методов являются те, которые не преподносят готовых рецептов и рекомендаций для реальной жизни, а требуют анализа этих фактов в виде диагностики и рефлексии конкретных ситуаций межкультурного общения, генерирования всех имеющихся знаний и навыков для преодоления культурных барьеров. По этой причине в системе межкультурного обучения получили распространение преимущественно активные методы: дискуссии, разнообразные игры, анализ ситуаций, тренинги, позволяющие полностью погрузиться в активное контролируемое общение. Именно активные методы межкультурного обучения – имитационные игры и тренинги позволяют развернуть проблемы в динамике, дают возможность участникам прожить необходимое количество времени в конкретных ситуациях межкультурной коммуникации. Именно с помощью этих методов обучения партнеры по коммуникации обретают необходимые знания, навыки и опыт взаимодействия, развивают уверенность в себе, способность к гибким взаимоотношениям.

Процесс овладения межкультурной компетенцией не может быть основан только на подчеркивании различий, существующих между культурами и языками. Таким образом, межкультурная компетенция предполагает не только овладение знаниями о стране, быте, традициях, верованиях и т.д. страны изучаемого языка, но и умение рассказать о своей культуре, своем образе жизни, стиле поведения и выделить общее в культурах, то, что объединяет, что понятно без лишних объяснений и отличное, то, что непонятно, что может вызвать раздражение, к чему можно быть готовым в ситуации общения с

представителем иной культуры. Овладение обучаемыми ценностями родной культуры делает их восприятие иных культур более точным, глубоким и всесторонним.

Как показывает опыт, успешная деятельность специалиста в области туризма и гостиничного хозяйства, связана с развитием, прежде всего коммуникативных способностей, на втором месте стоят лидерские качества, далее – навыки межличностного общения, а также адаптивность и гибкость. Решающим требованием к управлению в других странах является культурная «продвинутость», т.е. доскональное знание культурных традиций, умение управлять процессами, происходящими в многонациональных организациях. Знание ценностей и норм национальной и корпоративной культуры, а также их влияния на поведение человека и организационные процессы позволяет специалисту обрести уникальные конкурентные преимущества и выработать эффективные стратегии в международном бизнесе.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Какие обстоятельства способствовали возникновению межкультурной коммуникации?
2. В чем заключается роль межкультурной коммуникации в туристском бизнесе.
3. Почему артефакт является главным элементом системы культуры?
4. Дайте характеристику системе культуры. Раскройте роль ее элементов.
5. Дайте общее определение коммуникации.
6. Почему Э Бенвенист настаивает на отличии в коммуникации людей и животных?
7. Перечислите виды коммуникации. Назовите элементы каждого из них.
8. В чем заключается процесс восприятия? Какие внутренние и внешние факторы влияют на процесс восприятия?
9. В чем роль атрибуции в межкультурной коммуникации.
10. Назовите возможные причины возникновения конфликтов. Почему чисто межкультурные конфликты встречаются редко? Какие способы преодоления межкультурных конфликтов вы знаете?
11. В чем сущность культурного шока. Какие факторы влияют на культурный шок? Прокомментируйте механизм развития «культурного шока»?
12. Какой механизм осознания культурных различий вы знаете. Раскройте роль этноцентристских и этнорелятивистских этапов.
13. Каким образом можно типологизировать туристические предприятия с точки зрения культурного разнообразия?
14. В чем преимущества и недостатки многокультурности?
15. Охарактеризуйте корпоративную культуру как непреходящий атрибут любой организации.
16. Какие модели корпоративных культур вы знаете? Примените предложенные типологии культур для объяснения возможных межкультурных конфликтов.
17. Какие модели управления в международных фирмах вы знаете? В чем заключаются преимущества и недостатки различных подходов управления?
18. Как подготовить сотрудника к работе в другой стране? Перечислите основные этапы подготовки.
19. Какие практические методы используются при подготовке сотрудника к восприятию иной национальной культуры при работе за рубежом?
20. Перечислите основные этапы подготовки сотрудников к работе за рубежом. Что, с вашей точки зрения, наиболее важно? Почему большое внимание надо уделять программе возвращения сотрудника в родное культурное окружение?

21. Что подразумевается под толерантностью? Почему это качество важно?
22. Раскройте понятие межкультурной компетенции. Назовите основные компоненты межкультурной компетенции. Какие из них наиболее важны?

Рекомендуемая литература

Основная

1. Агапова С. Г. Основы межличностной и межкультурной коммуникации: учебное пособие для вузов. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 282 с.
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2009. – 174 с.
3. Зинченко В.Г., Зусман В.Г., Кирнозе З.И. Межкультурная коммуникация. Системный подход. – Нижний Новгород: изд-во НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2007.– 192 с.
4. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация. Учебное пособие. – М.: Альфа-М, 2006.
5. Симонова Л.М., Стровский Л.Е. Кросс–культурные взаимодействия в международном предпринимательстве. – М., 2007 – 189с.
6. Козлов А.А. Управление персоналом в японских корпорациях в условиях глобализации экономики // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003 – №2.
7. Кратко И.Г. Международное предпринимательство: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 212с.
8. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе: От столкновения к взаимопониманию. – М.: Дело, 2005. – 445с.
9. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – М: Логос, 2007. – 223с.

Дополнительная

1. Бардиер Г. Социальная психология толерантности. – СПб.: Изд-во с.- Петерб.ун-та, 2005. – 120 с.Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – 445 с.
2. Кармин А.С. Культура социальных отношений. – СПб.: Лань, 2002. – 354с.
3. Кузьменкова Ю.Б. От традиций культуры к нормам речевого поведения британцев, американцев и россиян. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 316 с.
4. Мацумото Д. Психология и культура. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 416 с.
5. Почебут Л.Г. Взаимопонимание культур. – М.: СПбГУ, 2007
6. Резников Е.Н. Психология этнического общения. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. – 160 с.
7. Симонова Л.М. Культурные различия в международном бизнесе. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 187с.
8. Стровский Л.Е. Кросс-культурные коммуникации в международных экономических отношениях: Учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во ИПК УГТУ, 2002.
9. Тромпенаарс Ф., Хэмпден-Тернер Ч. Четыре типа корпоративной культуры. – Мн.: Попурри, 2012. – 528 с.
10. Хофстеде Г. Организационная культура [Текст] / Хофстеде Гирт // Управление человеческими ресурсами / под ред. М. Пула, М. Уорнера. – СПб.: Питер, 2002. – С. 313–338.

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО: ВВЕДЕНИЕ В ИМИДЖЕВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Когда говорят о политических лидерах, имеется в виду так называемое «отдаленное» лидерство¹, т.е. политическое лидерство высокого уровня, лидерство вождей, за которыми идут многочисленные массы. Важнейшей отличительной чертой «отдаленного» лидерства является то, что общение политических лидеров с последователями редко осуществляется непосредственно, в личных контактах. Определяющим для него становится общение опосредованное. А это означает не только то, что взаимодействие происходит с помощью различных средств массовой информации, но и то, что между ними появляется такой промежуточный элемент, как имидж лидера. Опосредованный характер отношений лидера с последователями ведет к тому, что одним из главных и наиболее эффективных средств воздействия лидера на публику становится коммуникация.

Именно «имидж, лидер-для-публики, выполняет лидерские функции, он вдохновляет народ, к нему адресованы его надежды и чаяния. Таким образом, в качестве лидера мы имеем здесь не реальную личность, как в случае лидерства «лицом-к-лицу», а некоторый конструкт»². Этот конструкт, имидж политического лидера, формируется в результате коммуникации между политическим лидером и аудиторией посредством СМИ и, как мы уже говорили, он может обладать практически любыми заданными характеристиками, соответствующими ожиданиям избирателей.

Понятие «имидж» давно на слуху. Как это ни покажется неожиданным, но первыми активно начали работать с ним экономисты, занимающиеся предпринимательством. Известен такой факт – американский экономист Болдуинг в 60-х годах XX века ввел в деловой оборот понятие «имидж» и обосновал его полезность для делового преуспевания.

Затем «имидж», как специфический феномен, был взят на вооружение нарождающейся политологией, специалисты увидели в нем важное направление своей работы. Политологам известны работы Никколо Макиавелли «Государь» и Г. Лебона «Психология социализма», в которых дано научно-прикладное обоснование практической ценности этого феномена. Макиавелли убедительно показал, какое значение для государственного лица имеет обладание соответствующей «личиной» (маской), по утверждению Фридриха Ницше, всякий гений носит маску, а Лебон интерпретировал смысл имиджирования как средство достичь политического успеха благодаря эффекту «личного обаяния».

Психологическое обоснование имиджирования стало объектом и предметом исследования социальных и политических психологов. Владея знаниями законов процесса социального восприятия и субъектного осознания внешнего образа, они придали этой проблеме теоретико-прикладное обоснование.

В 70-х годах имидж стал появляться в СССР в журнальных и реже в газетных публикациях как категория отрицательная. Его рассматривали в основном как

¹¹ Stone W. The Psychology of politics. Three Press. N.Y., 1974. Ronald Reagan: The Primacy of the Rhetoric // Leadership in the modern Presidency. Ed. Greenstain F., 1988. Harvard College. UN. Press. С.116.

2 Абашкина Е., Егорова-Гантман Е. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером: психологическое пособие для политиков. М.: Логос. 1993. С. 92.

манипулятивный прием буржуазной политики и средств массовой информации, используемый в целях идеологической обработки массового сознания людей. Подобное отношение к имиджу не способствовало объективному интересу к нему со стороны советских ученых. Одной из попыток преодолеть подобное отношение к имиджу были в те годы статьи в журнале «Вопросы философии» профессора О. Феофанова¹.

В наше время имидж стал ходовым товаром у всех, кто занимается предпринимательством и особенно политической деятельностью. На его приобретение при проведении избирательных мероприятий в стране затрачиваются огромные денежные средства, исчисляемые десятками тысяч долларов. Повышенным спросом имидж пользуется в театре и эстраде. Благодаря имиджу одной из развитых сервисных индустрий стала политическая и торговая реклама. Возрастающий спрос на имидж породил новую профессию – имиджмейкер. Это специалист по конструированию имиджа личности, деловых и политических структур (например, политической партии или общественной организации)².

Существуют самые разные определения имиджа. Зарубежные издания определяют имидж как общее впечатление, которое оказывают на окружающих люди, организации, товары, как продвижение репутации. Часто под имиджем понимают функциональную задачу создания образа товара, услуги, коммерческого или политического фигуранта³.

«Имидж» (англ.) – («имаго» (исп.), «имаж»(фр.) – в широком смысле обозначает понятие «образ». Но есть еще специфический образ. Образ, который «конструируется» и внедряется в массовое сознание. Образ, который создается в результате «image-making», «image-building» (по американской терминологии) для достижения определенных целей. Имидж всегда отражает предвзятую точку зрения. Поэтому имидж — это инструмент, прежде всего, пропаганды и рекламы. И, конечно, не только их. Трудно назвать сферы деятельности, где бы обходились без имиджей — разве только в математике и других точных науках. Имидж широко используется в политике, в дипломатии, в коммуникативных системах и т. д.⁴

Имидж политического деятеля, лидера, кандидата – это специально формируемый образ в глазах различных социальных групп. Он возникает не спонтанно, а благодаря целенаправленным усилиям как самого лидера, так и его PR-команды. Но иногда он возникает и вопреки их воле и желаниям как результат деятельности других недружественных политиков с помощью различных средств и, прежде всего, средств массовой информации. Важно различать имидж и позиционирование лидера. Под имиджем понимается образ лидера, который он стремится сформировать у избирателей и своих соперников. Под позиционированием (от английского position – положение, нахождение, состояние, позиция и т.п.) понимается политическая позиция лидера и те

1 Абашкина Е., Егорова-Гантман Е. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером: психологическое пособие для политиков. М.: Логос. 1993. С.113.

2 Шепель В.М. Имиджелогия. Как нравиться людям. М.: Народное образование, 2002. <http://evartist.narod.ru>.

3 См.: Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Ed.: J. Crowther. L., 1995; Safir's New Political Dictionary. The Definitive Guide to the New Language of Politics. New York, 1993. P. 353; Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. М., 2001. С.601.

4 Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. СПб.: Питер, 2001. <http://evartist.narod.ru>.

социальные группы, интересы которых он представляет. Эти интересы кандидат может представлять реально, а может только декларировать. Кроме того, возможно, что на предыдущих выборах лидер позиционировал себя иначе, чем на предстоящих выборах. Позиционирование лидера – это элемент строительства имиджа лидера; четкое обозначение его позиции по отношению к кому-то, чему-то социально значимому (к левой оппозиции, например) или внедрение лидера в массовое общественное сознание в каком-то определенном социальном качестве (например, в качестве последовательного борца с подростковой наркоманией). Можно сказать также, что позиционирование кандидата – это обозначение (определение) его места в ряду значимых для электората факторов и явлений¹.

В. Шепель, автор известной книги «Имиджелогия: секреты личного обаяния» относит имидж к визуальной привлекательности личности и пишет, что «счастлив тот, кто обладает от Бога привлекательным имиджем. Но, как правило, многие обретают симпатии людей благодаря искусству самопрезентации. Без него не достичь крупных успехов в любой деятельности, не постичь радости человеческого внимания»². Фактически то же говорит и О. Феофанов, называющий имиджем «набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью»³.

Как говорит специалист в области имиджмейкинга А. Ю. Панасюк, дословный перевод на русский язык слова «имидж» означает «образ»⁴. Однако, как это часто бывает при трансляции иностранных слов на русский язык, данное понятие не всегда отражает полную сущность первоначального понятия (в данном случае понятия «имидж»). Поэтому, считает Панасюк, наиболее адекватным русским аналогом понятию «имидж» будет понятие «мнение». «Создать себе имидж» означает «создать о себе мнение». При этом созданное мнение должно побуждать людей действовать определенным образом. Для этого необходимо выработать совершенно определенное мнение. В такой трактовке имидж подразумевает некоторую манипуляцию человеческим сознанием, так как те, кто создает для себя мнение о другом человеке, действуют зачастую на подсознательном уровне.

Согласно другой точке зрения, имидж – это целостное представление о кандидате, существующее в массовом сознании. Такое представление может складываться спонтанно под воздействием различной информации об этом человеке, а может формироваться направленно путем контроля над содержанием распространяемой информации и коммуникационными потоками⁵.

Г.Г. Почепцов считает, что «правильно подобранный имидж представляет собой наиболее эффективный способ работы с массовым сознанием». Имидж отражает те ключевые позиции, на которые безошибочно реагирует массовое сознание. Он задает апробированные пути идентификации объекта и тем самым экономит время при

1 Словарь политтехнолога. www.izbass.ru/p.htm.

2 Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. М., 1994. С. 6.

3 Феофанов О.А. США – реклама и общество. М., 1974.

4 Панасюк А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж. 2001. - С. 8.

5 Пушкарева Г.В. Избирательная кампания: как это делается? // Социально-гуманитарные знания. 2000. №2. С. 27 – 33.

ознакомлении с ним. Имидж идеализирует объект, выдавая желаемое за действительное. Кроме того, имидж нередко создается на фоне противопоставления одного объекта другому, чтобы на фоне контраста ярче показать имеющиеся качества. Например, злодей противопоставляется герою, умный — глупому, сильный — слабому и т.п.¹

Несколько иную позицию занимает П. Гуревич, считающий, что «понятие «имидж» (синонимичное «персонализации», но более обобщенное, включающее не только естественные свойства личности, но и специально выработанные, созданные) связано как с внешним обликом, так и внутренним содержанием человека, его психологическим типом, черты которого отвечают запросам времени и общества»².

Тот же подход прослеживается и у О. Гордеевой, которая называет имиджем «определенные черты, качества лидера, взятые в единстве политических, мировоззренческих, биографических, внешних качеств, резонирующих в предпочтениях электората»³.

Е. Егорова-Гантман и К. Плешаков понимают под политическим имиджем следующее: «Имидж – это специально создаваемый, преднамеренно формируемый политический образ для достижения поставленных целей»⁴.

Имидж – это своеобразная роль, в которой выступает политический деятель, при которой сам деятель наделяется некоторыми качествами и особенностями поведения. Они формируются либо в соответствии с архетипами сознания, либо в соответствии с существующими на текущий момент ценностями и потребностями тех людей, которые, как планируется, могут поддержать претендента на тот или иной политический пост. Ф.Н. Ильясов приводит следующие возможные амплуа лидера⁵ (см. ниже таблицу).

Имидж политического лидера формируется на основе имиджформирующей информации в системе субъект-объектных отношений. Субъектная сторона включает реальную основу (факты биографии, свойства личности, результаты деятельности) и ее виртуальную оценку (целенаправленную интерпретацию для создания идеального образа), а объектная сторона рациональные (обусловленные политической культурой и информированностью) и иррациональные (обусловленные культурно-историческими архетипами).

1 Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., 1999. С.47.

2 Гуревич П.С. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. М., 1991. С. 6.

3 Гордеева О.И. Политический имидж в избирательной кампании //Технология и организация выборов кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. М., 1993.

4 Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама. М.: Никколо-Медиа, 2002. С.5.

5 Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг, или как «продать» вождя // Политические исследования. 1997. № 5. С. 92.

Амплуа (роли) лидера

Сферы, формирующие ассоциации с лидером	Возможные амплуа лидера	Подразумеваемые свойства и поведение лидера
Архетипы сознания, культуры; иррациональная сфера, подсознание	<p>1. Сакральные: мученик, святой, мессия, полубог, ангел, спаситель.</p> <p>2. Демонические: дьявол, колдун, ведьма, совратитель, растлитель</p> <p>3. Герой мифов, легенд, преданий, сказок</p> <p>4. Чародей, маг, волшебник, гений</p>	<p>Святость, чистота, непогрешимость, максимализм, носитель откровения, истины</p> <p>Потакание низменным инстинктам, греховным желаниям, освобождение Эго от гнета культуры и условностей, комплексов</p> <p>Соответствие глубинной народной (национальной) психологии, традициям</p> <p>Способность решать неразрешимые проблемы</p>
Доисторические времена (история)	<p>1. Вождь</p> <p>2. Герой</p> <p>3. Конкретная историческая личность</p>	<p>Мудрость и сила, защита и покровительство</p> <p>Мужественность, честность, покровительственная готовность к самопожертвованию</p> <p>Преимущество легендарных личностей, их черт характера и достоинств</p>
Семья	<p>1. Отец</p> <p>2. Мать;</p> <p>3. Другие (сын, дочь, жених, невеста и др.).</p>	<p>Сила, властность, строгость, бескомпромиссность</p> <p>Справедливость, забота, доброта, сострадание, чистота, порядок</p> <p>Вызывает соответствующие родительские и др. чувства;</p>
Сферы управления, производства, обучения	<p>1. Начальник</p> <p>2. Профессионал</p>	<p>Принимает решения, дает команды</p> <p>Высокие качества</p>

		профессиональные, деловые
Общественное устройство	1. Реформатор 2. Консерватор 3. Борец за правду и интересы народа 4. Государственник (сепаратист), патриот, носитель национальной (общегосударственной) идеи.	Изменяет все к лучшему Сохраняет все лучшее Критикует существующую власть, разоблачает ее пороки и злоупотребления Всячески радеет за приоритет национальных групповых интересов, отстаивает национальные (общегосударственные ценности).

Идеальный лидер, по мнению Ф.Н. Ильясова, тот, который овладел всеми ампула.

Эти и многие другие определения подразумевают, что в коммуникативном пространстве циркулируют различные образы: образ, каким его представляет субъект – политический лидер, кандидат; образ, целенаправленно создаваемый; образ, фактически складывающийся в сознании аудитории, последователей лидера. Все три образа существуют не обособленно друг от друга, между ними имеется сложная система связей, они способны друг на друга влиять¹.

Существует мнение, что термин «имидж» берет начало в работах З. Фрейда, который в 1930-е гг. издавал научный журнал под таким названием. Сам Фрейд толковал имидж не столько как реальный образ человека или предмета (Ego), сколько как идеальный образ (Super Ego), весьма отличный от реального. Учение Фрейда, как известно, имеет значительный мировоззренческий потенциал, связанный, прежде всего, со специфическим осмыслением человека и культуры. Культура, по Фрейду, основана на отказе от удовлетворения желаний бессознательного «Оно» и существует за счет сублимированной энергии либидо. Именно с этих позиций Фрейд подходил к проблеме лидерства: связь людей в группе имеет либидную основу; эта либидная связь есть идентификация индивидов с лидером, который становится внутриспсихическим идеалом для каждого; усваивая этот идеал, человек отказывается от части собственного «Я» (идеал «Я») и объединяется с другими через общий всем групповой идеал – вождя².

Основы концептуализации имиджа лидера заложены известными мыслителями прошлого, которые по-разному представляли себе типологию человеческой личности и политических лидеров. Достаточно обратиться к определению имиджа, данному Н.Макиавелли, согласно которому имидж не связан с личностью, а является всего лишь личиной, благодаря которой человек играет избранную им роль. «Князь должен особенно заботиться, чтобы с уст его никогда не сошло ни одного слова, не преисполненного добродетелями, чтобы, слушая и глядя на него, казалось, что князь – весь благочестие,

1 Абашкина Е., Егорова-Гантман Е. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером: психологическое пособие для политиков. М.: Логос, 1993. – С.149.

2 Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». Минск, 1994.

верность, человечность, искренность, религия. Всего же важнее видимость добродетелей. Люди, в общем, судят больше на глаз, чем на ощупь; глядеть ведь может всякий, а пощупать только немногие. Каждый видит, каким ты кажешься, немногие чувствуют, какой ты есть. И эти немногие не смеют выступить против мнения толпы, на стороне которой величие государства. Пусть князь заботится поэтому о победе и сохранении государства – средства всегда будут считаться достойными и каждым будут одобрены, потому что толпа идет за успехом и видимостью дела...»¹ – писал Н.Макиавелли об образе государя.

А. Шопенгауэр выделял три аспекта личности. Первый – то, что дано индивиду природой: ум, тело, красота, здоровье, темперамент. Второй – то, что индивид приобрел в качестве члена социальной структуры: деньги, положение, известность². Третье – это то, чем и кем индивид выглядит в глазах прочих членов группы, сословия. К. Г. Юнг выдвинул одну из самых оригинальных идей в современной психологии – идею архетипов коллективного бессознательного. Это – некие мифические образы, являющиеся общими для всего человечества и представляющие собой адекватные выражения всеобщих человеческих нужд, инстинктов, стремлений и потенций. Эти образы вневременны, внепространственны и в конечном счете предшествуют человеческой истории.

По Юнгу, в глубинах нашего бессознательного заключено безличное, мифологическое содержание. На этом уровне исчезает всякая индивидуальность. «Наиболее глубоко лежащий слой, в который мы можем проникнуть в исследовании бессознательного, – это то место, где человек уже не является отчетливо выраженной индивидуальностью, но где его разум смешивается и расширяется до сферы общечеловеческого разума, не сознательного, а бессознательного, в котором мы все одни и те же». Архетипы – это наследство, доставшееся нам от предшествующих поколений, это некий общий базис для всех людей независимо от национальности, цвета кожи и вероисповедания, образ мира, сформировавшийся уже в незапамятные времена. В этом образе проглядывают определенные черты – архетипы или доминанты. Они могут менять обличье, но сила их воздействия черпается из прошлого.

Юнг также делил людей на экстравертов и интровертов. Первый тип людей (контактных и компанейских) отличает открытость внешнему миру и даже во многом зависимость от него. Вторых (рассудочных и замкнутых) характеризует концентрация интересов в самом себе, независимость от внешнего мира и готовность действовать, исходя сугубо из собственных намерений. Однако чистых экстравертов или интровертов не существует. Поэтому Юнг выделяет еще и амбовертов, обладающих качествами тех и других³.

Значительный вклад в становление теории политического имиджа внес Й. Шумпетер, разработавший «другую теорию демократии», согласно которой партию и лидера нельзя определить, исходя из принципов или программ. Суть политики – политический лидер, использующий такой инструментарий, как психотехника управления партией, рекламные кампании, лозунги, марши, имиджи. Обращаясь к массам, следует

1 Макиавелли Н. Государь. М., 1992; Кравченко А.И. Макиавелли: технологии эффективного лидерства // Социс. 1993. № 6.

2 Шопенгауэр А. Мир как воля и представление. СПб., 1908.

3 Юнг К.Г. Архетип и символ. М., 1991.

воздействовать убеждением и делать «иррациональные призывы, ибо большинство людей считают политику сложной, требуют упрощения»¹.

К проблематике имиджа политического лидера отечественные исследователи подходили долго и непросто. В силу известных обстоятельств в нашем обществоведении долгие десятилетия преобладали тенденции, которые подчеркивали определяющую роль масс в политическом процессе и недооценивали значение личностного фактора. Первый этап работ, как отмечает политический психолог Е. Б. Шестопал, относится к началу 1960-х гг. Работы Б. Поршнева, Ю. Давыдова, Ю. Замошкина и других авторов ввели в научный оборот проблематику политической деятельности в ее человеческом измерении². Решающим фактором подъема научного интереса к рассматриваемой проблематике связан в начале процесса демократизации и гласности, когда появились исследования А. Асмолова, Э. Баталова, Г. Дилигенского, Е. Егоровой-Гантман, Д. Ольшанского и многих других политологов и психологов³.

При рассмотрении любого вида деятельности мы сталкиваемся с такими понятиями, как «субъект», «объект», «цель», «предмет», «функции» и «особенности». Опираясь на имеющиеся теоретические наработки, попытаемся дать определения этих понятий применительно к политическому имиджу.

Объект имиджа составляют человек (группа, организация), а также рыночно или политически и социально ориентированные результаты его деятельности: идеи, товары, услуги⁴. Понятие объекта имиджа соотносится с его содержанием. В качестве объекта имиджа может выступать все, что способно произвести определенное впечатление на некоторое число людей. Именно способность производить социальное впечатление является основным свойством объекта имиджа.

Субъект имиджа – люди, в сознании которых формируется имидж данного объекта (целевые группы, сегменты потребительского рынка, категории избирателей). Как правило, субъект имиджа является коллективным. Но если речь идет о дружбе, супружестве или о межличностных отношениях, то субъект имиджа индивидуален. Как видно, человек является и объектом и субъектом имиджа. Как объект он служит предметом познания и оценки; как субъект – формирует представления и оценки. В отличие от объекта субъектом имиджа могут быть только люди.

Предметом имиджа является управление путем консультирования, тренинга, информирования и другими методами процессом формирования впечатления, которое производит человек или организация, а также результаты их деятельности (идеи, товары, услуги), выносимые на рынок, на значимых для них людей⁵.

Свое представление о *функциях имиджа* предлагает известный украинский ученый

1 Шумпетер Й. Капитализм, социализм, демократия. М., 1995. С. 283.

2 Абашкина А., Егорова-Гантман Е. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером: психологическое пособие для политиков. М., 1993; Политическое консультирование. М., 1999.

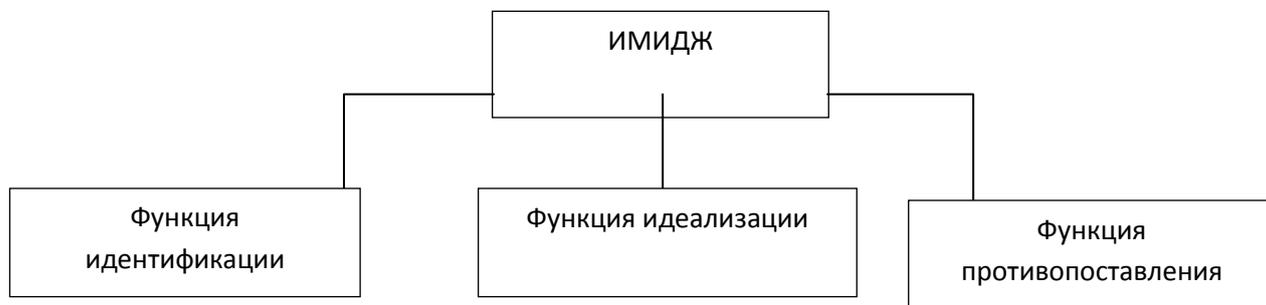
3 Анохин М.Г., Комаровский В.С., Матвеев Ю.И. Технологии в политике и управлении. М.: Добросвет, 2000. С.214.

4 Утлик Э.П. Практическая психология имиджа. М.: Государственный университет Управления. 1999.
www.sociograd.ru/kak_uchitsya/kabinety/utlik_ep/psihologiya_imidja/prakticheskaya_psihologiya_imidja/.

5 Там же.

Г. Почепцов. Поскольку имидж призван сэкономить гражданам время идентификации лидера, первую функцию Почепцов называет идентификационной. Вторая функция служит целям идеализации, ибо имидж есть результат перестройки лидера в соответствии с желаниями аудитории. Третья функция – противопоставление, поскольку «имидж лидера строится на фоне уже существующих имиджей»¹.

Схематически три отмеченные выше функции могут быть изображены следующим образом:



Лисовский С.Ф. выделяет три основные *коммуникативные функции* имиджа:

Первая – облегчить аудитории восприятие информации о политическом лидере: «Массовое сознание не может воспринять всю сумму информации о нем, но с радостью согласно получать ключевую информацию, задающую все основные с его точки зрения параметры, характеризующие лидера»².

Вторая функция – обеспечить режим наибольшего благоприятствования восприятию личности политика, проецируя на аудиторию те его характеристики, которые являются наиболее предпочтительными в конкретной электоральной среде.

Третья функция – подготовить почву для формирования установки на избрание именно этого кандидата³.

Имидж – коммуникация с обратной связью: он должен не только подстраиваться под ожидания аудитории, но и все время меняться, чтобы удовлетворять эти ожидания полностью. Имидж – особый тип коммуникации, своего рода зеркало «для героя»: он активизирует в аудитории те качества, которыми она уже в какой-то степени обладает.

Помимо ясно просматривающейся коммуникативной функции имиджа, специалисты отмечают и другие – *номинативную, эстетическую, адресную*.

Под *номинативной* функцией имиджа имеется в виду, что имидж обозначает, выделяет, отстраивает, дифференцирует личность в среде других, демонстрирует отличительные ее качества, подчеркивает достоинства. С этим связана и еще одна функция имиджа – *эстетическая*. В коммерческой рекламе имидж призван облагородить впечатление, производимое на публику товаром, фирмой, организацией. Это в полной мере относится и к имиджу политическому, поскольку имидж лидера – это не в последнюю очередь внешний облик политика, его привлекательность, в том числе и физическая, его стиль. Например, Б.Н. Ельцин увлекался большим теннисом. В итоге во времена его президентского правления было модным и актуальным играть в большой теннис. В.В. Путин – горными лыжами, дзюдо. Адресная функция подразумевает, что

1 Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефл-бук, 2000. С.48.

2 Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. С. 67.

3 Там же. С. 67 – 68.

существует связь между имиджем и его целевой аудиторией, что он отвечает на потребность, запрос электората¹.

Т.Э. Гринберг в своей книге «Политические технологии: ПР и реклама» выделяет следующие особенности имиджа. Во-первых, имидж упрощен по сравнению с объектом, публичным портретом которого является. Его характерным признаком является доминантность – это свернутое сообщение, значительный объем информации сводится к ограниченному набору символов. Во-вторых, имидж подчеркивает специфичность и уникальность объекта, чем принципиально отличается от стереотипа, который обобщает, интегрирует, а не индивидуализирует явления. В-третьих, имидж конкретен, но подвижен, изменчив. Он все время корректируется, адаптируется к требованиям текущей ситуации, к текущим ожиданиям аудитории; реакция получателя информации контролируется. В-четвертых, это коммуникация с «обратной» связью. Сообщения порождаются с учетом ожидаемой реакции населения. В-пятых, в определенной степени имидж соответствует рекламируемому объекту и вместе с тем идеализирует его, либо гипертрофируя выгодные черты, либо наделяя объект дополнительными социальными, идеологическими, психологическими ценностями, ориентируясь при этом на ожидания тех, для кого предназначен. В-шестых, имидж связан с прообразом, но тем не менее живет по собственным законам в соответствии с духовными ориентациями обыденного сознания.

Отечественный специалист по политическому маркетингу А.И. Ковлер выделяет среди составляющих имиджа следующие качества:

6. морально-этические (честность, принципиальность, ответственность и проч.);
7. компетентность, деловые качества (знание нужд избирателей, ситуации в стране, законодательства, опыт управления и проч.);
8. «пробивные качества» (знание порядка работы государственных учреждений, умение заводить нужные знакомства, лидерские качества);
9. внешние данные (обаяние, привлекательность, хорошие манеры)².

Имидж объединяет представления аудитории и характеристики, свойственные самому объекту, активизируя в аудитории те характеристики, которые уже были известны. И, наконец, последнее – имидж находится между реальным и желаемым, восприятием и воображением, искусственно расширяя восприятие данного явления, но в заданном направлении, поощряя воображение, «соучастие» индивида в его формировании³.

Особую роль в структуре имиджа, по мнению политолога и политтехнолога А. Мирошниченко, играют легенда и сексуальность⁴. Легенда составляется из каких-либо ярких черт характера или таких биографических данных, которые могут быть представлены в выигрышном свете: Г. Явлинский пришел в большую политику как талантливый экономист, А. Лебедь – как генерал-демократ и миротворец, Б. Ельцин – как гонимый номенклатурой борец с привилегиями и т.д. Что касается сексуальности, то речь,

1 Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. С.68.

2 Ковлер А.И. Избирательные технологии: зарубежный и отечественный опыт. М.: Институт государства и права РАН, 1995.

3 Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. М.: Аспект-Пресс, 2005. С. 160.

4 Мирошниченко А.А. Выборы: от замысла до победы (предвыборная кампания в российском регионе). М.: Центр, 2003. С. 46.

конечно, не может идти о ее нарочитой демонстрации. Привлекательные черты сексуального облика вполне убедительно могут проявляться в косвенных приметах биографического и поведенческого характера. Проявления мужественности лидера-мужчины, равно как и женственности лидера-женщины могут быть самыми различными. Так, например, в 2008 г. журнал *Sex and the City*, выходящий в России, присудил В. В. Путину второе место в рейтинге самых сексуальных отечественных политиков. «В том, что Путин является им в эротических снах, женщины не стесняются признаваться даже мужьям. Особенно сексуально нынешний премьер-министр выглядит в кимоно на татами, в горнолыжном костюме на вершине горы и во время телемоста с народом», – не скромничают авторы рейтинга, который возглавляет тем не менее, оппозиционный политик и бывший вице-премьер Борис Немцов»¹.

Четкую структурную схему имиджа предложили специалисты Центра политического консультирования «Никколо М». По их мнению, существуют три основные группы имиджевых характеристик – персональные, социальные и символические².

К персональным характеристикам относятся физические, психофизиологические особенности лидера: его характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений, наличие харизмы. Сюда входят также манеры, умение производить впечатление человека сильного, уверенного в себе, вызывать доверие, симпатию, убеждать, психологически заряжать людей. Важную роль играют также внешность, темперамент, биография, известность и степень их корреляции с представлениями о том, каким должен быть лидер. К социальным характеристикам относится, прежде всего, способность лидера генерировать и провозглашать объединяющие и мобилизующие людей идеи. Важен также статус его личности, связанный как с определенным официальным положением, так и с происхождением. Социальная принадлежность лидера в значительной мере определяет нормы и ценности, которых он придерживается.

Символические характеристики – наиболее устойчивый компонент структуры политического имиджа. Этот блок представляет лидера носителем определенной идеологии, дает некие гарантии на то или иное будущее, на определенный курс его действий. В число символических характеристик входят мировоззрение политика, его программа, определенный набор постоянных «лидерских черт», которые востребованы электоратом постоянно, а также набор постоянных культурных архетипов, связанных в сознании избирателей с лидерскими позициями и ролями.

Свою структуру имиджа дает Г. Почепцов. Он считает, что имиджевые характеристики можно разделить на:

- биологические (выражение агрессивности, силы);
- коммуникативные (приятная улыбка, обаяние, умение пошутить);
- социальные (открытость, внимательность к людям, доброта);
- мифологические (совпадение объекта с имеющимися в обществе стереотипными представлениями – заступник, герой);
- профессиональные (компетентность);
- контекстные (резонирующие с характеристиками оппонента: сильный – слабый);

1 Артемьев А. Первый на ярмарке тщеславия. www.gazeta.ru.

2 Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / отв. ред. Е. Егорова-Гантман, И. Митусов. М.: ИПО Профиздат, 1999.

свой – чужой и т.д.)¹.

Для российской политики всегда было характерно особое значение личностных составляющих политического процесса. По мере того, как политика в России становилась публичной, усиливалась ее персонализация. Современность являет нам образцы практически всех перечисленных выше имиджей. «Спасителями Отечества» в разное время были генералы А.И. Лебедь, А.В. Руцкой. Сегодня таковым все более смотрится В.В. Путин, чьи неизменно высокие оценки имиджа остаются таковыми даже несмотря на то, что Путин оставил пост главы государства, сменив его на пост премьер-министра.

Так, например, большинство россиян по-прежнему считают, что страной сейчас правит тандем «президент Медведев – премьер Путин». Тех, кто видит реальную власть в руках президента, становится меньше, зато растет доля тех, кто признает власть за премьером². Такой результат по итогам последних опросов получили социологи аналитического «Левада-центра», по мнению которых Владимир Путин обходит своего преемника лишь потому, что в своих выступлениях использует «резкие, жаргонные, недипломатичные» слова и выражения («Коммерсантъ»).

«Еще в декабре прошлого года, как только Владимир Путин назвал своим преемником Дмитрия Медведева, а преемник в ответ пообещал после победы на выборах назначить господина Путина главой правительства, большинство граждан сразу же решили, что реальная власть в ближайшие четыре года будет «в равной степени в руках обоих». Это мнение, которого в декабре придерживались 39% россиян, крепло каждый месяц. И в конце июля так думали уже 47% опрошенных.

Однако Дмитрий Медведев в роли президента, похоже, разочаровывает граждан. В декабре 16% думали, что реальная власть будет в его руках, как только он займет президентское кресло. В апреле, когда господин Медведев уже был избран президентом, так думали уже 22%. Но в мае после официального вступления в должность – 17%. По итогам же последнего опроса, проводившегося 21 – 22 июля, – всего 9%. При этом Владимир Путин в роли премьера становится все популярнее в глазах сограждан. В декабре 29% граждан не сомневались, что господин Путин сохранит власть в своих руках и после ухода из Кремля. Теперь же в этом убеждены 36%»³.

Это лишний раз подтверждает тот факт, что в настоящее время растет спрос на дееспособных и эффективных лидеров, обладающих также высокими моральными качествами.

На основе вышеизложенных положений, можно сделать вывод о том, что политический лидер является одним из ведущих акторов политического процесса; политическое лидерство выступает институтом взаимодействия между лидером и его последователями. Имидж лидера формируется и используется в качестве инструмента реализации, механизма функционирования института лидерства⁴. При этом имидж, являясь неотъемлемым вневременным атрибутом лидерства, подвержен изменениям в качестве механизма реализации лидерства.

1 Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. 2-е изд. СПб.: Алетейя, 2001. С. 72-80.

2 Анохин М. Г., Комаровский В.С., Матвеев Ю.И. Технологии в политике и управлении. М.: Добросвет, 2000. С.322.

3 The New Times. 2008. 1 авг.

4 Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR. Учебное пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. С.410.

Роль имиджа лидера в современной политике может быть осмыслена на основе теорий массового, информационного, постсовременного обществ. Качественные трансформации в технологиях и инструментарии политического лидерства послужили основанием для виртуализации политической власти. В центре современного политического процесса находится имидж лидера, зачастую целенаправленно создаваемый в целях взаимодействия с обществом. Наибольшее воздействие на переход от вербальной к имиджевой модели взаимодействия лидера и его последователей оказывает телевидение.

По мнению автора, все определения и трактовки имиджа можно условно разделить на политологические, психологические и политико-психологические. Для психологов имидж – это преимущественно иррациональное отражение представлений, ощущений, оценок, ассоциаций. Специалисты по политической психологии отмечают многомерность структуры имиджа, включающего как рациональные, так и бессознательные составляющие. Параметры политологического подхода к изучению имиджа лидера определены тем, что имидж рассматривается как одна из несущих конструкций института политического лидерства, современный инструментарий реализации политической власти лидера. Политологи настаивают на важности рациональной составляющей имиджа, значимости политико-идеологического, тематического, программного его компонентов¹.

В силу своей многозначности имидж является мультикультурным символом, синонимами которого выступают понятия образа, роли, ампула, типажа, репутации, прогнозируемого ожидания и многое другое. В настоящее время термин «имидж» прочно вошел в русский язык, превратившись из простого заимствования в емкий, семантически насыщенный термин, получивший широкое распространение в политической науке.

Кроме того, в условиях постиндустриального общества функции имиджа претерпевают существенные изменения: имидж начинает играть роль системообразующего конструкта новой политико-коммуникационной матрицы и берет на себя выполнение ряда функций лидера. Среди этих функций – завоевание симпатий общества в условиях избирательных процедур формирования органов власти, мобилизация сторонников и контроль за политическим поведением масс. Весьма важными для развития политического процесса представляются также нормативно-символическая, политико-идентификационная, интегративная функции. Отметим также коммуникационно-познавательную функцию, поскольку посредством имиджа осуществляется упорядочивание и кристаллизация информационных потоков, имеющих отношение к политическому лидеру².

В ситуациях социально-экономической нестабильности, кризиса или неконсолидированности элиты, большую значимость приобретают политические составляющие имиджа. В этом случае избирательная кампания носит отчетливо выраженный «программный» характер. В то же время, когда обстановка стабильна, а элита консолидирована, решающую роль обычно играет не то, что говорят, а то, как говорят. Именно тогда ослабевает проблемное измерение политического процесса и усиливаются его имиджевые характеристики. В структуре имиджа лидера начинают

1 Гордеева, О.И. Политический имидж в избирательной кампании // Технология и организация выборов кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. М.: Мысль, 1993. С.289.

2 Коноплин Ю.С., Лобанов В.В. Маркетинговый анализ политического имиджа политического товара. М., 1995. С.178.

преобладать эмоциональные или иррациональные составляющие.

Структура имиджа многомерна. В ней выделяют внешние данные, деловые качества, морально-этические характеристики. При этом диссертант отмечает следующие основные группы наиболее значимых, на его взгляд, имиджевых характеристик: персональные (физические данные, внешность), социальные (способность к лидерству, статус), символические (политико-идеологические параметры, программные позиции)¹.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

- Дайте определение имиджа.
- Назовите основные направления интерпретации политического имиджа.
- Персональный и корпоративный имидж: сходство и различие.
- Структура имиджа.
- Типология имиджей.
- Закономерности создания имиджа политического лидера.
- Управление персональным имиджем. Технологии поддержания имиджа политического лидера. Имиджевые коммуникации.

Темы для самостоятельного изучения

- Основные направления интерпретации политического лидерства в классической политической науке.
- Политическое лидерство как предмет современной политической науки: сущность, функции, типологии.
- Процесс становления имиджа политического лидера: создание, внедрение, актуализация.

Список использованной литературы

1. Амелин, В.Н., Стратегия избирательной кампании / В.Н. Амелин, Н.С. Федоркин. – М.: Олма – пресс, 2001. – 106с.
2. Блондель, Ж. Политическое лидерство: путь к всеобъемлющему анализу / Ж. Блондель. – М, 1992. – 135с.
3. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: учебное пособие / Б.Л. Борисов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, – 2001. – 624с.
4. Васильев, В.К. Феноменология лидерства / В.К. Васильев // Общество и политика. – СПб, 2000. – 350с.
5. Взаимодействие элит в социально-политическом пространстве современной России / Н.М. Степанова, М.М. Кириченко, Е.В. Кочкина. – СПб.: ИСПГ-Алетейя, 2003. – 991с.
6. Егорова-Гантман, Е.В. Политическое консультирование / Е.В. Егорова-Гантман. – М.: Знание, 1999. – 640с.
7. Егорова-Гантман, Е.В. Имидж лидера: Психологическое пособие для политиков / под ред. Е.В. Егоровой-Гантман – М.: Знание, 1994. – 264 с.
8. Засурский, И. Масс-медиа второй республики / И. Засурский. – М., 1999. – 320с.
9. Ирхин, Ю.В. Политология: учебник / Ю.В. Ирхин, В.Д. Зотов, Л.В. Зотова. – М.: Юристъ, 2001. – 511 с.

1 Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии. История, теория, практика. М., 2000. С.87.

10. Казаков, М.А. Региональные элиты в политическом процессе России: Монография / М.А. Казаков. – Н.Новгород: НГТУ, 2004. – 332 с.
11. Каптерев, С.Е. Политическая коммуникация: основы управления избирательным процессом / С.Е. Каптерев. – Н.Новгород: ННГУ, 2003. – 342 с.
12. Карасев, В.И. Феномен политического лидерства / В.И. Карасев. – М.: Воронеж, 2000. – 330с.
13. Категории политической науки / под ред. А. Ю. Мельвиля. – М., 2002. – 340с.
14. Колобов, О.А. Политология: избранные труды / О.А. Колобов. – Н. Новгород: Вектор Т и С, 2000. – 720 с.
15. Колобов, О.А. Теория политики. / О.А. Колобов, С.В. Устинкин, В.А. Скоробогатый. – М.: Наука, 2003. – 317с.
16. Комаровский, В.С, Анализ, прогноз, технологии в современной политике / В.С. Комаровский. – М.: Идея-Пресс, 2001. – 460с.
17. Комаровский, В.С. Государственная служба и СМИ / В.С. Комаровский. – Воронеж: ВГУ, 2003. – 114с.
18. Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / В.С. Комаровский. – М.: РАГС, 2001. – 519 с.
19. Кочетков, А.П. Актуальные проблемы политического процесса современной России : конспект лекций / А.П. Кочетков. – М.: МНЭПУ, 2002. – 51с.
20. Кошелюк, М.Е. Выборы. Магия игры. Технологии победы / М.Е. Кошелюк. – М.: Мысль, 2000. – 349с.
21. Лебедева, М.М. Мировая политика в XXI веке: акторы, процессы, проблемы / М.М. Лебедева. – М.: МГИМО-Университет, 2009. – 141с.
22. Лебедева, М.М. Политическая система мира: ее размывание и поиск решений // Современные глобальные проблемы мировой политики / под ред. М.М. Лебедевой. – М.: Аспект-Пресс, 2009.
23. Лебедева, М.М. От мировой политики к единой политической науке // Мировая политика: проблемы теоретической идентификации и современного развития: ежегодник, 2005 / Рос. ассоциация политической науки. – М.: РОССПЭН, 2006. – 503 с.
24. Ледяев, В.Г. Власть: концептуальный анализ / В.Г. Ледяев. - М., 2000. – 420с.
25. Лисовский, С.Ф. Политическая реклама: функциональные и жанровые стилистические особенности / С.Ф. Лисовский. – М.: Маркетинг, 2000. – 256 с.
26. Лисовский, С.Ф. Избирательные технологии. История, теория, практика / С.Ф. Лисовский, В.А. Евстафьев. – М., 2000. – 347с.
27. Луков, В.А. Будущие политики: социализация студентов, ориентир. на проф. полит. деятельность / В.А. Луков, Я.В. Миневич ; Моск. гуманит. ун-т. Нац. ин-т бизнеса. – М.: Изд-во Нац. ин-та бизнеса, 2004. – 126с.
28. Майер, Т. Трансформация социал-демократии. Партия на пути в XXI век. – М., 2000. – 532с.
29. Макиавелли, Н. Государь: пер. с итал. / Н. Макиавелли. – М.: ЭКСМО: Фолио, 2004. – 769 с.
30. Матвеев, Ю.И. Власть. Политика. Технологии / Ю.И. Матвеев, М.Ю. Мизулин. – М.: Логос, 2002. – 326с.
31. Мизулин, М.Ю. Анализ, прогноз, технологии / М.Ю. Мизулин, И.А. Батанина. – Тула, 2002. – 280с.
32. Млечин, Л. М. Кремль. Президенты России. Стратегия власти от Б.Н. Ельцина до В.В. Путина / Л.М. Млечин. – М.: Идея-Пресс, 2002. – 650с.
33. Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М.М. Назаров. – М.: УРСС, 2002. – 239 с.

34. Образы российской власти: от Ельцина до Путина / под ред. Е.Б. Шестопал. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2008 – 416с.
35. Олпорт, Г. Становление личности: Избранные труды / Г. Олпорт. – М.: Смысл, 2002. – 215с.
36. Панасюк, А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж / А.Ю. Панасюк. – М., 2001. – 431с.
37. Пантин, В.И. Политическая модернизация России: циклы, особенности, закономерности / В.И. Пантин, В.В. Лапкин. – М.: Рус. слово, 2007. – 125с.
38. Политическая психология: хрестоматия / сост. Е.Б. Шестопал. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 304 с.
39. Политология: учебник для вузов / МГИМО(У) МИД РФ; рук. авт. кол. А.Ю. Мельвиль. – М.: МГИМО (Университет) МИД России: ТК Велби: Проспект, 2008. – 618 с.
40. Почепцов, Г.Г. Имиджелогия / Г.Г. Почепцов. – М., 2000. – 530с.
41. Почепцов, Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М.: 3D Туре, 2003. – 279 с.
42. Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001.
43. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.: Изд-во МГУ 2001. – 460с.
44. Почепцов, Г.Г. Профессия: имиджмейкер / Г.Г. Почепцов. – Киев: ИМСО МО Украины, 2000. – 256с.
45. Почепцов, Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов / Г.Г. Почепцов. – М: Центр, 2003. – 381с.
46. Психология и психоанализ власти: хрестоматия: в 2 т. / ред.-сост. Д.Я. Райгородский. – М.: Продолжение жизни, 2003. – 320с.
47. Россия: планетарные процессы / под ред. В. Ю. Большакова. – СПб, 2002. – 229с.
48. Современная политическая история России (1985 – 1998) / отв. ред. Воронина О.А. – М.: МЦГИ, 2006. – 590с.
49. Соловьев, А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии / А.И. Соловьев. – М: Аспект-Пресс, 2001. – 559 с.
50. Справочник по политическому консультированию / под ред. Д.Д. Перлматтера. – М., 2002. – 355с.
51. Старостин, А.М. Волевая составляющая эффективности деятельности современного политического лидера // Эффективность государственной власти и управления в современной России / А.М. Старостин, О.А. Крыжановская. – М.: Политиздат, 2004. – 176с.
52. Тимошенко, В.И. Структурно-ценностный метод анализа предвыборных партийных документов / В.И. Тимошенко. – М.: Алетейя, 2002. – 260с.
53. Тулеев, А.М. Политическое лидерство в современной России: региональный ракурс / А.М. Тулеев. – М.: Мысль, 2000. – 230 с.
54. Шепель, В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния /В.М. Шепель. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 473 с.
55. Шестопал, Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии / Е.Б. Шестопал. – М.: Логос, 2000. – 220с.
56. Шестопал, Е.Б. Политическая психология / Е.Б. Шестопал. – М.: Логос, 2002. – 339с.
57. Ширинянц, А.А. Вне власти и народа. Политическая культура интеллигенции России XIX – XX веков / А.А. Ширинянц. – М., 2002. – 288с.

Статьи

58. Быков, Д. Главный спичрайтер Кремля Андрей Шторх: Подписывать указы на коленках Ельцина отучил Чубайс / Д. Быков // Собеседник. – 2000. – 7 – 14 января. – С. 4 – 10.
59. Вопросы есть? Иерархия качеств политиков // Коммерсантъ-Власть. – 2000. – №6. – С.27-34.
60. Гаман-Голутвина, О.В. Бюрократия или олигархия / О.В. Гаман-Голутвина // Независимая газета. – 2000. 15 марта. – С. 5.
61. Гаман-Голутвина, О.В. От коронации к инаугурации или от инаугурации к коронации? / О.В. Гаман-Голутвина // Независимая газета. – 2001. 07 мая. – С.7.
62. Гормон власти // Коммерсантъ-Власть. – 2000. – №26. – С. 23 – 21.
63. Гржейщак, С.Е. Региональное лидерство в современном политическом процессе России / С.Е. Гржейщак // Вестник МГУ. Сер.12. Полит, науки. – 2000. – № 1. – С.19-28.
64. Гржейщак, С.Е. Региональное политическое лидерство в современной России: институциональный аспект / С.Е. Гржейщак // Общественные науки и современность. – 2000. – №1. – С.22 – 36.
65. Дилигенский, Г.Г. О политическом рынке и рациональном выборе в российских условиях / Г.Г. Дилигенский // Полис. – 2000. – № 2. – С.8 – 16.
66. Дурдин, Д.М. «Образ» политического лидера и возможности его изменения / Д.М. Дурдин // Политические исследования. – 2000. – №2. – С. 23 – 32.
67. Зелетдинова, Э. Элита – власть – демократия / Э. Зелетдинова // Власть. – 2000. – №3. – С.26 – 35.
68. Иосиф и его сыновья // Коммерсантъ-Власть. – 2001. – 20 марта. – С.18 – 26.
69. Казаков М.А. Ценностно-деятельностный подход в исследовании современных политических элит и лидеров: понятия *субъектности* и *гуманитарных технологий*. – Нижегородский журнал международных исследований. – осень-зима 2009 – С. 11-19.
70. Киктева, Е.А. Динамика образов Г. Явлинского и В. Путина в президентской кампании // Полис. – 2000. – №4. – С.23 – 33.
71. Климова, С.Г. Образы политиков в представлении россиян / С.Г. Климова, Т.В. Якушева // Полис. – 2000. – № 6. – С.32 – 39.
72. Косухин, Н.Д. Политическое лидерство в странах Африки: основные черты и особенности // Восток. – 2000. – № 4. – С.31 – 38.
73. Кретов, Б.И. Политологическая теория лидерства // Соц.-гуманитар. знания. – 2000. – № 2. – С.11 – 26.
74. Кретов, Б.И. Типология лидерства // Социально-гуманитарные знания. – 2000. – № 3. – С.12 – 19.
75. Левчик, Д.А. Основные элементы актуализации имиджа кандидата в депутаты в ходе подготовки и проведения избирательной кампании / Д.А. Левчик // Вестник МУ. Сер. 12. Политические науки. – 1995. – № 2. – С.45-61.
76. Оценка личностных качеств российских политических лидеров: проблемы измерения и интерпретации. Круглый стол // Полис. – № 6. – 2001. – С.23 – 45.
77. Панюшкин, В. Следите за правой рукой / В. Панюшкин // Коммерсантъ-Власть. – 2002. – №14. – С.16 – 31.
78. Попова, Е.В. Проблемные измерения электоральной политики в России: губернаторские выборы в сравнительной перспективе / Е.В. Попова // Политические исследования. – 2001. – № 3. – С.19 – 37.
79. Преснякова, Л.А. Структура личностного восприятия политической власти / Л.А. Преснякова // Полис. – 2000. – №4. – С.11 – 19.
80. Пушкарева, Г.В. Избирательная кампания: как это делается? / Г.В.

- Пушкарева // Социально-гуманитарные знания. – 2000. – №2. – С. 27 – 33.
81. Самые влиятельные люди России // Коммерсантъ-Власть. – 2002. – №9. – С.22 – 43.
82. Червонная, С. Прощай, эра Клинтона / С. Червонная, В. Васильев // Независимая газета. – 2001. 18 янв. – С.4 – 5.
83. Шарков, Ф.И. Политическое лидерство как социальный институт / Ф.И. Шарков // Труд и социальные отношения. – 2000. – № 4. – С.11 – 23.
84. Шелекасова, Н.П. Бессознательные аспекты имиджа политического лидера / Н. П. Шелекасова // Полис. – 2000. – №4. – С.29 – 45.
85. Шестопал, Е.Б. Оценка гражданами личности лидера / Е.Б. Шестопал // Полис. – 1997. – №6. – С. 21-29.
86. Шестопал, Е.Б. Восприятие образов двенадцати ведущих политиков России. (Психологический и лингвистический анализ) / Е. Б. Шестопал, М. В. Новикова-Грунд // Политические исследования. – 1996. – № 5. – С. 168 – 191.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Для анализа политической коммуникации в молодежной среде необходимо, прежде всего, уточнить такие понятия как коммуникация и политика. Политика - деятельность органов государственной власти и государственного управления, отражающая общественный строй и экономическую структуру страны, а также деятельность партий и других организаций, общественных группировок, определяемая их интересами и целями. Коммуникация – процесс обмена информацией, значимой для участников процесса, продуктом которого является сообщение. Иными словами, политическая коммуникация - процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между социальной и политической системой.¹ Коммуникация в политике, таким образом, служит цели установления определенного политического порядка и может быть рассмотрена с 2-х позиций: как приказ (в административных структурах) и как средство согласования интересов (в публичной сфере). В известном смысле можно сравнить устройство административной иерархии с устройством живого организма, которому приходится поддерживать потоки информационного обмена с внешней средой (функции пресс-службы), ставить цели и координировать свое поведение с точки зрения меняющейся конъюнктуры. Можно сказать, что существуют отдельные органы, ответственные за принятие информации, отдельные органы, ответственные за обработку информации и формирование альтернативных решений, а также отдельные органы, ответственные за претворение этих решений в жизнь, наконец, есть что-то вроде специальной службы, осуществляющей интерпретацию этих решений и действий во внешней информационной среде.

Публичная сфера отличается от административной в плане модели циркуляции информации. В административной сфере информация циркулирует преимущественно вертикально, иерархически. Помимо жесткой формальной, существует неформальная регламентация в виде определенной административной культуры. Так, существуют стереотипы оформления и составления документов, обусловленные функциональной дифференциацией. Независимо от типа информации существуют достаточно хорошо определенные паттерны представления ее в виде документа, определяются границы ее распространения и применения.

В публичной сфере информация распространяется горизонтально. Формальные рамки для распространения информации в публичной сфере минимальны и связаны скорее с типом носителя информации, используемым в коммуникации, а также с типом целевой аудитории тех или иных газет, журналов и т.д. В частности, эта сфера предполагает такой тип коммуникации, который бы минимизировал всякую иерархичность².

¹ Norris, P. Political Communications/ P. Norris. - Harvard University. For the Encyclopedia of the Social Sciences [6392 words 2/16/2004 8:20 PM] URL:www.hks.harvard.edu/fs/pnorris.

² Сергеев, В.М. Теория и практика политической коммуникации / В.М. Сергеев, Е.С. Алексеенкова. – Проспект, М.:2010. – С.26-27.

При этом главным является понимание того, на что воздействует сообщение и как оно модифицирует действия политических субъектов.

Но поступок человека в политике - это не бихевиористское «действие в ответ на действие», на стимулирующие обстоятельства как таковые, это всегда объективное воплощение некоего решения. Как верно - не только для истории, но и для политики - пишет Р. Коллингвуд: «Причина данного события тождественна мыслям в сознании того человека, действия которого и вызвали это событие, а они не что иное как само событие, его внутренняя сторона... исторические же процессы... не последовательность простых событий, но последовательность действий, имеющих внутреннюю сторону, состоящую из процессов мысли. Историк ищет именно эти процессы мысли». Действие, насколько оно - предмет политического анализа, есть коррелят решения. Решение же, т.е. «последовательность процессов мысли», на основе сообщения, выразившаяся в определенном действии, может рассматриваться как основное структурное звено, «молекула» политического процесса.¹

Под атрибутом политической деятельности понимается информационное взаимодействие политических субъектов как друг с другом, так и с обществом, подразумевающее обратную связь между ними, а более общий случай политической коммуникации - информационное воздействие политических субъектов друг на друга и на окружающую социальную среду. Таким образом, политическая коммуникация – это процесс передачи политической информации, который структурирует политическую деятельность и политическое поведение людей, формирует общественное мнение граждан, процесс передачи смыслов для функционирования политической системы, обмен политической информацией между индивидами и группами на всех уровнях. Политическая коммуникация рассматривается как одна из главных функций политической системы.² Процесс работает сверху вниз от институтов управления к гражданам, горизонтально - связи между политическими субъектами, а также снизу вверх от общественного мнения в отношении власти. В литературе процесс политической коммуникации может быть разделен на три основные категории, связанные с использованием производственных процессов, собственно содержания и оказываемых эффектов. Кроме этого, в западной литературе выделяется три основных способа политической коммуникации:

- Коммуникация через средства массовой информации, включающая в себя печатные средства (пресса, книги, плакаты и т.д.), электронные средства (радио, телевидение и т.д.); Интернет и новые медиа;
- Коммуникация через организации, когда политические партии или группы давления служат передаточным звеном между правителями и управляемыми;

¹ Там же. С.15.

² Хомутова, А.Е. Информационно – коммуникативные детерминанты политического поведения молодежи. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук

- Коммуникация через неформальные каналы.¹

В большинстве случаев в настоящее время уже не стоит вопрос о том, влияют ли средства массовой информации на избирателей или нет. Влияние это очевидно, поскольку субъекты информационного пространства (как производители информации, так и ее потребители), находясь между собой в разнообразных отношениях, просто не могут не испытывать воздействие друг от друга. Трудно оспорить тот факт, что представления рядовых избирателей о мире политики, о кандидатах и партиях берутся из сообщений средств массовой коммуникации. Вопрос состоит в определении степени и способов влияния СМК на общественно-политические процессы.

Сегодня, очевидно, что политическая коммуникация также неразрывно связана с web-пространством, то есть эволюцией пространства публичной политической коммуникации, как и любой другой вид коммуникации. Поэтому в вопросе управления политической коммуникацией выдвижение на первый план Интернета и его развитие в качестве средства политической коммуникации создает принципиально иные институциональные предпосылки, чем развитие радио и телевидения. Основной слабостью не только телевидения, но и печати и радио является невозможность обеспечения эффективной и содержательной двусторонней диалоговой коммуникации в режиме реального времени. В плане возможностей онлайн-коммуникации Интернет является революционным средством коммуникации, он эффективно заполняет нишу, связанную с трудностями организации диалога посредством разветвленной сети блогов и форумов. Таким образом, налицо новый этап в эволюции СМК – распространение Интернета на глобальном уровне, что в принципе трансформирует способы общения и изменяет критерии доверия в обществе, а это в свою очередь приводит к изменениям и в политической структуре общества. Влияние Интернета заключается, прежде всего, в изменении картины мира через управление фокусом внимания. Несомненно, этот прием работает и в других СМК, наиболее очевидным его применение становится на телевидении. Но, здесь возникает и открывается другая слабость телевидения – зачастую в силу ограничения по времени политическая информация или политические новости транслируются без серьезной аналитической поддержки. С другой стороны, это также объяснимо невозможностью трансляции тяжелой аналитики для массового восприятия. Интернет же способствует увеличению прозрачности, что означает увеличение количества углов, под которыми можно взглянуть на любые процессы, в том числе и политические. К сожалению, современные условия развития коммуникативной среды связаны с дефицитом доверия. Поэтому и наблюдается результат в виде тенденции к объединению, например в социальных сетях. Социальные сети воспринимаются как медиа, не только в силу инструментов общения, но и как выстраивание взаимоотношений. Блогосфера снимает ограничения временного ресурса и ограничения, связанные со спецификой технических возможностей традиционных СМИ. Указанные выше тенденции, приводят к тому, что политика в Интернете возвращается к модели противостояния крайне поляризованных в плане целевых аудиторий сайтов и ресурсов.

¹ Кретов, Б. Е. Средства массовой коммуникации - элемент политической системы общества / Б.Е.Кретов // Социально-гуманитарные знания. 2000. - N 1. - С. 101.

В пространстве Интернета поляризация политики возвращается к состоянию XVII - XVIII вв., когда политическое содержание газет рождалось из памфлетов, а группы памфлетистов были главными субъектами информационного давления.¹ Нейтральный сегмент в политическом Интернете невелик, и политически активные группы резко сегментированы. Множество форумов, вопреки ошибочному представлению, не являются площадкой спонтанной политической интеграции социальных групп и отдельных индивидов, а наоборот, являются точками артикуляции мнений и образов, сложившихся в готовых социальных сетях, чье формирование прошло за пределами форумов². В каком-то смысле форумы как средство политической коммуникации можно рассматривать скорее как место отражения взглядов уже существующих социальных групп, межгрупповой диалог здесь минимален. Зачастую, происходит выражение негативной деятельности политических лидеров и политических институтов. Но не стоит забывать, что общественное мнение важнейший партнер государства, СМИ и других политических субъектов, заинтересованных в расширении своей политической поддержки. С социальной точки зрения общественное мнение есть важнейший источник информации об интересах граждан, механизм выражения их отношения к власти и ее конкретным действиям. Например, опросы общественного мнения являются важнейшим инструментом выявления политических предпочтений населения (представленных в виде рейтингов лидеров или партий), их отношения к действиям правительства в условиях кризисов и т.д. Но, в общественном мнении велика роль предрассудков, стереотипов, заблуждений. В силу своего во многом эмоционального характера оно может быть весьма односторонним, предвзятым. Поэтому, наряду с позитивным по своей сути воздействием на власть, стремлением заставить государство прислушаться к голосу граждан, общественное мнение нередко бывает опасным в силу своей некомпетентности. Таким образом, с одной стороны, в Сети происходит расширение пространства для публичного дискурса, с другой стороны, отсутствие взаимодействия людей с разнообразными интересами.

Если вернуться от коммуникации в рамках СМИ к коммуникации в рамках административных иерархий, становится ясно, что она устроена по схожим законам информационного дефицита. По мере подъема по уровням иерархии из всех аналитико-информационных источников до руководства страны доходит текст объемом максимум в две-три страницы ежедневно. Соответственно, все опять сводится к вопросу фокуса внимания, формируемого бюрократическим окружением. Получается, что главной институциональной особенностью политической коммуникации являются дефицит времени и узость существующих каналов доставки информации. Особенно критическим становится дефицит структур политической коммуникации, когда требуется рецептуализация взгляда на реальность в условиях недостатка времени и слабой достоверности информации.³

Таким образом, для осуществления эффективной политической коммуникации в современных условиях видится необходимым поиск «агентов влияния - могущественных

¹ Сергеев, В.М. Теория и практика политической коммуникации / В.М. Сергеев, Е.С. Алексеенкова. – Проспект, М.:2010. – С.48.

² Там же. С.49.

³ Там же. С.50.

пользователей новых инструментов Сети»¹, которые будут способствовать формированию виртуальных сообществ, основанных на укреплении связей в силу расширения спектра вовлеченных интересов. Здесь, безусловно, возникают политические риски, основанные на визуализации политической информации, что приводит к формированию чувства сопричастности у граждан на уровне переживания, а это дает возможности для активной манипуляции. Другая группа рисков связана с поглощением акторов политического пространства массовой публикой. Конечно, первостепенное значение для политики имеют массовые информационно-коммуникационные процессы, где при организации информационных отношений, прежде всего, действуют политические агенты, специально подготовленные для взаимодействия с общественным мнением.

Взаимодействие данных агентов в основном и формирует информационный рынок, на котором каждый из них осуществляет собственные политические стратегии – «свою игру», подчиненные достижению своих интересов в сфере власти.

Поэтому, на наш взгляд, коммуникацию можно смело положить в основу политики, а зависимость политической ориентации общества от структуры коммуникации очевидна.

В условиях развития демократического общества актуализируется необходимость участия молодежи в современной политической жизни страны, повышения уровня ее политической активности и политической культуры. Это выражается как в росте интереса молодого поколения к политическим событиям, так и в создании большого числа молодежных политических организаций. Одним из основных генераторов данного процесса призваны стать средства массовой информации и коммуникации.

Становление гражданского общества в России требует выработки качественно новых, эффективных способов взаимодействия молодого поколения и политических структур. На данный момент политические воззрения и ориентации молодежи находятся в состоянии глубокой трансформации. В ситуации межпоколенческого разрыва, разрывов между прошлым, настоящим и будущим в структуре общественного сознания, отсутствия качественной молодежной прессы, образовательных и просветительских программ на радио и телевидении молодые люди в своем большинстве не в состоянии самостоятельно разобраться в новых политических реалиях, что во многом предопределяет мотивацию их политического поведения и как результат – отчуждение от политики в целом.

На сегодняшний день молодежь представляет собой слабо социально адаптированную к выражающим общезначимые ценности политическим воззрениям группу людей в возрасте от 14 до 30 лет. Именно эта группа наиболее подвержена влиянию СМИ и МК, а также непосредственных коммуникаций и межличностных контактов в молодежной среде. Она является активным потребителем информационных продуктов. Современные политизированные массмедиа навязывают молодежи ряд определенных ценностей и стереотипов, выгодных тем или иным политическим силам, движениям и их лидерам, но не мотивируют ее на фундаментальные, ментальные ценности, детерминирующие образ будущего России. А между тем, именно за молодежью остается выбор, как развивать инновационные гуманитарные технологии.

¹ Бродан, К. Агенты влияния в интернете / К.Бродан, Дж. Смит. – Питер, М.:2012. – С.23.

Что касается политических предпочтений молодежи, то необходимо отметить, что интерес к политике среди молодежи в целом невелик, однако учитывая низкие показатели 90-х гг. и специфику молодежной аудитории, можно говорить о позитивной динамике этого показателя. К сегодняшнему дню доля интересующихся политикой постепенно возросла с 31% до 41%. По отношению к руководству государством, с одной стороны, среди 18–24-летних больше всего сторонников первых лиц государства. Если среди самых молодых деятельность президента России одобряют 73–79% (в зависимости от времени замера), то среди россиян среднего возраста – 66–73%. Премьер-министр популярен среди 76–84% молодежи и среди 68–80% – россиян среднего возраста. Причем в дальнейших возрастных группах – среди 50-летних, 60-летних и старше – рейтинги одобрения снова идут вверх – таким образом, наблюдается определенный эффект проседания рейтингов в средних возрастных группах.¹ В 2010 г. юноши и девушки оценивают деятельность президента и правительства более позитивно, чем год назад.² А соответственно и правящая партия выглядит для молодежи наиболее перспективно.

Уровень заявленной политической активности в широких кругах молодежи остается стабильно низким – по данным ВЦИОМ и ФОМ не более 17-22%. С другой стороны, среди самых молодых и больше всего потенциальных «протестантов» – допускающих массовые выступления и готовых принять в них участие. Если в целом по стране 22% респондентов говорят о вероятности массовых протестов, то среди молодых так считают 28%; 21% сограждан утверждают, что сами готовы бы были принять участие в акциях протеста (среди молодежи таких находится несколько больше – 25%).³ Впрочем, несмотря на более высокую склонность к изменениям (протестно-революционного характера в том числе) среди молодежи, 20-летние, как и остальные их сограждане, скорее декларативны в своих намерениях и дальше слов дело не идет. В этой группе таким образом скорее проявляется модернизационная предрасположенность, присущая молодому возрасту, так же как среди россиян преклонного возраста – и по этим данным – найдется куда больше консервативно ориентированных, чем в целом по стране и особенно в сравнении с юными.

Молодые россияне в большей степени персонифицируют власть (отсюда, в частности, и столь высокие рейтинги одобрения политических лидеров). 42% россиян в возрасте до 24 лет говорят, их «вполне» или «по большей части» устраивает политика, которую проводят власти нашей страны (в целом по стране 32%), 41% – «отчасти устраивает, отчасти нет», только 14% оказались в рядах недовольных (44% и 19% в целом по стране соответственно). А внешняя политика – и подавно: 55% – «за», 28% – колеблются и только 6% – «против»... Но за что и против чего? Как правило, молодежь, при всей горячности и стремительности, особенно высоким интересом к политике не отличается. Газет особенно не читают, по телевидению смотрят все больше

¹ Опрос населения ФОМ, 2010 г. Новое поколение: установки и оценки. Мегаопросы «ГеоРейтинг» с мая 2007 г. по март 2010 г. Каждый опрос – 1930 населенных пунктов, 68 субъектов РФ, 34 000 респондентов. // FOM.RU: Официальный сайт ФОМ. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/socium/soc_gr/lady_man/dof040501

² Там же.

³ Данные Института социологии РАН. Молодежь новой России: ценностные приоритеты. Аналитический доклад, 2007. URL: http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_1_3.html

развлекательные передачи, Интернетом пользуются, как правило, для общения в чатах, на форумах и в социальных сетях.¹ Поэтому использование новых медиа при осуществлении политической коммуникации считается необходимым сегодня.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представляет данные о том, какие молодёжные организации и движения россияне знают, кому из них симпатизируют, следует ли, по мнению опрошенных, привлекать молодёжь к политической и общественной жизни страны.

За привлечение молодёжи к участию в политической и общественной жизни высказывается большинство респондентов - 75%. В их числе 42% считают, что это безусловно нужно делать; наиболее характерен такой ответ для опрошенных 45-59 лет (47%), среди самой молодёжи определённно «за» участие в политике 39-40%.²

Сторонники приобщения молодёжи к политике полагают, что для этого прежде всего нужно учитывать в программах партий интересы и проблемы молодёжи (59%), создавать и укреплять молодёжные организации при ведущих политических партиях (36%), выдвигать молодёжь на первые роли в партиях, предоставлять молодёжи возможность самой создавать политические объединения в соответствии со своими интересами (по 25-27%), развивать самостоятельные общественные молодёжные объединения (17%). О материальных стимулах и увязке с карьерным ростом молодых людей говорят только 17% и 14% опрошенных. За два года возросло число тех, кто считает самым важным учитывать в партийных программах интересы молодёжи (с 50% до 59%), и сократилось доля тех, кто за материальное (с 23% до 17%) и карьерное стимулирование молодёжи (с 18% до 14%).

Среди респондентов в возрасте до 30 лет 4% уже состоят в политических организациях. Ещё 5% думают о вступлении в какую-либо партию в ближайшее время. В принципе не против членства в партии, но в отдалённой перспективе, 21% молодёжи. Каждый второй, 47%, не хочет вступать ни в какую партию. И каждый четвёртый затрудняется с ответом. В ответ на просьбу назвать молодёжные организации и движения свыше половины россиян, 54%, говорят, что не знают ни одной, ещё 22% затрудняются с ответом или не могут припомнить названия. Остальные респонденты чаще всего называют движение «Наши» (12%), скинхедов (4%), «Идущих вместе», Национал-большевиков (лимоновцев) (по 3%). «Соколов Жириновского», «Молодую гвардию Единой России» (по 2%). Другие молодёжные объединения указывают не более 1% опрошенных.³

Поскольку партии «Единая Россия» молодое поколение отдаёт свои предпочтения, то и «Молодая гвардия «Единой России» довольно популярна, как среди молодежи (40%), так и всего населения в целом (25%). Но все же довольно равнодушно к молодёжным организациям относится сама молодёжь.

¹ Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведён 6-7 октября 2007 г. Опрошено 1600 человек в 153 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%. // WCIOM.RU: Официальный сайт ВЦИОМ. URL:<http://wciom.ru/arkhiv/>

² Там же.

³ Там же.

В силу полученных и рассмотренных данных уместно говорить о молодежной политике государства. Нужно отметить, что происходит активизация молодежной политики, что свидетельствует о том, что власть не только понимает, что у нас отсутствует система подготовки молодежи к политическим и чиновничьим должностям, но и ищет решение этой проблемы. Проблема на самом деле не новая.

Поэтому многое из того, что делает Медведев, подчинено именно этой задаче – создать систему подготовки кадров. Кроме закона о молодежи, проведения Года молодежи, происходит формирование президентского кадрового резерва. И есть уже целый ряд практических примеров, когда на руководящие посты назначаются люди из этого резерва, в том числе и на посты губернаторов, например. Это всё-таки первые наброски, первые опыты, конечно, далеко не совершенные, но необходимые для создания такой системы. Если мы эту систему не создадим, то наша политическая элита обречена на разложение и деградацию, а страна не имеет будущего без ответственной и эффективной политической элиты. По данным рисунка 16 видно, что большинство населения разных возрастов активно выступают за разработку специальной программы по работе с молодежью (77-83%). Сама молодежь поддерживает эту идею – 83%.¹

Но к избранию молодых людей в органы муниципальной власти относятся отрицательно, поскольку считается, что 18 лет недостаточно сформировано понятие о жизни и отсутствует опыт работы.²

Что касается количества молодежи в руководстве регионом, большинство опрошенных затрудняются ответить (48-60% в зависимости от возраста). По-всему, это не вызывает интереса и не заслуживает внимания у наших граждан. По 3% от каждой возрастной группы населения считают, что молодежи слишком много. Ответ «столько сколько нужно» не превышает 25%.³

Таким образом, по данным ЦИК, молодежь составляет примерно четверть российского электората.⁴ В то же время, по подсчетам ВЦИОМ, 60% россиян от 18 до 30 лет не интересуется политикой как таковой и не принимает участие ни в каких общественных или политических проектах.⁵ Многие эксперты считают, что это результат умышленной деполитизации молодежи.

Вовлеченность молодых в политику, как пояснили РБК daily в пресс-службе комитета Госдумы по делам молодежи, обсуждалась в рамках молодежного форума «Смола» в Смоленске. Выступивший на нем зампред ЦИК Леонид Ивлев отметил, что из 106,7 млн российских избирателей примерно четверть приходится на молодых. При этом

¹ Опрос населения ФОМ, 2010 г. Новое поколение: установки и оценки. Мегаопросы «ГеоРейтинг» с мая 2007 г. по март 2010 г. Каждый опрос –1930 населенных пунктов, 68 субъектов РФ, 34 000 респондентов. // FOM.RU: Официальный сайт ФОМ. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/socium/soc_gr/lady_man/dof040501

² Там же.

³ Там же.

⁴ См. Официальный сайт Центральной избирательной комиссии России. URL: www.cikrf.ru

⁵ Опрос населения ВЦИОМ, 2009 г. Молодежь вне политики. // WCIOM.RU: Официальный сайт ВЦИОМ. URL:<http://wciom.ru/arkhiv/>

политические партии, по данным ЦИК, пытаются вовлечь молодежь в политику не только как избирателей, но и в качестве участников. За три последние избирательные кампании доля молодежи в списках «Единой России» составила 21%, КПРФ — около 9%, ЛДПР — 7%, «Справедливой России» — 1—7%.

Однако большинство молодых людей, по данным ВЦИОМ, политикой не интересуются ни в каком виде. Первый заместитель гендиректора ВЦИОМ Константин Абрамов отметил, что молодежь более ориентирована на материальные ценности и благополучие семьи. При этом основной источник влияния на молодых людей отнюдь не политики, а родители (63%), друзья (30%) и ближайшие родственники (25%).

Директор Института национальной стратегии Станислав Белковский считает, что такие показатели — результат умышленной деполитизации молодежи в течение последних 18 лет. «В 1990-х годах либералы во главе с Борисом Ельциным представляли эффективный средний класс в стороне от политики, — говорит он. — Позднее этим воспользовались для стабилизации власти: чем меньше страна интересуется политикой, тем легче ею манипулировать. «Цветные революции» в Грузии и на Украине только укрепили эту идею». К тому же, по мнению Белковского, сейчас нет лидеров, которые смогли бы привлечь молодежь.

По мнению главы Центра региональных исследований Ростислава Туровского, во многом эту ситуацию можно объяснить незаинтересованностью политиков молодежью. Большинство партий ориентируются на тех, кто стабильно ходит на выборы, — пожилой электорат. «Социальный популизм, который ориентирован на пенсионеров, не привлекает молодых, — говорит г-н Туровский. — Попытки привлечь молодых людей в политику, в частности со стороны «Единой России», по большей части неэффективны».

Молодежь, по мнению экспертов, сама не знает, каких политических взглядов ей придерживаться и куда пойти. Такая ситуация может привести к развитию радикальных течений, и такие тенденции уже намечаются.

Анализ устремлений современной молодежи позволяет говорить о том, что главное для большинства молодежи безусловными остаются ценности семьи и работы в той или иной вариации: когда работа желаемая и интересна или когда она дает возможность достичь материального благополучия. Тот или иной тип устремлений молодежи, с одной стороны, формируется в определенных условиях среды, а с другой стороны — влияет на поведенческие практики молодежи, прежде всего такие, как получение образования, выбор профессии и т. д.

Данные общероссийских опросов и дискуссионных фокус-групп в 2002 и 2010 годах свидетельствуют о снижении уровня притязаний, их переориентации. За 8 лет устремления молодежи кардинально не менялись, и все же некоторые различия можно отметить: стремление к хорошей работе, карьере, образованию сегодня выражено отчетливее, чем 8 лет назад; чаще выражается желание создать семью и воспитать детей, не столь явно акцентируются материальные ценности; сегодняшняя молодежь трезво оценивает имеющиеся у нее возможности и ставит перед собой более реальные цели; представители поколения стабильности ориентированы на материальное благополучие, но для них важно не столько богатство как таковое, сколько профессия и

хорошая работа; успех и богатство рассматриваются скорее как результат планомерной, трудоемкой работы, нежели плод случайности или везения;

Новое поколение стремится к деньгам больше, чем «советские» люди, но отнюдь не к «любым» или «легким» деньгам. Они прагматичны и четко выстраивают свою жизнь. Абсолютное большинство респондентов – 70% – презентуют себя как людей, стремящихся сделать карьеру. Чаще других на карьеру ориентированы молодые люди с высшим образованием, не имеющие материальных трудностей, жители Москвы и мегаполисов, молодые люди 16–17 лет.

Довольно частые рассуждения о политизации нынешнего поколения молодежи данными проведенного исследования не подтверждаются. Доля молодых людей, непосредственно участвующих в политической деятельности, как и 8-10 лет назад варьируется в пределах 1%-2%. Примерно на том же уровне, что и ранее, остается доля молодежи, активно интересующаяся политикой (14%). Однако, сравнительно с периодом десятилетней давности, на 20% сократилась доля молодых людей, которая, что называется, «факультативно» (от случая к случаю) следит за политическим процессом, а главное – с трети до половины возросла доля молодого поколения, которое перестало интересоваться политикой.

Примечательно, что деполитизация современной молодежи – сродни некоей «дозы успокоительного». По крайней мере, сегодня в молодежном сознании установка на стабильность и эволюционное развитие реформ явно доминирует над установкой на революционные изменения в обществе (две трети на треть).

Как показывает анализ результатов настоящего исследования, в России за последние 10 лет сформировалось поколение молодежи, которое положительно оценивает действия власти, но, зачастую действует, что называется, в автономном режиме. Это вовсе не означает, что нынешняя молодежь безразлична ко всему, что происходит вокруг нее. Просто в силу своего возраста многие молодые люди еще не знают, что нужно сделать, чтобы их голос был услышан, в том числе и в процессе принятия важных решений. Но это не значит, что они готовы лишь «прислушиваться и внимать». Нынешнее поколение не желает быть «дисциплинированным войском» политиков и политических партий и не станет заниматься общественной и политической деятельностью, не будучи уверенным в том, что это принесет пользу как им самим, так и окружающим. Поэтому задача всех ответственных политиков заключается в том, чтобы создавать в обществе такие условия, которые позволят каждому молодому человеку выбирать жизненные стратегии в соответствии с собственными представлениями о том, что для него является важным – политика, семья, работа, творчество, досуг и т. д. И чем больше будет этих возможностей, тем больше будет и пространство для проявления молодежной активности.

Но все же, сегодня, нормального развития коммуникации власти и молодежи и их эффективного использования в целях модернизации страны сегодня существуют два серьезных препятствия. Одним из них является отношение власть имущих к молодым людям как к неопытным стажерам, которых нужно всему учить. Среди тех, кто хочет попасть во власть, есть много молодых людей, чей профессионализм гораздо выше, чем у средне статистического чиновника с опытом работы. Вспомним, что в первой сотне кадрового резерва Президента России четыре молодых человека в возрасте от 25 до 29 лет.

Для модернизации страны призывать во власть нужно в первую очередь эту категорию молодежи. Многим молодым людям нужны не игры в политику, а реальные властные полномочия для решения проблем территории.

Второе препятствие заключается в неправильном определении целей взаимодействия молодежи и власти.

Таким образом, политическая коммуникация в молодежной среде, охватывая все многообразие социально-политических связей – межличностных, массовых и специальных, отражает и выражает культурные ценности субъектов политики, несет в себе политическую информацию как содержание, включая процессы обмена этим содержанием, семиотические и технические средства, используемые в этих обменах, а также технические каналы этих обменов. Иными словами – это совокупность различных факторов, условий, средств, структур, отношений и связей, обеспечивающих формирование мотивов, установок, понятий, форм политического поведения молодежи под воздействием СМИ и МК, власти, социальных и политических институтов и самих молодых людей в процессе коммуникации.¹

Но основным и определяющим звеном в рамках политического дискурса является государственная молодежная политика, которая сегодня представляет собой систему формирования приоритетов и мер, направленных на создание условий и возможностей для успешной социализации и эффективной самореализации молодежи, для развития ее потенциала в интересах России и, следовательно, на социально-экономическое и культурное развитие страны, обеспечение ее конкурентоспособности и укрепление национальной безопасности.

Государственная молодежная политика формируется и реализуется органами государственной власти и местного самоуправления при участии молодежных и детских общественных объединений, неправительственных организаций и иных юридических и физических лиц.²

Государственная молодежная политика на сегодняшний день определяется такими нормативными актами, как **Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации** (Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. № 1760-р, с изменениями от 12 марта 2008 №301-р, с изменениями от 28 февраля 2009 № 251-р, с изменениями от 16 июля 2009 года №997-р), Указ Президента «О первоочередных мерах в области государственной молодежной политики» от 29 октября 1992 г., Федеральный закон «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» от 28 июня 1995 г., Постановление Правительства РФ №387 от 3 апреля 1996 года (в ред. Постановления Правительства РФ

¹ Хомутова, А.Е. Информационно – коммуникативные детерминанты политического поведения молодежи. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук

² Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации (Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. № 1760-р, с изменениями от 12 марта 2008 №301-р, с изменениями от 28 февраля 2009 № 251-р, с изменениями от 16 июля 2009 года №997-р). URL: <http://www.molodost.ru/text/1151>

от 03.08.96 №937) «О дополнительных мерах поддержки молодежи в Российской Федерации», Постановление от 3 июня 1993 г. №5090-1 «Об основных направлениях государственной молодежной политики в Российской Федерации». В настоящее время существует разработанный проект Федерального закона «О государственной молодежной политике в Российской Федерации». Министерство спорта, туризма и молодежной политики совместно с Росмолодежью выступило с инициативой включения «Молодежной политики» самостоятельным блоком в Концепцию долгосрочного развития РФ до 2020 года¹.

В процессе становления современной государственной молодежной политики в структуре государственных органов создавались комиссии, отделы по делам молодежи, которые занимались, в том числе, разработкой комплексных целевых программ «Молодежь». Таким образом, на сегодняшний день управлением в области государственной молодежной политики ведает [Федеральное агентство России по делам молодежи](#) в ведении Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации².

Основными целями государственной молодежной политики являются:

1. создание правовых, социально-экономических условий выбора молодыми гражданами своего жизненного пути, осуществления выдвигаемых ими программ (проектов) в области государственной молодежной политики в Российской Федерации, социального становления, самореализации и участия молодых граждан в общественной деятельности;
2. воспитание и образование молодежи, защиты ее прав и законных интересов;
3. содействие социальному, культурному, культурному и физическому развитию молодежи;
4. недопущение дискриминации молодых граждан по возрастному цензу;
5. создание условий для полного участия молодежи в социально-экономической, политической и культурной жизни общества;
6. расширение возможностей молодого человека в выборе своего жизненного пути, достижении личного успеха;
7. реализация инновационного потенциала молодежи в интересах общественного развития и самой молодежи.

¹ Концепция долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года и основные направления деятельности Правительства. URL: <http://premier.gov.ru/events/news/1953/>

² Указ Президента РФ «Вопросы системы и структуры федеральных органов исполнительной власти» от 12.05.2008 N 724 <http://document.kremlin/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=76855>

Реализация государственной молодежной политики осуществляется на следующих принципах:

1. Принцип участия: привлечение молодых граждан к непосредственному участию в формировании и реализации политики и программ, касающихся молодежи и гражданского общества в целом.
2. Принцип социальной компенсации: обеспечение социальной и правовой защищенности молодых граждан, необходимой для восполнения обусловленной возрастом ограниченности их социального статуса.
3. Принцип гарантий: предоставление молодому гражданину гарантированного государством минимума социальных услуг по обучению, воспитанию, духовному и физическому развитию, охране здоровья, профессиональной подготовке и трудоустройству, объем, виды, и качество которых должны обеспечивать необходимое развитие личности и подготовку к самостоятельной жизни.
4. Принцип приоритета: оказание предпочтения общественным инициативам по сравнению с соответствующей деятельностью государственных органов и учреждений при финансировании мероприятий в области молодежной политики.
5. Принципы деятельности:
 - соблюдения прав и законных интересов молодежи в различных сферах государственной политики в Российской Федерации;
 - осуществления координации деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации по реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации;
 - осуществления государственной поддержки органов местного самоуправления, физических и юридических лиц в проведении мероприятий по реализации государственной молодежной политики в Российской Федерации;
 - сочетания государственных, общественных интересов и прав личностей в формировании и реализации государственной молодежной политики;
 - привлечения молодых граждан к непосредственному участию в формировании и реализации политики, программ, касающихся молодежи и общества в целом;
 - предоставления молодому гражданину гарантированного государством минимума социальных услуг по общению, воспитанию, духовному и физическому развитию, охране здоровья, профессиональной подготовке и трудоустройству, объем, виды и качество которых должны обеспечивать необходимое развитие личности и подготовку к самостоятельной жизни;

- приоритета общественных инициатив по сравнению с соответствующей деятельностью государственных органов и учреждений при финансировании мероприятий и программ, касающихся молодежи¹.

Молодежная политика объективно имеет в своей основе коммуникативно-информационную составляющую. Отсюда – органическое единство молодежной и информационной политики, необходимость информационного обеспечения молодежной политики.

Поэтому, молодежную политику нужно рассматривать как единство государственной и общественной составляющих. Она представляет собой деятельность государства, политических партий, общественных объединений и других субъектов общественных отношений. Общий смысл молодежной политики – создание в обществе условий и стимулов для жизнедеятельности новых поколений, которые способствовали бы проявлению, развитию и реализации задатков, способностей и талантов молодых людей в целях социально-экономического и политического прогресса российского общества. При этом информационная политика представляет собой особый вид деятельности людей, связанной с производством, распространением и потреблением информации, удовлетворяющей интересам государства и гражданского общества и направленной на обеспечение творческого, конструктивного диалога между ними.

Стоит отметить, что основой молодежной политики служить власть вообще, и государственная власть – в особенности, которая сама по себе имеет коммуникативную природу и одновременно является средством коммуникации, что должно, найти выражение в конструктивном диалоге², дискурсе между властью и молодежью с помощью государственной молодежной политики.

В итоге, субъектами государственной молодежной политики выступают: государство, органы государственной власти всех уровней, ответственные за реализацию молодежной политики, государственные средства массовой информации и коммуникации.

При этом субъекты информационного воздействия (СМИ и МК, господствующая идеология, система образования и воспитания молодежи) претендуют на роль мощного фактора формирования личности и ценностной ориентации молодого поколения – им принадлежит лидерство в области идеологического воздействия на общество и личность, они стали трансляторами культурных достижений и активно влияют на формирование политического сознания молодежи. В связи с этим, СМИ могут быть как конструктивным, так и деструктивным средством формирования политического сознания, ценностных ориентаций, политических и общегражданских установок молодого поколения.

¹ Концепция государственной молодежной политики Российской Федерации // Проблемы развития человеческого потенциала в деятельности Совета Федерации (наука, образование, культура) / Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ, №10 (141), 2001, с. 10. URL: <http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2001/vestniksf141-10/vestniksf141-10090.htm>

² Хомутова, А.Е. Информационно – коммуникативные детерминанты политического поведения молодежи. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук

В последнее десятилетие в России, как и во всем мире, интенсивное развитие электронных информационных технологий существенно усилило возможности воздействия СМИ на молодежь, но заметно изменило характер этого воздействия:

- информационное воздействие из массового преобразуется в индивидуализированное и, одновременно, социально-сетевое;

- степень информационной свободы молодого поколения расширяется за счёт интенсивного развития цифровых технологий: компьютерной обработки информации, Интернета, мобильной связи, а также возможностей распространения информации с помощью мобильных носителей;

- при росте интенсивности воздействия СМИ резко сужаются возможности прямого влияния государственных институтов на формирование массового сознания, мировоззрение молодого поколения.¹

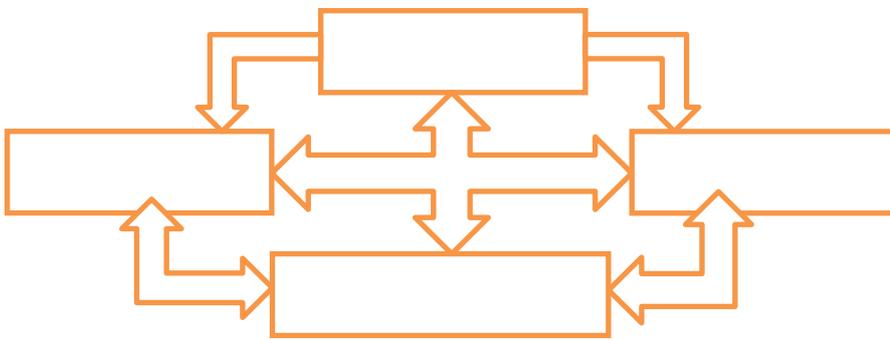
В современной молодежной среде СМИ принадлежит лидерство в формировании сознания, жизненных ценностей, образцов для подражания. К сожалению, это лидерство целым рядом СМИ часто используется вопреки интересам российского общества – способствует росту агрессии, нравственной распущенности и безответственности в молодежной среде. Многие эксперты считают, что нынешняя информационная политика некоторых СМИ подталкивает к формированию в российском обществе, с одной стороны, атмосферы вседозволенности, а с другой, тревожности, паники и безысходности. СМИ, и прежде всего телевидение, зачастую формируют культ силы и агрессивность.

Политическая коммуникация с использованием СМИ может развиваться по четырем основным направлениям: 1) субъект-объектное доминирование власти с использованием СМИ как инструмента воздействия на молодежь; 2) субъект-объектное доминирование СМИ, проводящих политику или государства, или других политических сил; 3) объект-субъектное подчинение; 4) субъект-субъектные связи и отношения молодежи со СМИ и властью.²

Наиболее продуктивным представляется четвертый тип отношений, приводящий к формированию конструктивного диалога, дискурса молодежи и власти, молодежи и СМИ, но, к сожалению, на сегодняшний момент осуществляется первый тип. Инструментом реализации же четвертого типа отношений и управления ими выступает молодежная информационная политика, формируемая на основе конвергентного интереса государства и молодежи с учетом ее насущных потребностей. В этой системе молодежная информационная политика проводит линию государственной власти через массмедиа и влияет на молодежь, формируя общественно-значимые мотивы политического поведения (схема 1).

¹ Там же.

² Там же.



Государственная целенаправленная работа с молодежью в России совсем недавно пережила возрождение, но не успела определить эффективные методы и способы формирования их политического сознания. В связи с этим, необходимо дальнейшее теоретико-методологическое осмысление концепций государственной молодежной политики в части формирования моделей конструктивного политического поведения и актуализации проблемы, связанной с научной разработкой системы мер по повышению эффективности коммуникативного воздействия на политические потребности, интересы и мотивы.

Необходимо отметить, что эффективной политической коммуникации в иерархической среде сегодня способствует идея создания институтов молодежного самоуправления. В проекте ФЗ «Об общих принципах организации молодежного самоуправления в Российской Федерации» отмечено, что систему органов молодежного самоуправления в Российской Федерации образуют молодежные парламенты, молодежные избирательные комиссии и молодежные правительства, действующие на федеральном, региональном и местном уровнях власти.¹ Действительно, с 2009 – 2010 гг. активно создаются сети молодежных представительных структур и молодежных правительств в субъектах Российской Федерации, которые объединяются в российские ассоциации молодежных правительств и парламентов.

Целью создания и укрепления подобной формы молодежного участия является стремление привлечь активно настроенных, инициативных молодых людей или иными словами лидеров к участию в законотворческой деятельности и разработке проектов по решению социально-значимых проблем, в том числе на уровне муниципалитетов. Кроме этого, реализуется меры по преодолению правового нигилизма молодежи, поскольку создаваемые структуры являются институтами политической социализации, и создают все условия для формирования у молодого поколения активной устойчивой гражданской позиции, как в политической, так и в неполитической сферах жизни, вовлекают молодежь в управление государством и процесс принятия властных решений и законов. Таким образом, упор делается на развитие молодёжи с новыми качествами, от мировоззрения и воли которой зависит наше будущее, как суверенной, конкурентоспособной страны. Молодежное самоуправление представляет собой теоретическую подготовку и практическую деятельность, что дает создание устойчивого кадрового резерва с высоким качеством управленческой деятельности в будущем.

Осуществление любого информационного воздействия, в том числе влияния на молодежь с целью повышения ее политической активности, – это сложный

¹Единый портал молодежного парламентского движения в России URL:
<http://www.newparlament.ru/votings/view/142>

многоуровневый процесс, в котором особую актуальность приобретают технологии и механизмы привлечения молодежи к участию в современном политическом процессе.

Вопросы для самостоятельного контроля:

1. Что означают понятия «политическая коммуникация», «политический дискурс» и «государственная молодежная политика»?
2. Какую роль в осуществлении политической коммуникации играют СМК в целом и новые медиа в частности?
3. Охарактеризуйте политический портрет современной молодежи? Перечислите особенности осуществления политической коммуникации в молодежной среде
4. Каким образом выстраивается политическая коммуникация в системе «власть-СМИ-молодежь»?
5. Назовите основные принципы реализации государственной молодежной политики?

Темы для самостоятельного изучения:

1. Политическая коммуникация в условиях глобализации.
2. Политическая коммуникация в средствах массовой коммуникации.
3. Политическая коммуникация в системе межкультурной коммуникации.
4. Политическая коммуникация в конфликтах.
5. Возможности управления политической коммуникацией.

Список литературы:

1. Броган, К. Агенты влияния в интернете / К.Броган, Дж. Смит. – М.:Питер, 2012. – 216 с.
2. Володенков, С.В. Политическая коммуникация и современное политическое управление. Е.В.Володенков // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2011. № 6. С. 22-31.
3. Глаголев, В.С. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации / В.С. Глаголев, Н.И. Бирюков, Н.Н. Зарубина [и др.]: учебное пособие. – М.: Проспект, 2010. – 216 с.
4. Зудин, А. Ю. Традиционализация и укоренение политических инноваций: к постановке проблемы / А. Ю. Зудин // ОНС : Обществ. науки и современность. - 2007. - N 4. - С. 67-79.
5. Кармак, П.Н. Политическая коммуникация как фактор легитимизации политической власти: автореф. дис. канд. полит. наук: 23. 00.02 / Кармак П.Н. - Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 2007.
6. Кравцов, В.В. Интернет – новые возможности политических коммуникаций / В.В. Кравцов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2009. № 2. С. 159-164.
7. Кретов, Б. Е. Средства массовой коммуникации - элемент политической системы общества / Б.Е.Кретов // Социально-гуманитарные знания. 2000. - N 1. - С. 100-107.
8. Сергеев, В.М. Теория и практика политической коммуникации / В.М. Сергеев, Е.С. Алексеенкова. – М.: Проспект, 2010. – 128 с.

9. Туронок, С.Г. «Игра в политику» (Теоретический аспект массовых политических коммуникаций). / С.Г. Туронок, И.А.Бахтина // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2008. № 4. С. 59-74.
10. Хомутова, А.Е. Информационно – коммуникативные детерминанты политического поведения молодежи: автореф. дис. канд. полит. наук: 10.01.10 / А.Е.Хомутова. - Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. Москва, 2010.
11. Шварценберг, Р.-Ж. Политическая социология / Р.-Ж. Шварценберг. - М., 1992. - С. 375.
12. Norris, P. Political Communications/ P. Norris. - Harvard University. For the Encyclopedia of the Social Sciences [6392 words 2/16/2004 8:20 PM]
[URL:www.hks.harvard.edu/fs/pnorris](http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris).

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ

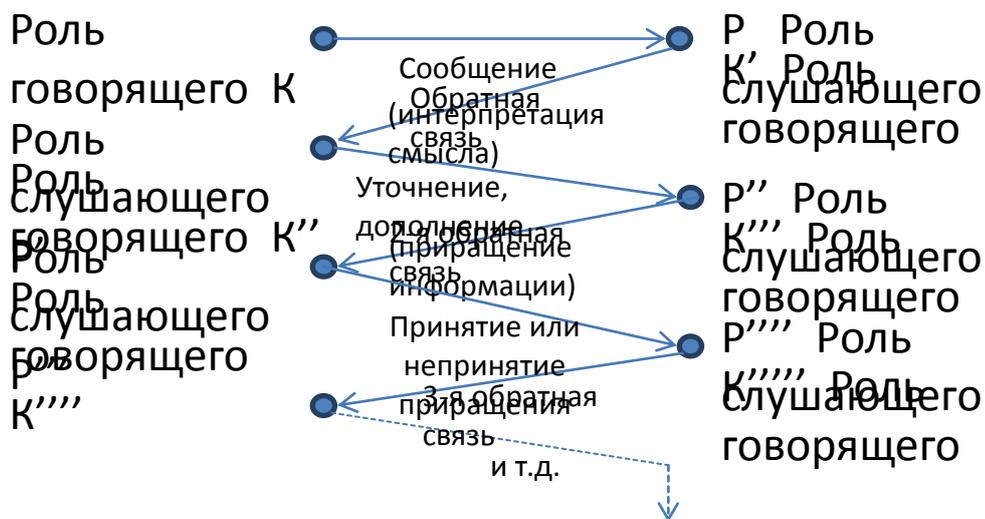
Понятие коммуникация происходит от латинского слова communication – обмен, связь, разговор. Говоря о коммуникации, имеется в виду процесс передачи информации между субъектами, где происходит не просто взаимный *обмен различными представлениями, идеями, интересами, настроениями* и пр., а информация *формируется, уточняется, развивается*.

Как бы ни осуществлялась данная передача - вербально, с помощью речи, или невербально, посредством мимики, жестов и пантомимики, через прямые сенсорные или телесные контакты - в данной передаче всегда отражается психология отдельно взятого человека или той общности людей, которую он представляет. Социально-психологическое наполнение коммуникативного акта определено тем, что субъектами взаимодействия выступают люди с их специфическими индивидуально-личностными особенностями, различными представлениями об окружающем мире, эмоциональным отношением к происходящему, субъективной системой установок и намерений, обуславливающих их поведение. В процессе данного взаимодействия они могут выступать либо от себя лично, либо представлять интересы определенной социальной группы, не просто обмениваясь информацией, но, прежде всего, стремясь оказать влияние друг на друга, каким бы оно по отношению к партнеру по взаимодействию ни было – благожелательным, учитывающим взаимные интересы сторон или корыстным, манипулятивным. Знание социально-психологических закономерностей, пронизывающих любой коммуникативный акт, является важным условием эффективности взаимодействия, способствуя налаживанию личных и деловых контактов, во многом предопределяя успех при ведении переговоров и в достижении выгодных договоренностей.

Когда речь заходит о коммуникативном взаимодействии, то в первую очередь имеется в виду процесс передачи информации от коммуникатора к реципиенту. При этом обмен информацией, осуществляемый в процессе коммуникативного взаимодействия, может осуществляться как вербально, так и невербально.

Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации, так как при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения. При этом необходимым условием выступает высокая степень общности понимания ситуации всеми участниками коммуникативного процесса, в основе которой лежит

диалогическая речь, где происходит последовательная смена коммуникативных ролей, позволяющая прояснять смысл речевого



При продолжении диалога – новые витки информации

Рис.1 Схема диалога¹

обращения. Именно в процессе диалога происходит обогащение и дальнейшее развитие информации (рис.1).

Важным инструментом диалогического процесса является *обратная связь* — сообщения, которые человек посылает в ответ на сообщения другого², которые в идеале выглядят как переспрашивание, уточнение вопросов, выражение желания получить дополнительные сведения и т.п.³ Такого рода обратная связь является *безоценочной* и в ее основе лежит стремление прояснить для себя позицию собеседника. Обратная связь может также носить и оценочный характер, выражаясь либо в виде критики или корректировки высказывания собеседника (*негативная обратная связь*), либо в виде одобрения и *поддержки (позитивная обратная связь)*. В этой связи в диалоге находит свое проявление острая современная проблема *толерантности*. В данном контексте она выглядит как соблюдение норм реагирования на высказывание другого, допущение того,

¹ Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений. – 5-е изд., испр. и доп.. – М. : Аспект Пресс, 2006. – С.89

² Соловьева О.В. Обратная связь в межличностном общении. – М.: МГУ, 1992.

³ Эган Дж. Слушание: неперемное условие поддерживающего поведения // Межличностное общение. – СПб.: Питер, 2001. – С.330-340.

что этот собеседник может иметь принципиально отличную точку зрения. Это не означает, что противоположную позицию надо обязательно принимать. Здесь важно умение признавать ее право на существование, допускать ее «непохожесть», возможно, прислушаться к ней. Не случайно диапазон оценок в негативной обратной связи должен всегда находиться под строгим нравственным контролем.

Успешность вербальной коммуникации в случае диалога во многом определяется тем, насколько партнеры владеют приемами убеждающей коммуникации (речь о которых пойдет чуть позже), а также тематической направленностью информации в диалоге и характером *дистанции*, которая устанавливается в ходе коммуникации. В этой связи выделяют **три уровня коммуникативного взаимодействия**¹:

- **Ритуальный, или социально-ролевой уровень.** Целью коммуникации на этом уровне является выполнение ожидаемой от человека роли, демонстрация знания норм социальной среды. Общение при этом носит, как правило, анонимный характер, независимо от того, происходит оно между незнакомыми, знакомыми или близкими людьми. Здесь присутствует максимальное дистанцирование собеседников друг от друга, когда ни один из них не стремится проникнуть в обстоятельства диалога, обходясь набором дежурных фраз.

Пример 1². В ритуальном общении для нас существенно следование роли — социальной, профессиональной или межличностной. Так на вопрос «Как живешь?» надо отвечать что-то вроде «Нормально», «Прекрасно», «Отлично» и т.д., а вот ответ «Отвратительно», предполагающий в дальнейшем вопрос «А что так?» и последующую беседу на эту тему, — это уже выход из ритуала приветствия и переход к другому уровню общению.

- **Деловой уровень.** Здесь цель коммуникативного взаимодействия - организация совместной деятельности, поиск средств повышения эффективности сотрудничества. Партнеры при этом оцениваются не как уникальные, неповторимые личности, а с точки зрения того, насколько хорошо они могут выполнить поставленные перед ними задачи, то есть оцениваются их функциональные качества. Таким образом, стремления проникнуть в обстоятельства диалога партнеров по общению ограничено деловой сферой, что предполагает определенное дистанцирование друг от друга. Соответственно,

¹ Головаха Е.И. , Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания. – Киев: Издание политической литературы Украины, 1989.

² Третьяков В.П. Ритуальное общение // Элитариум, 2007 [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 07.09.2007).

коммуникативное взаимодействие здесь является психологически отстраненным - доминирует Я-Вы контакт.

Пример 2¹. Так общей целью партнеров в переговорном процессе является обмен мнениями и информацией с последующим налаживанием новых связей и отношений или подтверждением старых. При этом каждый из участников переговоров руководствуется собственными намерениями, мотивами, целями, хотя для выработки совместного решения и необходимо учитывать личные качества и жизненные ценности своего оппонента, уметь посмотреть на проблему его глазами.

- **Интимно-личностный уровень.** Цель - удовлетворение потребности в понимании, сочувствии, сопереживании. Для общения на этом уровне характерны психологическая близость, эмпатия, доверительность. Здесь доминирует Я-Ты контакт, а дистанция между партнерами по коммуникативному взаимодействию минимальна.

*Пример 3². Так, в социальной психологии выделяют четыре основных фактора, от которых зависит возникновение дружбы или взаимной симпатии: территориальная близость людей; их физическая привлекательность; сходство установок, убеждений и нравственных ценностей; осознание того, что мы своему партнеру нравимся. В социальной психологии процесс предпочтения одних людей другими, взаимное притяжение между людьми, взаимной симпатии получил название «**межличностная аттракция**» (от англ. attract – привлекать, притягивать, пленять, прельщать).*

Речь является основным, присущим лишь человеку способом коммуникации. Вместе с тем передача информации друг другу происходит и многими другими способами: жестами, мимикой, позами, одеждой, прической, предметами нашего окружения и т.д. Все это получило название «**невербальные сообщения**» (англ. *non-verbal* – без использования слов, несловесный).

Невербальная коммуникация представляет собой взаимодействие между людьми с помощью неречевых средств, обмен невербальными посланиями и их интерпретация в данной ситуации. Невербальная коммуникация позволяет получить информацию о собеседнике: его темпераменте, эмоциональном состоянии в данной ситуации; «Я»-образе и самооценке; личностных свойствах и качествах; коммуникативной компетентности; социальном статусе; принадлежности к определенной группе или субкультуре. В процессе невербальной коммуникации мы получаем информацию об отношении участников

¹ Кибанов А.П. Правила ведения переговоров по спорным вопросам // Элитариум, 2011 [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 06.06.2011).

² Майерс Д. Социальная психология: пер. с англ. - СПб.: Питер Пресс, 2002. – С. 349-396

коммуникации друг к другу, к самой ситуации общения. Данная информация предоставляет сведения¹:

- о желаемом уровне общения (социальная и эмоциональная близость или отдаленность);
- характере или типе отношений (доминирование—зависимость, расположение—нерасположение);
- динамике взаимоотношений (стремление поддерживать общение, прекратить его, «выяснить отношения» и т. д.);
- о включенности участников коммуникации в ситуацию общения (комфортность, спокойствие, интерес) или стремлении выйти из нее (нетерпение, нервозность и т. д.).

Невербальная и вербальная коммуникация, сопутствуя друг другу, находятся в сложном взаимодействии. Так, выделяют несколько функций, которые невербальные сообщения выполняют при взаимодействии с вербальными²:

- дополнения вербальных сообщений;
- опровержения вербальных сообщений;
- замещения вербальных сообщений;
- регулирования разговора.

Дополнение означает, что невербальные сообщения делают речь более выразительной, уточняют и проясняют ее содержание. Речь понимается лучше и хорошо запоминается, если она сопровождается соответствующими ей жестами. Невербальные знаки могут использоваться для усиления наиболее важных моментов речи. Например, если человек произносит нечто вроде: «Позвольте мне быть с вами абсолютно искренним», то бессознательно раскрывает ладони перед собеседником, демонстрируя открытость (рис.2). Именно благодаря этому жесту у его собеседника возникает ощущение, что его партнер с ним искренен.

Опровержение означает, что невербальное сообщение противоречит вербальному. В этом случае говорят об отсутствии конгруэнтности, т.е. о несоответствии слов и жестов. Так, если на вопрос «Вам интересно?» собеседник демонстрирует замешательство, отводит глаза в сторону, виновато улыбается и при этом говорит: «В общем-то, да», то в правдивости такого ответа можно усомниться. Невербальное поведение в значительной степени спонтанно, меньше контролируется сознанием, поэтому зачастую оно может опровергать сказанное. Даже если свою первую реакцию человек в состоянии проконтролировать, подлинное состояние

¹ Морозов В.П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация. – М.: ИП РАН, Центр «Искусство и наука», 1998.

² Куницина В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2003. - С. 71.

обнаружится уже спустя 4-5 секунд. Улыбка или выражение удивления, которые длятся дольше этого времени, могут указывать на обман. Вот почему полезно наблюдать за соответствием между речевыми и неречевыми посланиями.



Рис. 2. Сопровождение жестаи фразы «Позвольте мне быть с вами абсолютно искренним»¹

¹ Из: Пиз А. Язык телодвижений. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – С. 50.



Рис. 3. Совокупность жестов, говорящая о критической оценке¹

Замещение означает использование невербального сообщения вместо вербального. Во время дискуссии собеседник может без слов, лишь с помощью взгляда и поворота головы и тела, выразить свое отношение к происходящему. Так на рис.3 показана типичная совокупность жестов, говорящая о критической оценке. Основной жест – рука, поднесенная к лицу так, что указательный палец упирается в щеку, большой палец подпирает подбородок, а остальные прикрывают рот. Плотнo скрещенные ноги и руки, а также склоненная голова и опущенный подбородок также выступают молчаливыми свидетелями критической настроенности человека.

¹ Там же. - С. 23

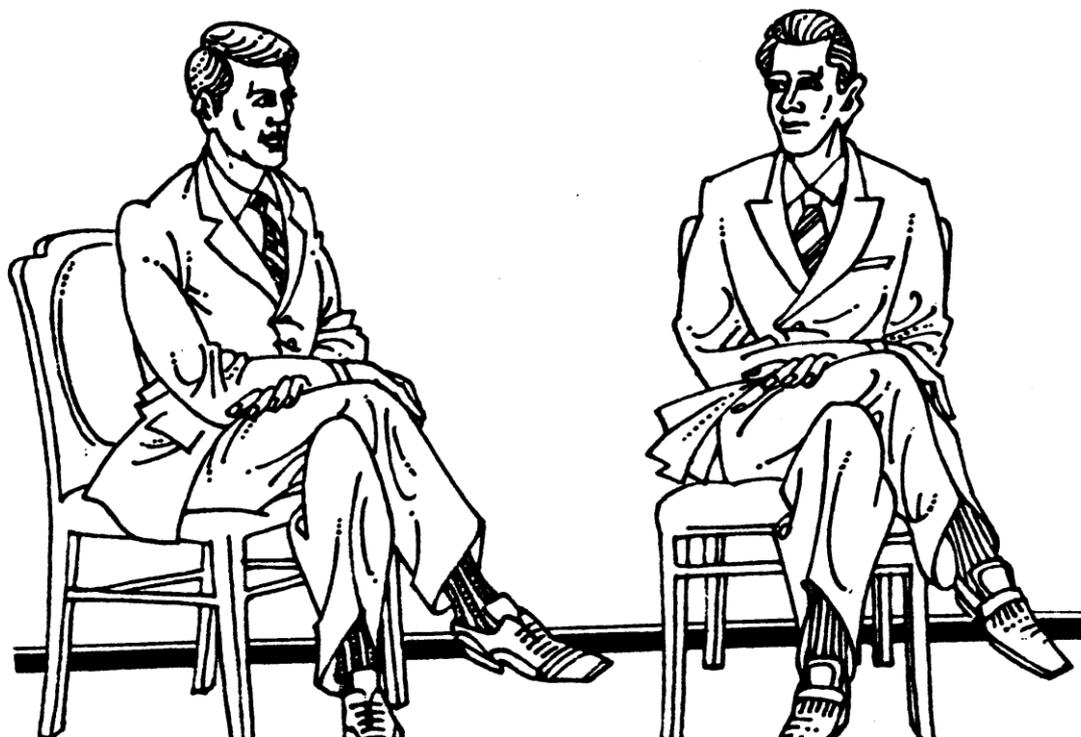


Рис.4. Жесты, говорящие о психологической установке на собеседника¹

Регулирование означает использование невербальных знаков для координации взаимодействия между людьми. При этом часто используются описанные выше знаки, замещающие слова, — поворот головы и корпуса в сторону того, кто должен выступать; тон голоса, сообщающий о завершении фразы; прикосновение к кому-то, выражающее желание о чем-то спросить, одобрительные или неодобрительные возгласы в адрес выступающего.

Пример 4². Так, очень информативно, с точки зрения координации взаимодействия положение тел собеседников. На рис.4 изображены два собеседника. Корпус того человека, что сидит справа, «перекручен», он не «весь» обращен к собеседнику. У его партнера по коммуникации, напротив, и корпус, и перекинутая нога направлены к собеседнику, демонстрируя готовность к продолжению разговора. Эти и многие другие знаки регулируют течение коммуникации, заставляя либо сокращать время общения, либо, наоборот, поощрять собеседника к дальнейшему сотрудничеству.

Невербальная коммуникация осуществляется с участием разных сенсорных систем: зрения, слуха, кожно-тактильного чувства, вкуса, обоняния. Исходя из этого, выделяют разные виды невербальной коммуникации:

¹ Панасюк А.Ю. А что у него в подсознании. — М.: Дело, 2002. - С. 208

² Там же. С. 208

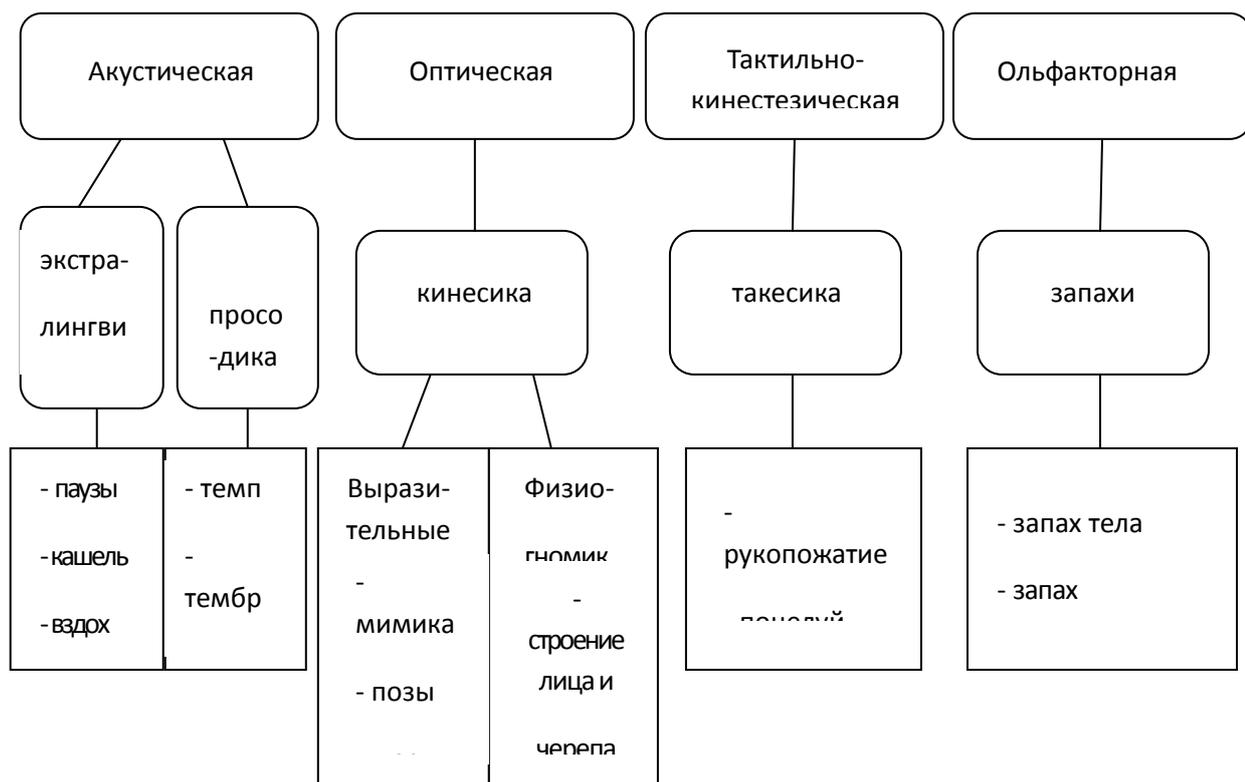


Рис. 5. Структурная схема невербального поведения человека¹

Все эти виды невербального сообщения не являются изолированными друг от друга. Они находятся во взаимодействии, иногда дополняя друг друга, иногда вступая в противоречие. Тем не менее, невербальное поведение является необходимой составляющей межличностной коммуникации. Оно является индикатором эмоциональных состояний и показателем многообразных отношений человека к окружающему миру. В любой, даже сугубо официальной и деловой ситуации присутствует и активно ее формирует невербально выраженное отношение субъекта общения к самой ситуации, к партнеру и к себе самому.

Психологические механизмы межличностного восприятия. Для того чтобы общение было успешно, важно понимать человека, принимая его позицию, не теряя при этом свою собственную. Действительно, в коммуникации участвуют как минимум два человека, каждый из которых является активным субъектом взаимодействия. При построении стратегии взаимодействия каждому из них приходится принимать в расчет не только потребности, мотивы, установки другого, но и то, как этот другой понимает мои потребности, мотивы, установки. Другими словами, в основе успешной коммуникации

¹ Лабунская В.А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). – Ростов-н/Д.: изд-во Ростов. Ун-та, 1983. – С. 33

лежит осознание себя через другого. И важную роль здесь играют *идентификация, референтность, эмпатия, рефлексия, каузальная атрибуция, стереотипизация.*

Идентификация или отождествление себя с другим, один из самых простых способов понимания другого человека - когда предположения о внутреннем состоянии партнера строятся на основе попытки поставить себя на его место. Вместе с тем отождествление себя с другим, может вести к тому, что индивид, как правило, неосознанно, начинает копировать поведенческие модели собеседника, стремится *подражать* ему. Не случайно подражание – является одним из мощнейших механизмов психологического воздействия, особенности применение которого в массовой коммуникации будет рассмотрено ниже.

Схожий с идентификацией механизм присутствует в межгрупповом взаимодействии и носит название *референтность*, в основе которого лежит зависимость субъекта от других людей. Это может быть группа, членом которой является субъект, или другая группа, с которой он себя соотносит, не будучи реальным ее участником. Функцию референтного объекта может выполнять и отдельный человек, в том числе, не существующий реально (литературный герой, вымышленный идеал для подражания и т. п.). И в том и в другом случае субъект заимствует для себя цели, ценности, идеи, нормы и правила поведения объекта референтности.

Близким идентификации является также понятие *эмпатия*. Здесь понимание другого человека связано не с рациональным осмыслением его проблем, а с эмоциональным откликом на эти проблемы. При эмпатии, как и в случае идентификации, присутствует умение взглянуть на вещи с точки зрения собеседника, но здесь не происходит отождествления, несущего угрозу потери собственной позиции. Сочувственно принимая во внимание чужую линию поведения, человек при этом способен выстраивать собственное поведение исходя из личных интересов. И в случае идентификации, и в случае эмпатии наличествует «принятие в расчет» поведения другого человека, но результат взаимодействия будет различаться.

Рефлексия - это осознание индивидом того, как он воспринимается партнером по общению. Это уже не просто знание или понимание другого, но знание того, как он понимается другим. Это «глубокое, последовательное взаимоотражение, содержанием которого является воспроизведение внутреннего мира партнера по взаимодействию, причем в этом внутреннем мире в свою очередь отражается внутренний мир первого исследователя»¹. Так, при взаимодействии оратора с аудиторией, если оратор имеет неверное представление о себе, о слушателях и, главное, о том, как его воспринимают слушатели, то у него вряд ли сложится взаимопонимание с аудиторией.

¹ Кон И.С. Открытие «Я». Историко-психологический этюд. – М.: Политиздат, 1978. – С.5.

Каузальная атрибуция - это интерпретация субъектом причин и мотивов поведения других людей. Слово «каузальный» означает «причинный», а атрибуция — приписывание социальным объектам характеристик, не представленных в поле восприятия¹.

Интерпретация поведения другого человека может основываться на знании причин этого поведения, но зачастую люди не знают в действительности, почему человек совершил тот или иной поступок или знают об этом недостаточно, соответственно, они могут ошибочно истолковывать причины данного поведения. Недостаточное признание важности межличностных различий в интерпретации способно вызывать хаос во многих ситуациях, требующих вынесения суждений и принятия решений. Так, недооценка того, что ситуация, в которой окажется субъект, в действительности будет совсем другой, чем она нам сейчас представляется, порождает у нас нереалистично завышенную уверенность в своих суждениях и неоправданный риск.

Пример⁵. Недооценка различий в интерпретациях может породить чрезмерный оптимизм по поводу судьбы планируемых социальных мероприятий. Программы, могут восприниматься и интерпретироваться их "потребителями" совсем иначе, чем теми, кто их планировал и внедрял. Рассмотрим, например, судьбу программы, дающей возможность людям, получающим социальные пособия, зарабатывать деньги общественно-полезным трудом. Эта инициатива, вероятно, была активно поддержана каким-нибудь ученым-социологом, рассматривавшим ее как программу повышения профессиональной квалификации и личной гордости ее участников. Та же самая инициатива (или, по крайней мере, предложенный политиками вариант этой инициативы), скорее всего, будет представлена широкой публике как программа «заработанных пособий», призванная отучить пригодных к работе взрослых от "жизни за счет" налогоплательщиков, а озабоченным затратами городским бюрократам - как дешевый способ очистки тротуаров от снега и улиц от мусора. В то же время эта инициатива, вероятно, будет истолкована самими обладателями пособий (особенно в свете последующего общественного обсуждения) не как потенциальное благо, а как наказание или лишнее беспокойство, т.е. как дополнительное бремя, возложенное на бедных лишенными сочувствия богатеями, руководствующимися враждебностью и предрассудками. При таких различиях в истолковании маловероятно,

¹ Крижанская Ю.С. Каузальная атрибуция // Элитариум, 2007 [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 05.09.2007).

² Росс Л, Уорд Э. Принципы наивного реализма и их роль в возникновении непонимания между людьми // Психологический журнал, 2000. – Т 21, №6. – С. 27-28

что детали воплощенной в действительность программы (например, конкретные виды забот, формы обучения и оплаты) останутся созвучными целям ученого-социолога или чиновника, изначально предложивших эту программу, и еще менее вероятно, что у интерпретирующих ее указанным выше образом обладателей пособий действительно повысится профессиональная квалификация или чувство собственного достоинства и общественного признания.

При межгрупповых коммуникациях наиболее часто интерпретации людьми причин и мотивов поведения людей из других социальных групп связаны с процессами **стереотипизации**.

Стереотипизация — это восприятие и оценка социальных объектов на основе определенных представлений (стереотипов). Стереотипизация проявляется в приписывании сходных характеристик всем членам какой-либо социальной группы без достаточного осознания возможных различий между ними. В межгрупповых коммуникациях стереотипизация выполняет две основные функции:

- 1) поддержание идентификации;
- 2) оправдание возможных негативных установок по отношению к другим группам.

Пример 6¹. Классическим примером проявления негативных установок является спор мистера X и мистера Y из книги Г. Олпорта «Природа предубеждения»:

Мистер X: Проблема с евреями состоит в том, что они только то и делают, что заботятся о своих соотечественниках.

Мистер Y: Но записи казначейства нашего союза показывают, что евреи делают более щедрые пожертвования по сравнению с обычными благотворительными взносами не-евреев.

Мистер X: Это показывает, что они всегда стараются купить благосклонность и вмешаться в дела христиан. Они только и думают о деньгах, поэтому так много банкиров-евреев.

Мистер Y: Недавнее исследование показывает, что процент евреев среди банкиров незначительный, намного меньший, чем среди не-евреев.

Мистер X: Может, оно и так, но, тем не менее, они не занимаются респектабельным бизнесом, а только шоу-бизнесом, казино и ночными клубами.

В приведенной беседе мистер X игнорирует доказательства мистера Y по причине наличия у него негативных установок против евреев. Вместо ответа он лишь продолжает свои обвинения, переходя к следующей причине того, почему он недолюбливает евреев.

¹ Allport, G. W. The nature of prejudice. Reading, MA: Addison-Wesley, 1954.

В основе стереотипизации лежит **стереотип** — упрощенное, зачастую искаженное, характерное для сферы обыденного сознания представление о какой-либо социальной группе или отдельном человеке, принадлежащем к той или иной социальной общности¹. Особенное распространение получили так называемые этнические стереотипы, когда на основе ограниченной информации об отдельных представителях тех или иных этнических групп строятся предвзятые выводы относительно всей группы².

Можно выделить следующие виды проявления стереотипизации, приводящие к ошибкам восприятия, которые в психологии носят название стереотипные эффекты³:

Эффект первичности — состоит в том, что информация, поступившая первой, автоматически воспринимается как более убедительная.

Эффект ореола (гала-эффект) - искажающее влияние эмоционально заряженной информации. Так, если мы получаем какую-либо очень волнующую нас информацию о человеке, например о его судимости или недостойном поступке, то у нас формируется доминирующая отрицательная установка, занижающая реальные достоинства этой личности. Напротив, если человеку приписывается какое-либо ценное свойство, то в восприятии окружающих людей он начинает полностью отождествляться с последним. Например, положительные качества человека, наделенного властью или богатством, значительно переоцениваются.

Эффект новизны - все новое и неожиданное, с одной стороны, приводит нас в замешательство, с другой — сильнее привлекает внимание и лучше запоминается.

Эффект социального контекста - человек на фоне положительной группы или позитивных событий воспринимается гораздо привлекательнее. «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу тебе — кто ты». Мы особенно тщательно подбираем наше окружение. Это залог нашей репутации. Наша привлекательность заметно возрастает в глазах людей и тогда, когда мы начинаем окружать себя красивыми, эстетичными и одухотворенными вещами.

Эффект бумеранга — «Как аукнется, так и откликнется». Люди склонны относиться к человеку так, как он сам относится к ним. Если человек ведет себя

¹ Донцов А.И., Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 76-95

² Чугров С.В. Этнические стереотипы и их влияние на общественное мнение// Мировая экономика и международные отношения.,1993. - №1. - С.53

³ Змановская Е. В. Руководство по управлению личным имиджем, СПб, "Речь", 2005 г. с. 11-15.

доброжелательно, демонстрирует внимание и уважение к собеседнику, делает комплименты, то с большой вероятностью он вызовет добрые чувства в ответ. Справедливо и обратное: чем лучше к нам относятся, тем сильнее наше желание «быть хорошим».

Эффект повторения — то, что часто повторяется, воспринимается как привычное, близкое, вызывающее доверие. Все новое и слишком необычное первоначально шокирует, вызывает напряжение и сопротивление. Склонность человека к переживанию повторяющихся идей или действий является базовой. Многие люди консервативны по своей натуре. Они поклоняются одним и тем же богам, чтят древние традиции, учат детей следовать заветам предков, хранят семейные реликвии. Большинство из нас также живет в плену индивидуальных привычек.

Социально-психологическая структура межличностного взаимодействия. Когда мы говорим о *межличностном взаимодействии*, то акцентируем внимание на инструментально-технологической стороне общения, анализируем взаимные действия участников общения, направленные на соотнесение целей каждой из сторон и организацию их достижения в процессе коммуникации.

Уровень, на котором происходит взаимодействие (социально-ролевой, деловой или интимно-личностный) будет во многом определять характер складывающегося поведения собеседников, вместе с тем механизм выстраивания позиций участников, которых они придерживаются для достижения своих целей, на всех уровнях будет одинаковым. Структурное описание такого взаимодействия хорошо представлено в *транзактном анализе* – направлении, рассматривающим регуляцию действий участников взаимодействия через регулирование их позиций, а также учет характера ситуации и стиля взаимодействия¹.

С точки зрения транзактного анализа каждый участник взаимодействия в принципе может занимать одну из трех позиций, которые соответствуют определенной стратегии или Я-состоянию, а именно: *Родитель, Взрослый, Ребенок*.

1) **Родитель** – это роль, которая как бы копирует поведение наших родителей и других личностей, создавая наши представления об окружающем мире и самих себе. Другими словами, это роль, которая является совокупностью всех убеждений, установок и верований, которые мы считаем правильными. Эту роль хорошо характеризует слово «надо». Родитель может проявляться в двух ипостасях:

- заботливое родительское состояние Я;

¹ Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986.

- критическое родительское состояние Я (Таблица 1).

Родительское Я, состоящее из правил поведения, норм, позволяет индивиду успешно ориентироваться в стандартных ситуациях, "запускает" полезные, проверенные стереотипы поведения, освобождая сознание от загруженности простыми, обыденными задачами. Если бы человек каждый раз, например, перед мытьем, рук задавал себе вопрос: "Мыть руки или не мыть?" и решал его как уникальную сложную проблему, вместо того чтобы подчиняться заранее установленным правилам, то у него не осталось бы возможности решать те задачи, которые действительно требуют размышления.

Родительское Я обеспечивает с большой вероятностью успеха поведение в ситуациях дефицита времени на размышления, анализ, поочередное рассмотрение различных возможностей поведения.

2) **Взрослый** - это роль, находясь в которой человек воспринимает и перерабатывает логическую составляющую информации, принимает решения преимущественно обдуманно и без эмоций, проверяя их реалистичность. Эту роль характеризует слово «могу».

Взрослое Я способствует адаптации не в стандартных, однозначных ситуациях, а в уникальных, требующих размышлений, дающих свободу выбора и, вместе с этим, необходимость осознания последствий за принятые решения.

3) **Ребенок** - это роль, в которой человек живет исходя из сиюминутных желаний, эмоционального состояния ребенка примерно пятилетнего возраста. Эту роль хорошо характеризует слово «хочу». Ребенок может проявлять себя в трех состояниях:

- естественное детское Я (спонтанные реакции типа радости, печали и т.д.);
- приспосабливающееся детское Я (приспосабливающийся, прислушивающийся, боязливый, виноватый, колеблющийся и т.п.);
- возражающее детское Я (реакции протеста, бунта, негодования) (Таблица 1).

Таблица 1

Я-состояния личности и типичные способы поведения и высказывания

—

Я-состояния	Типичные способы поведения, высказывания
-------------	--

Заботливый' родитель	Увешает, исправляет, помогает "Это мы сделаем" "Не бойся" "Мы все тебе поможем"
Критический родитель	Грозит, критикует, приказывает "Опять ты опоздал на работу?" "У каждого на столе должен быть график!"
Взрослый	Собирает и дает информацию, оценивает вероятность, принимает решения "Который час?" "У кого же может быть это письмо?" "Эту проблему мы решим в группе"
Спонтанный ребенок	Естественное, импульсивное, хитрое, эгоцентричное поведение "Это дурацкое письмо у меня уже третий раз на столе" "Вы это сделали просто замечательно!"
Приспосабливающийся ребенок	Беспомощное, боязливое, приспособляющееся к нормам, уступчивое "Я бы с радостью, но у нас будут неприятности"
Бунтующий ребенок	Протестующий, бросающий вызов «Я этого не буду делать!» «Вы этого никогда не сделаете!»

Детское Я также выполняет свои, особые функции, не свойственные двум другим составляющим личности. Оно "отвечает" за творчество, оригинальность, разрядку напряжения, получение приятных или "острых" впечатлений. Кроме того, детское Я выступает на сцену, когда человек не чувствует достаточно сил для самостоятельного решения проблем: не способен преодолеть трудности или/и противостоять давлению другого человека.

Рольевые позиции зачастую определены самой ситуацией взаимодействия. Так, в роли Родителя часто оказываются сами родители при общении со своими детьми, старшие братья и сестры по отношению к младшим, педагоги и начальники при разговоре с учениками и подчиненными. В роли Взрослого выстраивается взаимодействие соседей, случайных попутчиков, подчиненного, знающего себе цену, со своим начальством и т.д. В роли Ребенка, помимо самих детей, часто оказываются молодые специалисты или, к примеру, артисты, представляющие себя любимцами публики.

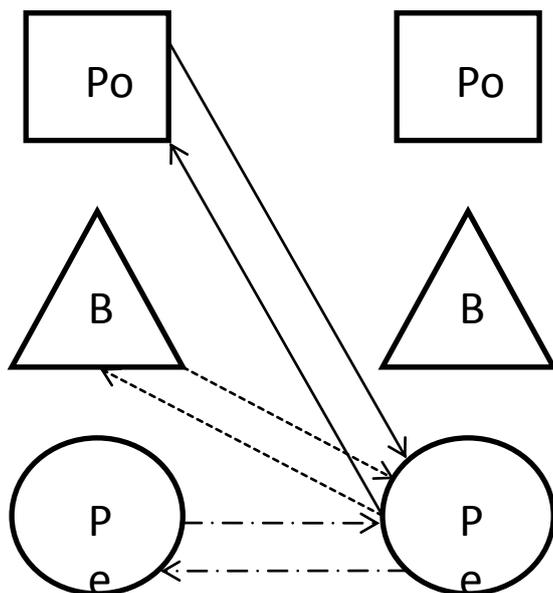
В личности каждого человека обнаруживаются все три составляющие. При этом для оптимального функционирования личности, с точки зрения транзактного анализа, необходимо, чтобы в личности были гармонично представлены все три состояния Я, так как все они хороши, правильны, необходимы, выполняют определенные функции и вследствие этого являются жизненно необходимыми. Однако при условии плохого

воспитания личность может деформироваться так, что одна из составляющих начинает подавлять другие, и проявляться даже в тех случаях, когда коммуникативная ситуация к этому не предрасполагает, что обуславливает нарушение общения и переживается человеком, как внутреннее напряжение.

Трансакция — это единица коммуникации между двумя или более **персонами**. Отдельная трансакция состоит из трансакции-стимула и трансакции-ответа. Трансакции исходят из определенного состояния Я одного партнера по общению и направлены к определенному состоянию Я другого партнера. Они являются открыто проявляющимся аспектом социальных связей индивида.

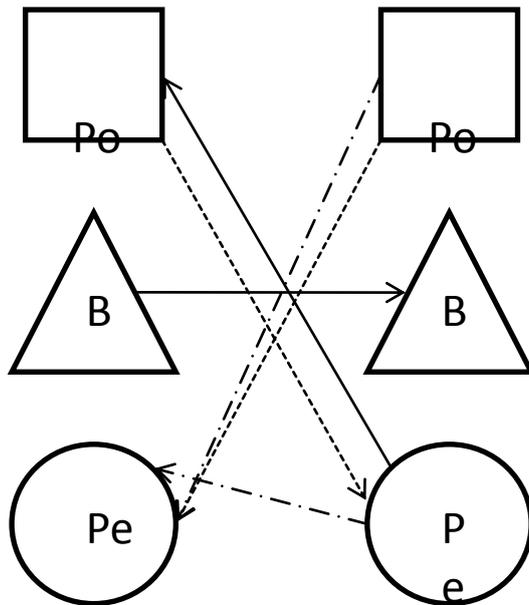
Одни трансакции приводят к оптимальному взаимодействию, другие, наоборот, — к конфликту. Трансакции анализируются с точки зрения того, с позиций каких инстанций личности собеседников они осуществляются.

Так, выделяет следующие параллельные, пересекающиеся и скрытые трансакции. Если в *параллельных* трансакциях трансакция-стимул и трансакция-ответ не пересекаются, а



Примеры параллельных трансакций:

- Иванов, ну-ка уступи место! Ты что не видишь – рядом с тобой бабушка стоит
 - Ой, я не заметил!
 - Ой, вы знаете, я не могла вчера подготовиться к экзамену! Я так болела -->
 - Хорошо, придете когда подготовитесь. А пока я ставлю незачет
- О господи! Я шпору по этому вопросу не успел написать! ->
- Держи мою! Скорее! Пока преподаватель не видит!



Примеры пересекающихся транзакций:

- Может нам нужно вместе подумать, почему последнее время ты ничего не успеваешь?
- Что ты меня критикуешь! Ты не мой отец!
- Нынче вы, молодежь, совсем совесть потеряли. $B \rightarrow$ ваши годы мы были поскромнее
- Ну-ну! Давайте еще и ледниковый период вспомним!
- - Сегодня такой чудесный день! Я верю \rightarrow – у нас с тобой все получится!
- - Если только ты соберешь себя в руки и не будешь такой легкомысленной, как обычно.

Рис.5. Примеры параллельных и пересекающихся транзакций (Po – позиция Родителя, B – позиция Взрослого, Pe – позиция ребенка)

дополняют друг друга, то в *пересекающихся* - транзакция-стимул и транзакция-ответ, наоборот, пересекаются (рис.5). Если параллельные транзакции ведут к позитивному завершению общения, то пересекающиеся - чаще всего приводят к ссорам и конфликтам, негативному завершению общения и вызывают впоследствии массу скрытых транзакций.

Скрытые — это те транзакции, смысл которых не связан непосредственно с наблюдаемым поведением. Такие транзакции требуют одновременного участия более чем двух состояний Я каждого участника взаимодействия. На вербальном уровне реплика обращена от Взрослого к Взрослому, но при этом содержится скрытый подтекст. Скрытые транзакции имеют два уровня: осознаваемый, социальный, где связаны два Взрослых партнера по общению, и скрытый, психологический, где Ребенок одного партнера провоцируется каким-нибудь другим компонентом второго партнера. Инициатива как будто принадлежит Взрослому, но исход общения зависит от желаний Ребенка.

Пример 5¹ . Скрытые транзакции довольно частое явление в нашей жизни. Их можно наблюдать в кафе, в магазинах, в ситуациях знакомства. Так, продавцы очень искусны в скрытых транзакциях, включающих 3 состояния Я. Вот пример диалога в магазине между продавщицей и покупательницей:

Продавщица: «Эта блузка лучше, но вы вряд ли можете позволить ее себе».

¹ Литвак М. Из ада в рай. – М.: Феникс, 1997. – С.213.

Покупательница: «Вот ее я и возьму».

Продавица как Взрослый утверждает две объективных факта: «Эта вещь лучше» и «Вы не можете позволить ее себе». На видимом уровне оба утверждения адресованы Взрослому покупательницы, чей ответ от имени Взрослого должен был бы звучать так: «Вы правы в обоих отношениях». Однако скрытый или психологический смысл продавицы нацелен на Ребенка покупательницы. Правильность этого предположения подтверждается ответом Ребенка, который, в сущности, говорит: «Независимо от финансовых соображений я покажу этой высокомерной продавице, что я не хуже остальных ее клиентов».

Скрытые транзакции лежат в основе манипулятивного воздействия, широко распространенного, как в межличностном общении, так и на уровнях межгрупповой и массовой коммуникаций.

Манипуляция – целенаправленное психологическое воздействие, вызывающее у человека видение, чувство, состояние в обход сознательного контроля.

Важное условие не оказаться жертвой – четко понимать цели и замыслы ваших оппонентов по отношению к вам самим. Для этого нужны навыки анализа конкретной ситуации и выявления скрытого воздействия на вас со стороны оппонента.

Вот некоторые из широко распространенных моделей манипулятивного воздействия¹:

1. **Провоцирование защитных реакций.** Некоторые тактики имеют целью поставить вас в позицию обороняющегося, чтобы вызвать у вас состояние необходимости объяснять, оправдывать и детально обсуждать все аспекты вашей позиции. Вынуждая вас играть роль «Ребенка», оппонент стремится вызвать у вас своеобразное чувство вины в связи с позицией, которую вы занимаете в беседе. Способ преодоления заключается в прекращении всех попыток оправдывать свою позицию. Можно легко восстановить нормальный ход обсуждения, занимая позицию Взрослого, который понимает точку зрения оппонента, но при этом осознает ценность своей собственной позиции.

2. **Провоцирование замешательства и дезориентации.** Основной замысел такой тактики - опрокинуть, расстроить, нарушить планы своего оппонента, вывести его из равновесия и побудить к действиям и высказываниям, которые могут нанести ущерб его интересам. Приемы реализуются в форме действий или высказываний, которое совершенно неожиданно для оппонента и как бы «выпадает» из нормального хода

¹ Соснин В.А., Лунев П.А. Как стать хозяином положения: анатомия эффективного общения. – М.: «Академия», институт психологии РАН, 1996. – С. 163-173

беседы (провокационные вопросы, явные оскорбления или высказывания, унижающие личностное достоинство). Использование подобных приемов характерны для людей с авторитарной структурой личности, для которых унижения и оскорбления других людей, стремление «загнать их в угол» — типичная форма взаимодействия, привычная форма удовлетворения потребности власти. Способ преодоления - это хладнокровие, спокойствие, использование юмора, воздержание от реакции «коленного рефлекса», повторное «приглашение» партнера к конструктивному обсуждению вопроса. Важно сохранять самоконтроль, продолжая находиться в роли Взрослого. Если оппонент манипулятора остается спокойным и вежливо благоразумным, то это приводит последнего в состоянии замешательства и дезориентации.

3. *Формирование впечатления, что партнер настроен на сотрудничество.*

Манипулятор демонстрирует высокий уровень понимания проблем своего собеседника, но при этом выражает сожаление, что не может помочь или оказать услугу (служебные функции не позволяют принять ваше предложение; или его возможности ограничены, чтобы согласиться с конкретным образом действий; принятие решения не входит в сферу его компетенции и т. п.). И поскольку этот «милый и понимающий» активно демонстрирует собеседнику готовность что-то сделать (при этом ничего конкретно не делая), то его «жертва», движимая чувством благодарности, проявляет готовность ответить взаимностью вполне конкретными шагами в пользу интересов манипулятора. Способ преодоления – внутренне освободиться от ложного чувства вины и обязанности. Если деловой партнер не может ничем помочь, следует отказаться от взаимодействия с ним в дальнейшем. Деловое сотрудничество – это вполне конкретные шаги, действия и обязательства обеих сторон, направленные на достижение или удовлетворение интересов и потребностей обоих участников общения.

4. *Игра на нетерпеливости.* Основная цель манипулятора – играя на стремлении оппонента достичь согласия. Достижение соглашения кажется «жертве» очевидным: желанная договоренность почти достигнута, остается лишь пойти на «небольшие уступки». Тактика постоянного поддержания состояние предвкушения близкого заключения желанного соглашения позволяет манипулятору вновь и вновь получать порции уступок, ничего не давая при этом взамен. Способ преодоления - до тех пор, пока соглашение не заключено, оставаться на почве четкого представления своих интересов и приоритетов.

5. *Игра на чувстве безысходности.* Данный прием основан на том, чтобы заставить человека поверить в «единственный» выход из создавшейся трудной ситуации, втягивая его в рассмотрение только отрицательных аспектов и последствий сложившегося положения вещей. В результате происходит своеобразное «сужение поля восприятия»

сознания «жертвы», теряется видение ситуации в более широкой перспективе и упускаются объективные возможности конструктивного подхода к ее разрешению. Эта тактика — достаточно распространенное явление при ведении деловых переговоров в сфере бизнеса. Способ преодоления – трезвый и систематический анализ ситуации, тщательное рассмотрение доводов, аргументов, доказательств, предположений о последствиях, выдвигаемых собеседником в пользу своего предложения.

6. ***Игра на чувстве жадности*** – тактика, схожая с «Игрой на чувстве безысходности», но здесь основная цель манипулятора - «втянуть» собеседника в рискованное предприятие. Манипулятор стремится убедить оппонента воспользоваться открывшейся необыкновенной возможностью, чтобы отважиться принять рискованное предложение, сулящее огромные выгоды в будущем. Как и в вышеописанном случае, важно тщательно анализировать и оценивать все факторы, обстоятельства, перспективы и возможные последствия принятия рискованного решения, чтобы убедиться в его реальности.

7. ***Провоцирование к себе интереса.*** Цель манипулятора - произвести такое впечатление на оппонента в ходе беседы, чтобы он стремился к дальнейшему развитию отношений с манипулятором. Как правило, в таких случаях манипулятор сильно рекламирует себя (свои способности, возможности, ресурсы, влияние и т. д.), чтобы убедить оппонента в целесообразности установления с ним личных и деловых отношений ценою определенных уступок в надежде на определенные выгоды в будущем. Способом преодоления - в подобных ситуациях следует задаться вопросом, почему и для чего партнер чрезмерно рекламирует себя. Необходимо воспринимать такую саморекламу как информацию, требующую дальнейшей проверки.

Таким образом, чтобы не оказаться жертвой манипулятивного воздействия, важно четко и твердо сохранять в сознании свои главные интересы, не позволять манипулятору вызывать в себе «Ребенка», а оставаться на позиции реальности в восприятии собственных приоритетов.

Психологическое воздействие в коммуникационном процессе. Психологическое воздействие, являясь важной составляющей любой коммуникации, где бы она не осуществлялась - в политике, экономике, социальной сфере, в профессиональной деятельности или в процессе межличностного общения. Не случайно проблеме психологического воздействия уделялось большое внимание не только в психологии, но и в ряде других гуманистических дисциплин: политологии, социологии, теории коммуникации, конфликтологии, культурологии, лингвистике.

Психологическое воздействие предполагает такое поведение человека или группы лиц, которое имеет целью (или следствием) изменение поведения, когнитивной и

эмоциональных сфер другого человека или группы лиц¹. Оно может иметь место как со стороны «одушевленного» действующего начала (человека или группы людей), так и факторов, имеющих иную, в том числе и социальную природу (государство, общественные структуры, конкретные организации). Каждый из этих вариантов воздействия будет иметь свою специфику в силу различия тех ресурсов и арсенала доступных к применению средств, которыми они располагают. Так, Т.С. Кабаченко выделяет²:

- произвольное и непроизвольное воздействие (с точки зрения того, насколько психологический эффект воздействия был запланирован);

- прямое и косвенное воздействие (с точки зрения того, оказывается влияние непосредственно на реципиента, либо опосредовано, например, путем воздействия на ситуацию, имеющую отношение к реципиенту);

- непосредственное и опосредованное воздействие (с точки зрения непосредственного или опосредованного, к примеру, каналами СМИ, контакта между взаимодействующими сторонами);

- явное и скрытое воздействие (с точки зрения открытости или маскирования истинных целей и замыслов коммуникатора по отношению к реципиенту)

Во многом характер психологического воздействия будет зависеть от того, ориентированы стороны взаимодействия на сотрудничество или на соперничество.

Сотрудничество – отношения, в которые вступают друг с другом субъекты взаимодействия при совпадении их интересов и ценностей. При этом, не отказываясь от своих специфических целей, они стремятся к поиску взаимовыгодных решений общих проблем.

Соперничество возникает при наличии осознаваемых ценностных или целевых противоречий, когда стороны воспринимают друг друга как соперников, что часто ведет к конфликтным ситуациям с применением жестких технологий воздействия.

В случае сотрудничества, используемые средства будут основаны на понимании, согласии и доверии, на получение взаимных выгод и носить характер диалогического общения, а в случае конкуренции – на активном использовании директивных технологий,

¹ Латынов В.В. Психологическое воздействие: принципы, механизмы, теории // Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – С.11-52

² Кабаченко Т.С. Методы психологического воздействия. - М., 2005. – 348 с.

в основе которых будет лежать либо *силовое воздействие* (при наличии ресурсного превосходства) либо *скрытое манипулятивное воздействие*¹.

Проблема социальной ответственности специалистов в области международных коммуникаций. В современной ситуации нестабильности и трансформаций, происходящих в мире, профессионалам, специализирующимся в области международных коммуникаций, особо важно осознавать социальную ответственность за свои действия. Знание и бережное отношение к социальным ценностям российского общества, к его истории, национальной гордости, стремление осуществлять профессиональную деятельность, внося определенный вклад в позитивное решение проблем, стоящих перед обществом и миром в целом, стремление не только к материальным результатам в профессиональной деятельности, но и к социально значимым - являются особо важными профессиональными качествами у людей, выбравших данный вид профессиональной деятельности.

Действительно, многочисленные исследования доказывают, что отделение личной значимости профессионального труда от его социальной функции в профессиональных представлениях субъектов труда, ведет к многочисленным серьезным последствиям. Данные последствия могут носить широкомасштабный характер (политический, социальный, экономический), проявляющийся в манипулировании аргументацией и статистикой в политических или коммерческих целях, снижении моральных запретов на внедрение недостаточно проверенных результатов, реализации экологически опасных проектов, хищениях и коррупции и прочих печальных реалиях современной действительности². Они также оказывают деструктивный характер и на саму личность, приводя к профессиональному маргинализму, субъективной неудовлетворенности трудом и качеством жизни, развитию конфликтности, негативных акцентуаций характера, неврозов и психосоматических заболеваний, профессиональному выгоранию³. В наиболее заостренной форме ошибки смыслового выбора профессии могут проявляться в духовных и экзистенциальных кризисах личности.

¹ Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. СПб.: Питер, 2008. – С. 14-15

² Ермолаева Е.П. Психология социальной реализации профессионала. – М. : Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. – 347 с.

³ Рубцова Н.Е., Темиров Т.В. Духовный смысл психологического обеспечения профессионального самоопределения // Мир психологии, 2008. - №2. – С. 211 – 220.

В связи с этим важную роль для общества приобретают такие специалисты, личностно-ценностные качества которых основываются на максимальном учете интересов общественных групп и их мотиваций, при четком осознании собственных нравственных позиций и ориентированности на интересы социума, другими словами, на формирование социально ответственного профессионального поведения.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Выделите социально-психологические условия, определившие эффективность речевого воздействия любого из известных вам политических деятелей.
2. Раскройте проблему толерантности партнеров по коммуникации с точки зрения эффективности межкультурного взаимодействия.
3. Дайте характеристику социально-психологических факторов, обуславливающих эффективность переговорных процессов.
4. Как проявляется специфика невербального поведения в межкультурном взаимодействии?
5. Какова роль «осознания себя через осознание другого» в конструктивном разрешении международных конфликтных ситуациях?
6. Какова роль каузальной атрибуции в возникновении непонимания между представителями разных социальных групп?
7. Как влияют процессы стереотипизации на эффективность межкультурных коммуникаций?
8. Как влияют этнические стереотипы на характер складывающихся межнациональных отношений?
9. Приведите примеры стереотипных эффектов, приведших к ошибочному восприятию друг друга представителей разных стран.
10. Как на общественное мнение могут повлиять этнические стереотипы?
11. Дайте структурный анализ эффективного взаимодействия участников переговорного процесса с позиций транзактного анализа.
12. Проанализируйте манипулятивные приемы, используемые современными СМИ для формирования общественного мнения.
13. Дайте характеристику способов психологического воздействия, используемых в массовой коммуникации.
14. Раскройте тему «Социальная ответственность как необходимое условие формирования межкультурного доверия».

Литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высших учебных заведений. – 5-е изд., испр. и доп.. – М. : Аспект Пресс, 2006.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986.
3. Головаха Е.И., Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания. – Киев: Издание политической литературы Украины, 1989.
4. Донцов А.И., Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. – М.: Аспект Пресс, 2002.
5. Змановская Е. В., Руководство по управлению личным имиджем, СПб: "Речь", 2005.
6. Кабаченко Т.С. Методы психологического воздействия. – М., 2005.
7. Кибанов А.П. Правила ведения переговоров по спорным вопросам // Элитариум, 2011 [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 06.06.2011).
8. Кон И.С. Открытие «Я». Историко-психологический этюд. – М.: Политиздат, 1978.
9. Крижанская Ю.С. Каузальная атрибуция // Элитариум, 2007 [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 05.09.2007).
10. Куницина В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2003.
11. Лабунская В.А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). – Ростов н/Д.: изд-во Ростов. Ун-та, 1983.
12. Латынов В.В. Психологическое воздействие: принципы, механизмы, теории // Психологическое воздействие: Механизмы, стратегии, возможности противодействия. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
13. Литвак М. Из ада в рай. – М.: Феникс, 1997.
14. Майерс Д. Социальная психология: пер. с англ. - СПб.: Питер Пресс, 2009.
15. Морозов В.П. Искусство и наука общения: невербальная коммуникация. – М.: ИП РАН, Центр «Искусство и наука», 1998.
16. Панасюк А.Ю. А что у него в подсознании. – М.: Дело, 2002.
17. Пиз А. Язык телодвижений. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000.
18. Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. СПб.: Питер, 2008.
19. Росс Л, Уорд Э. Принципы наивного реализма и их роль в возникновении непонимания между людьми // Психологический журнал, 2000. – Т 21, №6.

20. Соловьева О.В. Обратная связь в межличностном общении. – М.: МГУ, 1992.
21. Соснин В.А., Лунев П.А. Как стать хозяином положения: анатомия эффективного общения. – М.: «Академия», институт психологии РАН, 1996.
22. Третьяков В.П. Ритуальное общение // Элитариум, 2007 [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения: 07.09.2007).
23. Чугров СВ. Этнические стереотипы и их влияние на общественное мнение// Мировая экономика и международные отношения.,1993. - №1.
24. Эган Дж. Слушание: неперенное условие поддерживающего поведения // Межличностное общение. – СПб.: Питер, 2001.
25. Allport, G. W. The nature of prejudice. Reading, MA: Addison-Wesley, 1954.

1. ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА МЕЖДУНАРОДНО-ПОЛИТИЧЕСКУЮ КОММУНИКАЦИЮ

2.

Влияние информационных технологий на глобальные политические процессы.

Понимание природы и характера происходящих сегодня в глобальном масштабе изменений – ключевой элемент понимания современного мира. Данные изменения сегодня преимущественно протекают в рамках процессов глобализации и модернизации. Глобализация не означает, что все общества мира сливаются в единую нацию; скорее, она означает, что все нации мира становятся более взаимозависимыми. Помимо этого, сами государства становятся частями единой «мир-системы».

Решения, идеи и инновации, возникающие в рамках социальных, экономических и политических отношений, перерстают национальные границы и связывают людей между собой сильнее, чем когда-либо в истории.

С учетом протекающих сегодня процессов в политической науке сегодня все чаще обсуждается вопрос об отказе от традиционного понимания «государственного суверенитета» в пользу новых концепций и подходов. Век централизованных и иерархически организованных национальных государств, сформировавшихся в эпоху после Великой Французской революции, сегодня растворился в «новом Средневековье» регионализации. Рассуждая о проблемах государства как института, следует помнить, что современное государство стремится решать все меньше проблем, используя традиционные ресурсы управления, и все чаще вынуждено прибегать к «гибким стратегиям». Государство в конце XX века действует «в сетях внутрисоциальных и транснациональных взаимоотношений».

Дополнительные возможности для осуществления государственного управления представляет сегодня стремительное развитие и распространение новых информационных и телекоммуникационных технологий, которые приобретают сегодня характер глобальной информационной революции. Эти процессы оказывают все большее влияние на политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру и другие сферы жизнедеятельности общества как в рамках национальных границ, так и в мире в целом. Степень важности указанных изменений была зафиксирована в Окинавской хартии глобального информационного общества, гласящей: «Информационно-коммуникационные технологии являются одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование общества XXI века».

Подобное быстрое распространение локальных и глобальных коммуникационных сетей создает принципиально новое качество информационного обмена, в том числе и международного, а также создает принципиально новые инструменты воздействия на общественное мнение, усиливая значение культурно-информационных аспектов глобализации.

В итоге информация и знания становятся одним из стратегических ресурсов государства, масштабы использования которого практически сопоставимы с использованием традиционных ресурсов. Доступ к информационным ресурсам становится одним из факторов социально-экономического развития государств. В свою очередь, формирование системы сетевых связей между относительно автономными системами (самоорганизации и управления) дает государствам возможность адекватно реагировать на всю совокупность современных вызовов.

В конечном итоге успех государства в современном мире предполагает опору на совокупность капиталов. Об этом писал в свое время выдающийся французский социолог Пьер Бурдьё, полагавший, что современное государство, выступающее как «ансамбль административных и бюрократических полей», сегодня вносит решающий вклад в создание инструментов конструирования социальной реальности». Успех государства в современных условиях зависит от комбинации капитала (экономического, социального и культурного), причем на первые роли выходит культурный капитал, воплощением которого является совокупность актуальных символов государства, его «содержательный образ». Именно с экспансией культурного и символического капитала, воспроизводимого и транслируемого с помощью информационных сетей, многие исследователи связывают феномен так называемой «коммуникационной революции».

Такие термины, как «коммуникационная революция» или «информационная революция» являются недостаточными для объяснения протекающих сегодня процессов. Речь при этом идет о чем-то большем, чем о простой возможности более быстрого обмена послания или о доступе к базам данных электронных библиотек. В долгосрочной перспективе мы можем говорить о трансфере власти от прежде влиятельных институтов к группам и отдельным личностям. Реальные изменения, происходящие благодаря влиянию Интернета, представляют собой революцию в системе контроля, что означает масштабную трансформацию в управлении информацией, знаниями и ресурсами.

Навыки, которыми обладают сегодня обычные люди, в корне отличаются от тех, которыми обладали люди предшествующих поколений. Глобальное телевидение, Интернет, факс, e-mail, компьютер и несколько позже мобильный телефон предоставили отдельным людям возможность изменять их навыки способом, позволяющим более успешно адаптироваться к вызовам усложняющегося мира.

Наиболее важное следствие распространения новых информационных технологий и «информационной революции» касается ее влияния на те способы, с помощью которых взаимодействуют друг с другом отдельные индивиды и организации.

До времени массового распространения новейших технологий наибольшая часть этих взаимодействий имела иерархический характер, осуществляясь внутри организаций или при их посредничестве. Прежние иерархии имели формально установленный характер, обладали системой рангов и позиций, что позволяло направлять нисходящие потоки власти и политические директивы, благодаря чему все межорганизационные иерархии имели сугубо вертикальный характер, будучи дополненными неформальными иерархиями престижа, влияния и власти. Горизонтальные сети, существование которых стало возможным благодаря новым информационным технологиям, дополнили собой уже существующие формальные и неформальные иерархии.

Следствием возросшей способности различных акторов к образованию сетевых структур стал настоящий «организационный взрыв», связанный с массовым формированием новых организаций и ассоциаций в современную эру. На каждом уровне человеческого сообщества в любой из частей мира продолжается процесс формирования новых организаций, само существование которых поддерживается не столько иерархическими структурами, сколько сетями.

Следует особо отметить, что иерархии дополняются, но не замещаются сетями. Тот факт, что сети стали главной формой человеческой организации, не означает, что иерархии отныне обречены на уничтожение. Ибо всегда будет сохраняться необходимость в определенной иерархии, во власти, устроенной таким образом, чтобы это позволяло ей решительным образом урегулировать возникающие конфликты и адаптировать политику высшего руководства в ситуации, когда консенсусные соглашения недостижимы на низшем уровне иерархии в организациях любого типа. В современный период динамика происходящих трансформаций способствует размыванию и даже разрушению иерархических структур, однако наличие подобного паттерна не позволяет пока прогнозировать их полное упразднение.

Не следует считать горизонтальные сети новой формой организации. Сети, которые возникают из сетевой коммуникации, являются одной из характеристик человеческих устремлений. Подобные взаимодействия стали возможными уже после появления в XIX веке паровых судов, почтового сообщения и телефона – в первой половине XX столетия. Однако первоначально эти технологии были доступны только элите и недоступны остальному обществу.

Сегодня, благодаря эффектам «информационной революции», горизонтальные обмены стали не просто возможными, но главное – заметно снизилась цена на этот вид

услуг. Как следствие, горизонтальные сети перестали быть однозначно связанными с обладанием такими ресурсами, как богатство и власть. Сегодня именно обычные граждане получили облегченный доступ в Интернет. Выражаясь в терминах эпохи новых технологий, «колоссальный рост новой инфраструктуры включает в себя не только Интернет, но также кабельные, сотовые и спутниковые системы, сдвигающих баланс от одноканальных медиа (традиционные радио и телевидение) к многоканальным интерактивным СМИ. Колоссальный рост глобальной взаимосвязанности является результатом облегчения доступа к новым технологиям для многих наций, равно как и результатом возросшего внимания большого числа акторов к использованию данной инфраструктуры для осуществления различных видов коммуникации».

Иными словами, информационная революция ведет к «революции отношений». В рамках масштабных сетей и взаимоотношений, возникающих в малых группах, люди в рамках локального и глобального миров все более активно вовлекаются в разнообразные и углубляющиеся отношения, что в итоге порождает тренд, предполагающий изменение не только личных навыков, но и самих людей и системы их связей в рамках макроколлективов. Последствия их включения в динамично развивающиеся взаимоотношения могут быть весьма значительными для взаимодействий между микро- и макроуровнями общественной организации. Некоторые наблюдатели, например, утверждают, что процессы, протекающие в рамках локального и глобального миров могут сегодня развиваться таким образом, что будут способствовать уменьшению внутригрупповых напряжений.

Действительно, информационная революция облегчает существенные изменения в том, что мы называем «гражданским обществом», областью которого является частная сфера, для объединения усилий граждан в рамках которой не требуется наличие финансовых ресурсов.

По мере того, как НПО и сети распространяются и пересекаются в мире, становится возможным информировать, координировать и мобилизовывать индивидов в разных частях мира, имеющих общие цели, желание посвятить им свое время и энергию. Распространение адвокатских сетей изменяет масштаб мировых дел и существенно изменяет сам ход событий. Формируется или нет гражданское общество в мировом масштабе, очевидно, что именно сети становятся ключевым актором глобального мироустройства.

Наблюдаемый нами «взрыв» новых социальных структур, возникающих в разных областях человеческой деятельности, ведет нас к неизбежному заключению: в качестве исторического тренда, ключевые функции и процессы информационной эры во все возрастающей степени осуществляются и протекают вокруг сетей.

Сети формируют новую социальную морфологию нашего общества, и распространение сетевой логики существенно модифицирует характер деятельности и полученные результаты в процессах производства опыта, власти и культуры. Пока сетевые формы социальной организации существовали в ином пространстве и в ином времени, парадигма новых информационных технологий создает материальный базис для экспансии сетей в рамках всей социальной структуры.

Подъем информационных сетей облегчает обмен технологиями. Повсеместное внедрение сетей изменяет масштабы и формы деятельности политической власти. Сама власть в отношении технологий отныне может быть рассмотрена и понята в рамках (терминах) способности (инструментальная и структурная власть) и с учетом способности информационных технологий создавать новые идентичности и задавать новую повестку дня (т. н. «мета-власть»). Внедрение сетей изменяет характер и масштабы государственного управления. Локусы власти, порядка и легитимности сдвинулись от государства по направлению к более плюралистическим и адвокатским акторам.

Осуществление трансакций через сети приняло сегодня такие масштабы, что все концептуальные подходы так или иначе ведут речь о сетевых организациях. В той или иной форме различные научные школы осмысливают сетевые эффекты, говоря об акторах, являющихся объектом исследования для различных школ международных отношений. Розекранц предпочитает в этом случае говорить о т.н. «сетевом государстве»; Дейберт Дж. Аркила и Д. Ронфельд ведут речь о «сетевой безопасности», требующей качественно нового подхода к обеспечению безопасности в «информационную эру»; Д. Шпар и Д. Бусганг – о «сетевых рынках»; Г. Джерефи – о сетевых транснациональных предприятиях»; Дж. Мэтьюз, М. Кек и К. Сиккинк – о созданных на основе неправительственных организаций «адвокатских сетях»; практически все формы сетевых организаций, преобладающих сегодня в мировой политической экономике, осмысляются Дж. Аронсоном, Р. Кеохэйном и Дж. Наем, и прежде всего – М. Кастельсом.

Говоря словами М. Кастельса, сети формируют «новую социальную морфологию наших обществ, и распространение сетевой логики существенно модифицирует технологии и результаты деятельности в процессах производства, исследовательской, властной и культурной деятельности».

Рассматривая информационные технологии в качестве нейтральных, мы рассматриваем их в качестве предварительных условий, но не прямых стимулов к действию. Мы видим в них средство, которое способно влиять на процессы, формировать общеполитический контекст, способствовать либо препятствовать их протеканию в определенном русле, позволять либо запрещать определенное действие, но не определять содержание и характер политического действия или процесса.

Таким образом, восприятие информации как изначально нейтрального феномена не должно игнорировать саму возможность ее превращения в знание, и посредством этого – во власть. Более справедливым выглядит утверждение, что информация и информационные технологии облегчают осуществление того, что принято называть «мягкой властью», которую принято отличать от традиционных форм власти. И как показывают войны в Косово и в Ираке, военный потенциал и сама реализация стратегий безопасности сегодня в значительной степени зависят от информационных технологий.

Пока же, несмотря на наличие многочисленных способов, которыми может реализовываться «мягкая власть», это не упраздняет изначально нейтрального характера информационных технологий. Все, что зависит от того, как истеблишмент и правительство генерируют и используют технологии, и как сама общественность интерпретирует информацию и знания, которые принадлежат ей. Существует совсем немного случаев, когда информационные технологии имели причинную динамику, тогда уровень знаний сообщества являлся однородным и разрывов в уровне знаний внутри сообщества не существовало.

Нет смысла лишней раз говорить о том, что информация имеет ключевое значение на политической сцене. Что изменяется – так это контекст, в котором совершается политический выбор.

По тому, как развиваются политические технологии, изменяются и рамки приемлемого выбора. Среди другого, например, технологические инновации ставят вопрос о том, как рамки выбора расширяет масштаб информации среди тех, кто информационно богат, и среди тех, кто информационно беден. А также то, как разрыв между богатством и бедностью изменяет контекст, в рамках которого различные акторы взаимодействуют и изменяют друг друга.

В то же время контекстуальные факторы пока не слишком занимают внимание политологов, изучающих современные мировую политику и систему международных отношений. Равно как и то, каким образом информационные технологии влияют на сам контекст, в котором осуществляются мировые дела?

Однако не следует преувеличивать степень и масштаб влияния информационных сетей на глобальные процессы. Ни у кого сегодня не вызывает сомнений способность технологий продвигать изменения. Однако они не определяют их. Эффект сетевого воздействия на государства, бизнес и международные организации может породить определенные детерминистские суждения. Тем не менее два момента развития наиболее важны для понимания того, как технологии влияют на подъем сетевых структур и вытеснение ими прежних организационных форм.

Скептики в отношении возможностей информационных технологий часто ставят

под сомнение не сами эффекты, но технологические изменения, которые им способствуют. В этой связи важно понять то, как влияет технология на осуществление власти и управления в контексте этой проблемы.

IT фактор и проблемы управления коммуникациями.

Среди наиболее значимых результатов «революции» в сфере информационных технологий и средств массовой коммуникации Розенау и Джонсон соответственно выделяют: на макроуровне (мировая политика) – ослабление национальных государств, имеющее своим следствием формирование так называемого «мультицентричного мира», на микроуровне (отдельные граждане и их объединения) – повышение возможностей налаживания межличностной коммуникации и выстраивания «сетевых связей», и на условно объединяющем их «микромacroуровне» (взаимоотношения граждан и государственных институтов) – заметное увеличение возможностей граждан посредством «коллективных интеракций» существенно ослабить влияние традиционных структур господства, поставив под сомнение их легитимность.

В то же время, концепция Дж. Ная, как и «теория турбулентности» Дж. Розенау не содержат в себе ответа на принципиальный вопрос о том, какие модели политического порядка, связанные с ними формы власти и модели государственного управления соответствуют новой политической реальности, формирующейся сегодня вследствие эффектов «информационной революции». Следует отметить, что «информационная революция» лишь обострила дискуссию о возможных путях и способах преодоления противоречий между эффективностью и легитимностью в системе государственного и политического управления.

Одним из следствий этой дискуссии стало признание актуализирующихся противоречий между принципом технической рациональности, положенным в основу деятельности новых средств массовой коммуникации с одной стороны, и принципом демократической легитимности – с другой. Преодоление этого противоречия сегодня возможно двумя основными путями: посредством последовательной «технологизации» политики усилиями государства с заметным ослаблением автономии публичной сферы, что неизбежно ведет к торжеству манипулятивных технологий в отношении граждан, либо посредством последовательного расширения автономии публичного пространства, что неизбежно ведет к размыванию традиционных форм господства, контроля и

авторитета, и представляет представляет собой радикальный вызов современному государственному порядку. Обе обозначенные альтернативы получили наиболее глубокое рассмотрение в творчестве некоторых представителей французской школы политической философии.

Противопоставление «технологической» и «политической» моделей организации властных отношений составляет значимый элемент французской традиции политической философии. Обе модели задают определенные общие векторы для понимания современных тенденций развития систем государственного и политического управления.

Французский философ-классик М. Фуко, характеризуя современные тренды, в частности, полагал, что сегодня именно «государство служит политическим выражением централизованной и централизующей власти... Вопрос о постоянном вмешательстве государства в общественную жизнь, даже не принимающем форму закона, является отличительной чертой нашей современной политики». Речь идет о технологизированном управлении рисками при сочетании государственного менеджмента со способностью власти мыслить и анализировать. М. Фуко склонялся к тому, что власть «принадлежит не столько к порядку столкновения двух противников, сколько к порядку управления», т. е. к «комплексу учреждений, процедур, исследований и анализов, расчетов и тактик, позволяющих претворять в жизнь очень специфическую форму власти, основной целью которой является население, основной формой знания – политическая экономия, а преимущественным техническим инструментом – аппараты безопасности». Такая власть, согласно Фуко, постепенно «превращается в какую-то машинерию, у которой нет владельца».

Неустранимость власти определяется тем, что она базируется на двух механизмах – суверенитета и дисциплины. Характерно, что у Фуко государственный суверенитет определяется как «новая матрица рациональности». В другом месте Фуко отмечает, что «все остальные типы отношений власти определенным образом соотносятся с государством. Отношения власти становятся все более правительственными, т. е. разработанными, рационализированными и централизованными в форме или под поручительство государственных институтов».

Философ Ж. Рансьер продолжает эту линию рассуждения, указывая на важнейшую структурную характеристику современных обществ – «управление без политики». Он называет это состояние «постдемократией», которая «редуцирует народ к сумме подсчитываемых без остатка частей населения, к группам по интересам и по мнениям, равновесие коих обеспечивается государством». «Постдемократия» «ограничивает демократию возможностью образования консенсуса», при которой «общество само по себе непротиворечно, самодостаточно и идентично самому себе». В результате «все

больше доминирует дискурс управления, менеджмента. Все становится управляемым: семья, финансы, свободное время», а политика «уходит в тень», как бы «стирается».

«Деполитизированная власть» стремится к максимально возможному сужению сферы политического. Близкое по смыслу понятие «постполитика», используемое исследователем Постмодерна С. Жижекком, предполагает замену политики суррогатом, лишенным сущности. Этот термин описывает ситуацию «политики без политики», дефицита собственного политического в виде конфликтов и борьбы.

При этом институциональные мутации содержат в себе еще один важный компонент – они неотделимы от виртуализации и симуляции. Предложенный Бодрийяром концепт «симулякра» в этом контексте выступает в качестве необходимого элемента «постполитики». За распространением симулякра некоторые исследователи закономерно усматривают усиление возможностей манипулирования, когда с помощью технологической власти «устанавливается и поддерживается состояние господства».

По мнению Рансьера, необходимо вернуть политику в «пространство власти», сделать власть «снова политической». Таким образом, концепт «политической власти» представляет собой альтернативу технологической власти. Здесь уместно снова обратиться к наследию М. Фуко. Политика, по его убеждению, возникает не только по факту дебатов – она появляется тогда, когда речь заходит о пересмотре принципов формирования институтов и учреждении новых форм социального порядка. Подобный характер политики предполагает высокую долю неопределенности и риска, поскольку любая новизна включает в себя нечто, выходящее за пределы текущего опыта и институционального порядка.

В свою очередь, с точки зрения Ж. Рансьера, политика возникает, когда имеет место неопределенность с идентичностями и оспариваются доминирующие «субъектные позиции». Таким образом, политика предполагает протест, множественность и анархичность, она не обладает свойствами места, времени и «естественной субъектности». Для нее характерна не преемственность, а конфликты, расколы и противоречия, открывающие дорогу политическим инновациям.

Поэтому, согласно Ж. Рансьеру, политика – это эмансипация, «контрвласть», вызов доминирующей власти, которая склонна оставить «все как есть». Политические субъекты – это те, кто не удовлетворен статус-кво и кто стремится изменить существующие «правила игры». Политика, таким образом, предполагает создание новой реальности через сопротивление, несогласие и даже бунт, она означает конец формируемого государственными институтами политического порядка.

Подобное постмодернистское понимание природы политики соответствует описанным нами ранее реалиям, неразрывно связанным с протекающими сегодня

процессами глобализации и «информационной революции». В то же время, описываемые французскими исследователями варианты не содержат разрешения дилеммы «технологическая эффективность и управляемость – расширение информационной и политической свободы».

Каким же образом государству следует формировать новый подход к управлению в эпоху информационной революции и глобальных информационных технологий?

Уникальность политических коммуникаций, опирающихся на современные технологии, состоит в их резонансности, основанной на принципе обратных связей, а также на принципиальной способности государственной политики выражать различные социально-групповые интересы, артикулируемые с помощью публичной сферы. Эффективность публичной политики власти сегодня во многом зависит от способности управлять общественными резонансами и моделировать последние, обеспечивая необходимое информационное сопровождение властно-политических решений.

В этих условиях особое значение приобретает грамотное формирование и управление уже возникшими в публичном пространстве политическими резонансами. Политические решения, принимаемые государственной властью, неизбежно вызывают определенные резонансы в общественном мнении, создавая благоприятную либо неблагоприятную информационную среду для осуществления политики в той или иной сфере (социальная, экономическая, культурно-информационная). Формируя с помощью политических резонансов необходимую для себя повестку дня и благоприятное отношение населения к своей политике, власть закрепляет свое доминирование в публичной сфере и подтверждает свою способность управлять политическими процессами.

Политические резонансы создаются или преобразуются с помощью медиа-событий, формируемых самой властью или связанными с ними СМИ. Все вышеназванные стратегии в борьбе за публичное пространство могут использоваться и оппозицией. От того, кто точнее, оперативнее и гибче формирует резонансы зависит доминирование власти или оппозиции в публичном пространстве. Грамотное и своевременное инициирование и управление политическими резонансами позволяет, в свою очередь, управлять общественными настроениями и ожиданиями, публичной сферой, и – в конечном итоге – политической ситуацией в стране и в мире.

Исходя из этого, можно заключить, что ключевыми условиями эффективности формирования и управления политическими резонансами соответственно являются: Своевременность медиа-воздействий (в идеале лучше играть на опережение, моделируя желательное состояние общественного мнения); Их комплексность, системность, способность отразить широкий круг волнующих людей проблем; Их достоверность,

адекватность складывающейся ситуации; Их плотность и интенсивность, позволяющие поместить нужную информацию в центр общественного внимания и восприятия, вытеснив на периферию этого восприятия нежелательные мнения и установки; Их когерентность (транслируемая информация и итоговая «картина событий» не должны быть внутренне противоречивыми). Ясная формулировка позиции (мнения) власти, выдвижение позитивной и правдоподобной альтернативы существующим вызовам и проблемам.

Таким образом, предлагаемая модель резонансного управления содержит ответ на современные социально-политические изменения, связанные с процессами глобализации, ослаблением централизованных государств, фрагментацией власти, а также с распространением информационных технологий и формированием глобальных информационных сетей. Ее внедрение и использование, как полагает автор, позволит государственной власти гибко реагировать на запросы общества и различных групп, реализовывать комплексные политические стратегии, своевременно нейтрализующие существующие вызовы и угрозы. Это, в свою очередь, позволит повысить общую эффективность государственной политики и управления в новых условиях – как на индивидуальном, так и на национальном и глобальном уровнях.

Влияние информационных технологий на социально-политическую сферу.

Вопросы влияния информационных технологий на социально-политическую сферу и статус страны в целом являются сегодня одними из ключевых в современном обществе: сосредоточение и возможности реализации информации, открывают широкие перспективы для формирования геополитического потенциала высокоразвитых государств. Об этом свидетельствуют и процессы, происходящими как за рубежом, так и в России. Во внутренней политике наглядным примером практического применения информационных технологий являются избирательные кампании кандидатов на те или иные правительственные посты, где положительный результат достигается путем построения имиджа политика, коррекции нежелательных поведенческих особенностей, пиар-кампания, транслируемая средствами массовой информации, позволили достичь.

Так, неоднократно, в том числе и в учебных пособиях, отмечалось, что победа Б.Н. Ельцина в 1996 г. была обеспечена работой телевидения; несколько модифицированные технологии использовались в избирательной кампании В.В. Путина. Восемилетнее руководство Россией последним оказало существенное влияние на формирование в обществе консервативных стереотипов имиджа главы государства, и Д.А. Медведева в ходе избирательной кампании позиционировали как приемника нынешней власти, чей имидж и деятельность соответствуют намеченному курсу развития

государства. В целом, однако, президентские выборы 2012 г., а также предшествующие им выборы в нижнюю палату парламента в конце 2011 г. показали, что информационные технологии как средства влияния на социально-политическую сферу далеко не ограничены ресурсами подконтрольных политическим силам медиа-холдингов.

В качестве альтернативы в условиях формирования правового государства, когда основная ставка делается на соблюдении демократических принципов функционирования государства, в России стало появляться значительное количество всевозможных фондов, включая спонсирующих реализацию определенных политических целей. Следует оговориться, что механизм лоббирования политических интересов с помощью финансов, как правило, существует во всех цивилизованных государствах и проявляется в спонсировании избирательных кампаний, рекламных акциях, создании фондов поддержки и развития.

Наибольший интерес представляет деятельность оппозиционных организаций, имеющая (в ряде случаев завуалированный) экстремистский или иной деструктивный характер (под экстремистской деятельностью следует понимать механизм функционирования организаций, чья деятельность направлена на насильственный захват или смену власти или насильственное удержание власти, в то время как под деструктивным – с политической точки зрения – компонентом – нежелание цивилизованно договариваться по спорным вопросам). При этом следует учитывать, что отдельные оппозиционные организации позиционируют свою деятельность как направленную на формирование полноценного гражданского общества в рамках строящейся демократии, хотя мероприятия, проводимые ими с применением информационных технологий, в ряде случаев имеют экстремистскую направленность.

Недооценка феномена информационного противоборства и игнорирование опасности поражения в нем сыграли существенную роль в распаде СССР и ослаблении геополитического потенциала России. Между тем современные политические реалии предоставляют немало примеров применения новых информационных технологий для трансформации социально-политической сферы России внешними силами, использующими опыт так называемых «цветных революций», вызвавших преобразование государств как вдали от российских границ («жасминовая» в Тунисе, 1987 г., «бархатная» в Чехословакии, 1989 г., «кедров» в Ливане, 2005 г.), так и в непосредственной близости от (Грузия 2003 г., Украина 2004 г., Киргизия 2005 г., Молдавия 2009 г.).

Следует отметить, что для всех перечисленных случаев характерны следующие основные моменты: спонсирование западными политическими акторами неправительственных движений, организаций и других оппозиционных сил через фонды развития демократии; нагнетание общественной обстановки посредством формирования

негативного общественного мнения по отношению к действующей политической власти; вывод больших масс людей на площади, как правило, в непосредственной близости от государственных объектов; быстрая, без многодневных демонстраций и пикетирований, мобилизация толпы для захвата (штурма) государственных важных объектов; признание государствами Запада легитимности новой политической власти как соответствующей эталонам демократических принципов.

Что касается государств, чей военный потенциал несоизмеримо мал, но которые активно противостоят «цветным» преобразованиям, то в них смена власти организуется с применением военной силы независимо от стоимости подобного рода проектов: США безопасность собственного государства и реализацию национальных интересов в рамках геополитического противоборства ставят выше своего многомиллиардного внешнего долга. При этом всемирный экономический кризис не только не уменьшил «аппетиты» Запада, но и усилил его стремление к установлению контроля (информационного, экономического, геополитического и др.) над прочими регионами, особенно в тех случаях, когда таковые богаты природными и человеческими ресурсами.

Говоря о новых информационных технологиях и степени эффективности их влияния на социально-политическую сферу общества, целесообразно остановиться подробнее на так называемых «сетевых войнах», а именно на их частном элементе – информационном противоборстве в сети Интернет. Так, для формирования негативного отношения к действующей власти: общественное мнение информируется об «оторванности» этой власти от народа (который ей не нужен), а также недееспособности (о неспособности и/или нежелании власти изменить сложившийся в обществе и политике «порядок вещей»); активно популяризируются интернет-гиганты, функционирующие в интересах собственных правительств, в том числе предоставляющие свои технологические ресурсы спецслужбам США для подготовки революционных блогеров, разжигания конфликтов на национальной и иной почве, – иными словами, создающие универсальную информационную площадку для манипулирования общественным сознанием.

В частности, в СМИ активно обсуждалась информация о встрече президента США Б. Обамы с главами крупнейших компаний мира, представляющих высокие технологии. Попавшие в прессу неофициальные данные об этой встрече, проведение которой планировалось в обстановке строгой секретности, позволяют предполагать возможность обсуждения на ней в том числе и вопросов обеспечения собственной безопасности в информационной сфере. Здесь следует оговориться, что национальная безопасность в понимании США не ограничивается защитой и отстаиванием собственных интересов и включает превентивное устранение любой потенциальной (гипотетической) угрозы

таковым. Исходя из этого, Штаты проявляют озабоченность состоянием демократии не только в Египте, Ливии, Сирии, Ираке, но и в России, не гарантированной в силу этого от распространения на ее социально-политическую сферу несколько модифицированных технологий смены политического режима.

Особенно настораживающим является то, что в настоящее время в России некоторыми ведущими политическими деятелями популяризируются такие социальные сети, как Facebook и Twitter, сыгравшие ключевую роль в событиях на Филиппинах, Испании, Молдавии, Ираке, Тунисе, Египте и Ливии. Приведем лишь некоторые из них: согласно открытым данным СМИ, 17 января 2001 г. парламент Филиппин блокировал процедуру импичмента президента Жозефа Эстрады. Спустя несколько часов после этого было разослано более 7 миллионов электронных писем с призывами выйти на улицы. В столице на призыв откликнулось около миллиона протестующих людей, и Эстрада лишился президентского кресла; в 2004 г. демонстрации, организованные с помощью социальных сетей, вынудили покинуть свой пост премьер-министра Испании Хосе Аснара; последующие, модифицированные информационные технологии, созданные в социальных сетях, привели к революциям в Молдавии, Ираке, Тунисе, Египте; распространение неправдоподобной информации о положении вещей в Ливии в вышеуказанных социальных сетях, позволила западу «аргументированно» применить военную силу. Аналогичный сценарий, с подменой объективных событий о фактах лжи, разжиганием экстремизма и терроризма внутри государства, готовится спецслужбами США и Великобритании в Сирии.

Попытки ряда государств ограничить социальные сети Facebook, Twitter и другие прозападные социальные сети не увенчались успехом. Показательным примером является безуспешные мероприятия по ограничению функционала Интернета, осуществляемые властями Египта в целях снижения натиска сетевых экстремистов и революционных блогеров, работающих под эгидой спецслужб США. Однако в оперативном режиме активно помогли протестующим, создав новый сервис позволивший людям оставлять голосовые сообщения, которые затем записывались в файлы на Twitter в качестве информационных обновлений.

В России вышеуказанные информационные технологии манипуляций людьми через социально-политическую сферу общества использовались перед парламентскими и президентскими выборами в конце 2011 – начале 2012 гг. По аналогичному сценарию осуществлялся вывод людских масс на проспект Сахарова и Болотную площадь.

События показывают, что действующая политическая власть также начала использовать определенные информационные ресурсы для организации мероприятий в свою поддержку, применять так называемый механизм «обесценивания информации».

Последний включает: 1) поверхностное освещение в СМИ мероприятий, проводимых оппозицией; 2) снижение ценности оппозиционных мероприятий за счет сосредоточения внимания на тех активистах, которые не пользуются популярностью в народе; 3) избирательное одобрение тех решений демонстрантов, которые являются потенциально неопасными для власти.

На сегодня информационное противоборство в сети Интернет является одним из самых эффективных средств воздействия на социально-политическую сферу общества, приобретающим популярность большую, нежели классические СМИ. Существуют, однако, и другие информационные технологии влияния на социально-политическую сферу общества – с применением средств сотовой связи, визуализации, дезинформации, дезорганизации и пр.

Связи с общественностью и политическая реклама, являющиеся методами информационного воздействия маркетингового типа, – широко используются в рамках проводимого информационного обеспечения политического процесса.

На сегодняшний день в России обозначилась тенденция к более широкому применению методов связей с общественностью со стороны органов государственной власти в процессе освещения их деятельности.

Тенденция к расширению сферы применения маркетингового подхода к политике и политической коммуникации приводит исследователей данной проблемы к выводу, что этот процесс свидетельствует о происходящем переходе к «убеждающим» методам управления.

Процессы коммуникации между органами государственной власти и обществом испытывают влияние со стороны изменений, происходящих в системе государственного управления и информационного обеспечения политического процесса в России. В связи с этим в используемых каналах информационного воздействия также происходят трансформации (создание официальных сайтов органов государственной власти, проведение Интернет- конференций и др.).

Свобода массового получения и распространения информации является основой защиты прав и свобод человека на законодательном уровне, а механизмы учета фактора общественного мнения по основным происходящим событиям политического процесса обеспечивают возможность гражданам воздействовать на государственную власть. Целью функционирования лоббистских организаций является учёт и закрепление в принимаемых органами государственной власти нормативно-правовых актах и политических решениях интересов определенных профессиональных, корпоративных, общественных и иных частных групп и организаций.

Кроме этого, эффективным механизмом воздействия общества на власть является

формирование и публичное выражение общественного мнения. Деятельность органов власти нуждается в общественной поддержке, а плодотворное взаимодействие и разрешение противоречий может быть достигнуто в процессе совместной работы государственной власти и общественно-политических структур.

В определении информационного общества нет возможности для анализа социальной, политической структуры. Но явление своеобразной информационной стратификации имеет место. Это можно проследить на примерах информатизации российских регионов (субъектов РФ). Еще в середине 90-х гг. XX в. социологи Фонда Общественного мнения отметили уникальную черту, которая затем превратилась в устойчивую тенденцию. В российских регионах начался процесс перехода телевизионной аудитории от центральных телеканалов к местным.

Происходит формирование регионального информационного поля. Информационное поле – это сложное социальное явление, имеющее пространственное измерение, характеризующееся тем, что в каждой его точке постоянно генерируется социально значимая информация, которая в целях сохранения и развития данного социума распространяется по его сегментам с помощью естественных или специально созданных механизмов. Каждый житель любого региона (субъекта РФ) сам формирует свою информационную среду, поскольку читает общероссийские и местные газеты, просматривает Интернет-источники (по мере возможности своего доступа к ним), слушает различные радиостанции, смотрит разные телеканалы. Можно согласиться с мнением И.Г. Хоменко о том, что оптимальным будет такое информационное пространство, которое создает максимально полную, всестороннюю картину действительности и дает человеку возможность постоянно расширять свою информированность.

Установилась очень заметная и стабильная тенденция: всемирная компьютерная сеть утверждает информацию как цель и способ существования общества и тем самым постепенно превращается в главную структуру общества. Более того, сетевой принцип устройства социальной организации в условиях нарастания коммуникаций получает такое важное значение, которого не было ранее. Именно по сетевому принципу начинается преобразование системы координат «социальное пространство – время», в которой происходят социальные и политические процессы. Представления и масштабы времени меняются настолько, что возникает «виртуальное время». Следует заметить, что не только внедрение новых информационных технологий вызвало преобразование социального пространства и времени, а наоборот, внедрение этих технологий произошло под влиянием необходимости ускорить и увеличить объем коммуникаций в экономической, политической и социальной сферах жизни общества.

Происходит постоянное взаимодействие: под влиянием объективных причин

разрабатываются новые технологии коммуникаций, а затем их внедрение не только упрощает, но и увеличивает возможности контактов и коммуникаций. Такие коммуникации возможны как по вертикали (между законодателями и исполнителями, между администрацией и электоральным населением), так и по горизонтали (среди пользователей Интернета, относящихся только к избирателям).

Следует согласиться с мнением Д.В. Иванова о том, почему главным феноменом Компьютерной революции стал Интернет, а не электронные банки данных и не искусственный интеллект (или, другими словами, почему Интернет имеет такую популярность и притягательную силу). В Интернете не создается никакого знания. Но он многократно увеличивает возможности осуществления коммуникации.

Кроме того, Интернет не только создает свое информационное поле, но может значительно сильнее, чем многие другие средства массовой информации влиять на политическое поведение. Просто на общественное мнение и социальное поведение представителей регионального социума. Все зависит от характера и содержания информации. А также от возможностей ее распространения. Достаточно вспомнить нашумевший в ноябре 2004 г. случай с распространением в Интернете сообщений о катастрофе на Балаковской АЭС, который вызвал сильную панику населения Саратовской и других окружающих областей, но не во всем соответствовал реальности. Появляется проблема создания системы информационной безопасности, которую решить очень трудно, поскольку при этом недостаточно одних юридических мер. Необходим еще автоматический контроль за поступающей информацией, но технически эта задача пока не решена.

Неравномерное и неодинаковое развитие регионов РФ в социально-экономическом и политическом смысле создает основу для того, что информационное пространство регионов РФ оказывается очень многообразным, диатропным и в какой-то мере отражает структуру социально-экономического неравенства самих регионов – субъектов РФ.

Таким образом, спецификой политических процессов в условиях информационного общества является активное применение высоких технологий как официальной властью, так и системной и несистемной оппозицией, акторами вне суверенитета и стоящими за ними геополитическими конкурентами.

Интернет-сообщества в коммуникационном процессе.

Одной из самых важных мировых тенденций двух последних десятилетий ученые считают чрезвычайно возросшие возможности коммуникации. В начале 1990-х годов Интернет из специализированных систем научного сообщества перешел в более

совершенную с точки зрения употребления систему, трансформировавшую модель социального общения.

Стремительное развитие глобальной компьютерной сети Интернет и освоение людьми ее возможностей оказывают влияние на самые разные области жизни и деятельности человека. Это приводит в том числе к возникновению новых видов общественных отношений и организационных структур.

За последние несколько лет Интернет стал частью нашей жизни. По данным как общероссийских, так и региональных исследований, пользователем глобальной сети в России является уже каждый четвертый житель страны старше 18 лет. Говоря о качественном составе Интернет-пользователей, достаточно тяжело выделить тех, кто потребляет услуги информационной среды постоянно, становясь ее частью, и тех, кому Интернет интересен опосредованно.

Доля ежедневных посетителей виртуальных территорий и тех, кто заходит в Интернет несколько раз в день, увеличивается. В целом этому способствует массовое развитие сети широкополосного доступа, особенно в регионах, в течение последних двух лет. Появление новых игроков на рынке, предложение новейших форм подключения вкупе с удешевлением услуги приобщают массовые слои к Интернету не как к игрушке, а как полноценному источнику информации, для части потребителей – как к средству общения и месту жительства. В связи с этим особую роль приобретают исследования места Интернет-сообществ в политической жизни общества и в системе государственного управления.

Проблема феномена Интернета, его общественно-политической стороны уже не первый год привлекает ряд ученых. В последнее время новый толчок исследованиям придает заинтересованность власти в содействии организации взаимодействия государства, граждан и бизнеса на основе современных информационно-коммуникационных технологий. Потенциал и значение Интернета в таком ракурсе, безусловно, понятны.

Во-первых, учитывая размер территории России, Интернет является самым доступным из всех средств связи, предлагая при этом намного более развитый функционал коммуникации.

Во-вторых, использующая возможности Интернет система государственного регулирования и контроля действий ответственных должностных лиц становится оптимально прозрачной и понятной.

В-третьих, немаловажен сам механизм получения объективной обратной связи через Интернет в диалоге общества и власти, позволяющий миновать различных посредников.

Интернет-сообщество представляет собой группу лиц, которые, находясь в состоянии взаимозависимости друг от друга, координируют и согласовывают свою совместную деятельность при помощи Интернет-технологий. Существуют непосредственно виртуальные сообщества и оффлайновые, использующие Интернет в качестве одного, но не превалирующего в отношении иных средств коммуникации. Как и обычное сообщество, Интернет-сообщество создается с определенной целью (даже если эта цель – приятное времяпровождение). Сообщество людей, увлеченных общей целью, является мощным средством ее достижения, особенно в современном обществе и бизнесе, где основную ценность приобретает человеческий талант.

Принципиальная особенность Интернет-сообществ заключается в том, что использование Интернет-технологий в процессе совместной деятельности людей позволяет в большей степени, чем ранее, осуществлять ее регулирование на основе прямых информационных обменов и взаимодействий между всеми членами сообщества. Эти новые возможности позволяют членам Интернет-сообществ конструировать новые правила социально-экономического поведения и соответствующие регулирующие институциональные механизмы.

Одним из проявлений Интернет-сообщества, конечно же, является Интернет-блог. Интернет-блоги впервые появились в США и получили распространение как личные сетевые дневники, в которых можно обсуждать то, что интересует автора и его друзей-подписчиков («френдов»). По сути, это было творческое развитие идеи Интернет-форумов в сторону их индивидуализации, повышения прав и возможностей отдельных пользователей.

По-видимому, популярность блогов связана с возросшим стремлением современного человека к самовыражению, к самостоятельному формированию своего круга общения и круга источников информации. Блоги просто предоставили для этого удобные технические возможности. Их использование позволяет быстро создавать новые социальные сети-сообщества по интересам, увлечениям и симпатиям, не ограниченные государственными границами.

Термин «блогосфера» появился еще в 1989 г. и обозначал «совокупность всех блогов». Тогда их было во всем мире всего несколько сотен, а сейчас, по некоторым экспертным оценкам, их более ста миллионов. По данным «Яндекса», сегодня в Рунете более 3 млн Интернет-дневников (блогов). Русскоязычная блогосфера растет быстрее мировой и увеличилась на 74% за последние полгода, в то время как мировая – лишь на 41%.

До сих пор продолжают дискуссии о природе Интернет-дневников. Некоторые правоохранительные инстанции в России рассматривают блоги именно в качестве

Интернет-СМИ и применяют законодательство о средствах массовой информации к нарушителям правовых норм в Интернет-блогах. Часть исследователей определяет их как средства массовой информации, но вряд ли такая точка зрения является правильной: в блогосфере нет непосредственно журналистов. В ином случае каждого участника следует считать автором и журналистом, а блогосферу признать многосторонней коммуникационной средой.

В последнее время часто ведутся дебаты по вопросу о том, насколько Интернет-блоги способны оказывать влияние на формирование общественного мнения. Эта проблема занимает не только социологов и экспертов по медиа, но и политтехнологов, которых интересуют возможности использования блогов в предвыборных технологиях, в оказании влияния на политическую ситуацию в стране в целом.

Многие дневники «партийно-политической направленности» используются политиками для привлечения сторонников, предоставления им информации, координации действий во время проводимых мероприятий. Например, во время подготовки «Русского марша» была распространена инструкция, призывавшая тысячи сторонников собраться на одной из станций московского метро. К счастью, этот сценарий, грозивший обернуться массовой давкой, был отменен.

Подобные флэш-мобы зачастую возникают стихийно и подчас ограничиваются только Интернет-пространством. Выплескивая эмоции перед экранами мониторов, многие блоггеры отнюдь не торопятся выразить свою позицию «в реале» – на митинге, на уличной демонстрации. Есть, впрочем, и другая тенденция, когда разного рода манифестации предпринимаются в основном для того, чтобы тут же «пропиарить» их в блогах. Они рассчитаны не столько на каких-то случайных прохожих, сколько на заранее подготовленные фото- и телекамеры, моментально передающие «картинку» в блоги. Нередки случаи, когда крупные международные события не получали и половины рейтинга какой-либо местной акции, поддержанной блоггерами. Эксперты расходятся во мнениях, чего здесь больше – вреда или пользы для эффективного выражения политической позиции. Как бы то ни было, это те тенденции, которые необходимо учитывать при исследовании современной публичной политики.

Если рассматривать социально-политический аспект блоггерства, то для этих форм информационного взаимодействия пользователей сети характерны резкие столкновения различных мнений и личностей с взаимоисключающими общественно-политическими и культурно-идеологическими позициями. Такие столкновения происходят зачастую в весьма острой форме, вызывающей неприятие как у людей, привыкших к традиционной этике взаимоотношений, так и у некоторой части самих блоггеров, особенно пришедших в сеть недавно. Специфика данного вида коммуникации отнюдь не исключает попыток

различного рода манипулятивных воздействий, учитывая специфику Интернет-аудитории.

Некоторые неправительственные организации, действующие на территории Российской Федерации и занимающиеся, например, мониторингом выборных процессов, принципиально не проверяют публикуемую ими информацию

Согласно аналогичному принципу действуют некоторые виртуальные сетевые сообщества. Подобная практика представляется, как минимум, некорректной. Она уже неоднократно становилась объектом внимания со стороны российских неправительственных структур (в частности, организации «Гражданский контроль»).

В последнее время государство в лице правоохранительных и силовых структур пытается постепенно устанавливать свои правила игры в Интернете. Среди недостатков блогов как средства коммуникации часто называют то, что их аудитория ограничена кругом активных пользователей Интернета. Однако степень ограниченности не следует преувеличивать. Во-первых, число пользователей Интернета в России стремительно растет. Во-вторых, аудитория блогов зачастую имеет непосредственную связь с интеллектуальной и политической элитой страны и способна служить мощным ретранслятором информации. По некоторым данным, около 10% пользователей составляют журналисты, пишущие по общественно-политической тематике. Все чаще наблюдается «выход в реал» того, что происходит в виртуальном пространстве.

Согласно комплексному исследованию российской блогосферы, проведенному компанией «Яндекс» в 2007-2008 гг., средний возраст автора сетевого дневника составляет 22 года.

Процессы, происходящие в российской блогосфере, очевидным образом связаны с общими тенденциями развития молодежной субкультуры и настроений в этой среде. Молодежь более способна к усвоению новых технологий и представляет наибольший интерес для государственного управления. Во-первых, указанная часть общества менее всего вовлечена в «оффлайновую» политику, и, во-вторых, являясь сегодня школьниками, студентами, завтра становясь работниками и специалистами в различных областях, молодые люди привнесут определенную культуру Интернет-взаимодействия с основными государственными институтами.

Различные Интернет-сообщества начинают играть все более заметную роль в общественно-политической жизни страны. Стихийно сложившаяся на данный момент, эта часть нашего общества пока не выработала свои каноны, этические нормы, нуждается в окультуривании, в очищении ее хотя бы от наиболее вызывающих форм хамства и экстремизма. Однако делать это должны не столько чиновники, сколько сами участники Интернет-сообществ. Интернет – лишь средство, которое можно использовать в самых разных целях. Государству же необходимо переходить от декларативного характера

электронных форм взаимодействия с населением к более конструктивным и осязаемым.

Вопросы

1. В чём причины и суть эволюции государственных и правовых институтов в условиях развития информационного общества?
2. Какова теория и практика политических манипуляций в современных международных коммуникациях?
3. Информационные технологии - сущность свободы или тоталитаризма?
4. Международно-политическая коммуникация и её роль в применении «мягкой силы» в информационном обществе?
5. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа с учётом фактора ИТ.
6. Какие потенциальные возможности модернизации имеет Россия в сфере ИТ в условиях кризиса?
7. Почему инновационная деятельность является необходимым элементом в развитии государства на современном этапе?
8. Становится ли первенство в создании и внедрении информационных систем и технологий главным условием политической стабильности?
9. Какие изменения могут произойти в международно-политической коммуникации с переходом на ориентиры и запросы инновационной экономики.
10. Роль международных социальных сетей в создании среды для политической коммуникации.

Темы рефератов

1. Информационно-коммуникационные технологии и политическая модернизация.
2. «Электронная демократия»: возможности и угрозы.
3. Информационная стратегия России и пути ее реализации в современных условиях
4. Новые информационные технологии и их влияние на международно-политическую сферу.
5. Информационная безопасность на государственном, общественном и личностном уровнях в условиях информатизации российского общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

3. Авченко В. Теория и практика политических манипуляций в современной России. – М.: Издательство «Весь мир», 2002. – 240 с.
4. Анохин М. Политика: возможность современных технологий. – М.: Изд-во РАГС, 1998. – 69 с.
5. Анохин М., Павлютенкова М. Авангардные информационные технологии РК: возможности и перспективы // Связи с общественностью в политике и государственном управлении. – 2002. – №1. – С. 46-65.
6. Бачило И. Причины и суть эволюции государственных и правовых институтов в условиях развития информационного общества // Вопросы правоведения. – 2011. – №3. – С. 114-145.

7. Берд К. Гигабайты власти. Информационные технологии между свободой и тоталитаризмом. – М.: Бестселлер, 2004. – 352 с.
8. Бочаров Ю. Интернет как «рассадник» революций. Парадокс года // <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1314337680>
9. Вершинин М. Политическая коммуникация в информационном обществе. – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2001. – 253 с.
10. Войтик Е. Аудиторные характеристики сибирских телекомпаний // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2009. – №5. – С. 5-16.
11. Выводцев В. Информационно-коммуникационные технологии и политическая модернизация в России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2010. – Т.10. – №4. – С. 100-102.
12. Гончаров В. Информационное общество в России: социально- политический аспект // Сборники конференций НИЦ "Социосфера". – 2012. – №17. – С. 68-71.
13. Грачев М. «Электронная демократия»: возможности и угрозы // Интернет и современное общество: Тр. XII Всерос. объедин. конф. С.-Петербург, 27-29 октября 2009 г. СПб.: Факультет филологии и искусств СпбГУ, 2009. – С. 76-80.
14. Гриняев С. Россия в глобальном информационном обществе: угрозы, риски и возможные пути их нейтрализации // Информатизация и связь. – 2010. – №2. – С. 115-121.
15. Давыдов А. Информационные технологии политического формирования и реализации национально-государственных интересов России // Теория и практика общественного развития. – 2010. – №4. – С. 147-149.
16. Иванов Д. Феномен компьютеризации как социологическая проблема // Проблемы теоретической социологии. – Вып.3. – М., 2000. – С. 10-18.
17. Изотов В. «Мягкая мощь»: обновленный теоретический концепт и российская модель для сборки // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2011. – №4. – С. 146-155.
18. Кулик А. Электронное государство в суверенной демократии // Сборник докладов X Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество», 23-25 октября, 2007. – С. 215-217.
19. Куркова О. Информационная стратегия России и пути ее реализации в современных условиях // Вестник Российской нации. – 2011. – Т.1-2. – №15-16. – С. 125-135.
20. Кутырев Г. Электронная демократия в России как вызов традиционной: анализ технократических проектов постнеоклассического этапа // Актуальные проблемы

гуманитарных и естественных наук. – 2012. – №2. – С. 293-302.

21. Нисневич Ю. Информационно-коммуникационная стабилизация политической системы // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Политология. – 2006. – №1 (6). – С. 68-80.
22. Региональное информационное вещание и пути его совершенствования. – Ч.1. – М., 2000. – 143 с.
23. Седых Н. Российская бюрократия: состояние и особенности // Демократия в современном мире. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2009. – С. 246-252.
24. Соловьев А. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. – 2002. – №3. – С. 5-18.
25. Хоменко И. Формирование регионального информационного поля (на материалах телекомпании г. Рязани) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2009. – №5. – С. 14-23.
26. Шевцов В. Новые информационные технологии и их влияние на социально-политическую сферу // Геополитика: теория, история, практика. – 2012. – №1. – С. 298-