ЧЕЛОВЕК
СООБЩЕСТВО
УПРАВЛЕНИЕ

Научно-информационный журнал

№ 3 · 2010

ЧЕЛОВЕК СООБЩЕСТВО УПРАВЛЕНИЕ

Научно-информационный журнал

3-2010

Издается с марта 1999 г.
Периодичность — 4 номера в год.
Свидетельство о регистрации
№Р2829 от 16 марта 1999 г.
выдано Северо-Кавказским
региональным управлением по СМИ.
Журнал распространяется по подписке.
Подписной индекс по каталогу
«Роспечать» 46483.

Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки России от 19 февраля 2010 года №6/6) **журнал «Человек. Сообщество. Управление»**, издающийся на факультете управления и психологии Кубанского государственного университета, **включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.**

Учредитель:
Кубанский государственный университет
Адрес редакции:
350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149, к. 404-н. Тел.: (861) 219-95-63
Адрес издателя:
350040, г. Краснодар,
ул. Ставропольская, 149
Кубанский государственный университет
Статьи для публикации принимаются
по эл. адресу: chsu1999@yandex.ru
Сайт журнала: http://chsu.kubsu.ru

Дизайн обложки:
С. Г. Ажгихин, М. Н. Марченко
Оригинал-макет: Д. А. Хрипков
Отпечатано в типографии
Издательско-полиграфического
центра Кубанского государственного
университета. Адрес: Краснодар,
ул. Ставропольская, 149
Подписано в печать 28.09.2010
Уч.-изд. л. 10,9. Усл. печ. л. 10,0
Тираж 1000 экз. Заказ №

Главный редактор:
Е. В. Морозова, д-р филос. наук, профессор

Редакционный совет:
Алексеева Т. А., д-р филос. н., проф. (МГИМО (У); **Арутюнян Л. А.**, д-р филос. н., проф. (Ереванский ГУ); **Бабешко В. А.**, д-р физ.-мат. н., проф., академик РАН (Кубанский ГУ); **Бедерханова В. П.**, д-р пед. н., проф. (Кубанский ГУ); **Бодалев А. А.**, д-р психол. н., проф., академик РАО; **Деллер С.**, PhD, проф. (университет Висконсин-Мэдисон, США); **Жаде З. А.**, д-р полит. н., проф. (Адыгейский ГУ); **Зинченко Ю. П.**, д-р психол. н., проф. (МГУ им. М. В. Ломоносова); **Знаков В. В.**, д-р психол. н., проф. (Институт психологии РАН); **Иванов А. Г.**, д-р ист. н., проф. (Кубанский ГУ); **Кузьмина Н. В.**, д-р психол. н., проф. (РАО); **Латфуллин Г. Р.**, д-р экон. н., проф. (Гос. ун-т управления); **Марьин М. И.**, д-р психол. н., проф. (МВД РФ); **Никовская Л. И.**, д-р социол. н., проф. (Институт социологии РАН); **Романова А. П.**, д-р филос. н., проф. (Астраханский ГУ); **Рябикина З. И.**, д-р психол. н., проф. (Кубанский ГУ); **Сморгунов Л. В.**, д-р филос н., проф. (СПбГУ); **Фадеева Л. А.**, д-р ист. н., проф. (Пермский ГУ); **Шабров О. Ф.**, д-р полит. н., проф. (РАГС); **Шпак В. Ю.**, д-р филос. н., проф. (Южный федеральный ун-т)

Редакционная коллегия:
Авдеева Т. Т., д-р эконом. н., проф. (зам гл. редактора); **Белоконь Т. М.**, канд. филол. наук, доц.; **Дёмин А. Н.**, д-р психол. н., проф. (зам. гл. редактора); **Ермоленко В. В.**, канд. тех. н., доц.; **Ждановский А. М.**, канд. ист. н., проф.; **Кимберг А. Н.**, канд. психол. н., доц.; **Кольба А. И.**, канд. полит. н., доц. (зам. гл. редактора); **Курбатова Г. С.**, отв. секретарь; **Лаврова Т. Г.**, канд. эконом. н., доц.; **Лузаков А. А.**, д-р психол. н., доц.; **Малиночка Э. Г.**, д-р пед. наук, проф.; **Мясникова Т. А.**, канд. эконом. н., доц.; **Оберемко О. А.**, канд. социол. н., доц.; **Ожигова Л. Н.**, д-р психол. н., проф.; **Остапенко А. Н.**, д-р пед. н., проф.; **Савва Е. В.**, канд. филос. н., доц.; **Филиппов Ю. В.**, канд. эконом. н., проф.; **Фоменко Г. Ю.**, д-р психол. н., проф.; **Юрченко В. М.**, д-р филос. н., проф. (зам. гл. редактора)

3-2010

Содержание

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Флоровский С.Ю. Совместная управленческая деятельность руководителей как источник угроз для безопасности организации 4

Дагаева Е.А. Драматургический подход к изучению имиджа как социально-психологического феномена 14

Некрасов С.Д. Личностные параметры образа будущего у выпускников современной школы 22

ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

Шлыкова Ю.Б. Особенности автобиографических текстов родителей в ситуации тяжёлого заболевания ребенка 32

Гринь Е.И. Влияние пола, квалификации, вида спорта на психическое выгорание спортсменов 43

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

Дёмин А.Н. Диалог экономистов и психологов о проблемах экономической психологии *55*

ПОЛИТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Романова А.П., Якушенков С.Н., Дахин С.А., Топчиев М.А., Якушенкова О.С. Культурный менеджмент и политика сохранения культурного наследия в современном обществе 58

Щеглова Д.В. Проблема агрегирования предпочтений акторов в исследованиях политического рынка 70

Акулич К.В. Концептуализация понятия социальной рекламы в современном политическом процессе 82

Самородняя Е.Г. Реализация конституционных прав избирателя посредством сети Интернет 89

ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ

Миллер Н.Н. Контртеррористические стратегии заинтересованных субъектов в контексте восприятия терроризма студенческой молодёжью 97

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОМПАРАТИВИСТИКА

Дмитрук С. В. Политическая карьера экс-лидеров стран СНГ: сравнительный анализ 109

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ 115

ПОРЯДОК ПРИЁМА И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ 116

СОВМЕСТНАЯ УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЕЙ КАК ИСТОЧНИК УГРОЗ ДЛЯ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

С. Ю. Флоровский[1]

Развивается и конкретизируется существующее в теории и практике корпоративной безопасности положение о том, что одной из наиболее мощных угроз для организации выступают её «первые руководители». Особое внимание уделяется угрозам, которые связаны с неспособностью руководителей высшего и среднего ранга наладить эффективную деятельность по совместному управлению организацией. Показано, что валидными индикаторами этой неспособности выступают определенные характеристики личностной регуляции повседневных менеджерских интеракций. Выделяются наиболее распространенные деструктивные паттерны личностной регуляции управленческого взаимодействия руководителей, обусловливающие дисфункциональные изменения в деятельности и развитии организации.

Ключевые слова: совместная управленческая деятельность, управленческое взаимодействие, руководители, безопасность организации, личностная регуляция.

Statute which exists in theory and practice of corporation's safety and affirms that Top Managers are one of most powerful menaces develops and become more concrete. Special attention is attended to menaces, which connect with inability of top and middle managers to arrange effective activities for joint management of organization. It is exhibited, that specific characteristics of personality regulation of daily managerial interactions are valid indicators of that inability. The most widespread destructive patterns of personality regulation of managerial interactions, which cause dysfunctional changes in organization's development, are distinguished.

Key words: joint managerial activities, managerial interactions, managers, corporation's safety, personality regulation.

В кругах специалистов по корпоративной безопасности пользуется широкой популярностью положение о том, что одной из наиболее мощных угроз для организации выступают её «первые руководители», шире — всё управленческое

[1] Флоровский Сергей Юрьевич – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной психологии и социологии управления Кубанского государственного университета. Эл. почта: florowsky@mail.ru

сообщество, объединяющее руководителей высшего и среднего статусно-должностных рангов [1; 11]. Несмотря на кажущуюся на первый взгляд парадоксальность данного тезиса, при более детальном рассмотрении он начинает представляться чем-то само собой разумеющимся. Действительно, факт высочайшей цены ошибочных управленческих решений укоренён в обыденных представлениях, подкреплён многочисленными историческими примерами, многократно подтвержден опытом практически каждого работающего взрослого человека как свидетеля многочисленных дисфункциональных нарушений деятельности и развития организации, порождённых неадекватными решениями и действиями высшего управленческого персонала.

Хорошо отрефлексировано данное обстоятельство и в управленческих науках. В качестве примера можно привести активно развиваемые в настоящее время представления о терминаторном менеджменте, представляющем собой набор деструктивных когнитивно-поведенческих паттернов, сознательная или неосознаваемая реализация которых руководителями способна привести к краху организации [10]. Активно обсуждается и тема предательства наёмным менеджментом интересов собственника и трудового коллектива, переход менеджеров высшего и среднего ранга на сторону конкурентов (например, в случае рейдерской атаки) [4].

Однако эти опасности относятся к категории очевидных и имеют прежде всего эндогенно-личностную и /или социально-обусловленную природу. Наряду с ними существует огромный пласт иных угроз, — социально-психологического порядка, — внешне достаточно «тихих», «фоновых», в буквальном смысле «спрятанных» в событийном контексте повседневного общения и взаимодействия руководителя с другими членами управленческого сообщества организации.

В этой связи следует заметить, что в современных сколь-либо крупных организациях кругом ближайшего общения управленцев высшего и среднего ранга являются не столько сотрудники возглавляемых ими подразделений, сколько другие руководители. Именно в непосредственном взаимодействии между собой — по горизонтали, вертикали и диагонали — менеджерам приходится решать широкий спектр вопросов, связанных с выработкой и принятием управленческих решений, планированием, поиском и распределением ресурсов, разграничением полей деятельности и сфер влияния, анализом ситуаций, обменом информацией, разработкой стратегий организационного развития, регуляцией социально-психологического климата, взаимоотношений в организации. Р. Лайкерт [30] одним из важных условий эффективного функционирования и позитивного развития организации считает функционирование её менеджеров в качестве пин-связей (linking pin), обеспечивающих тонкую настройку и гибкую координацию совместной работы всех организационных субъединиц. Восприятие менеджерами себя в качестве пин-связей,

объединяющих и обслуживающих всю организацию, а не только возглавляемые ими отделы и подсистемы, способствует как повышению производительности отдельных структурных подразделений, так и возрастанию эффективности организации в целом.

Интегратором этих разноплановых и феноменологически чрезвычайно многообразных менеджерских интеракций выступает *совместная управленческая деятельность (СоУД)*, понимаемая нами как вид совместной деятельности, предполагающий осуществление несколькими руководителями в процессе непосредственного или опосредованного общения системы управленческих функций, связанных с регуляцией межгруппового взаимодействия возглавляемых ими структурных подразделений и /или организационных подсистем [15; 16].

Нормативно основной целью управленческого взаимодействия руководителей (как центрального психологического процесса и ситуативно-обусловленной формы реализации совместной управленческой деятельности) признаётся обеспечение согласованности и упорядоченности в протекании организационных процессов, противодействие социально-организационной энтропии, обеспечение оптимального баланса тенденций стабильного функционирования и динамичного развития предприятия [2; 3; 5; 9; 12; 13; 20; 30]. Условием достижения этих целей большинство авторов полагают перманентный поиск консенсуса, предусматривающий адаптивное самоограничение каждым из руководителей уровня своих властных притязаний и лидерских амбиций, готовность разделять власть со своими партнёрами по управленческой команде на основе принципов «распределённой справедливости» [24; 26; 28; 29].

В то же время повседневная организационная реальность мало напоминает обрисованную нормативную модель. Напротив, характерными для повседневных деловых контактов руководителей высшего и среднего ранга оказываются непрозрачность и закрытость по отношению друг к другу, конкуренция и соперничество, преобладание установки на максимизацию объема прав и властных полномочий в сочетании со стремлением минимизировать свои социальные обязательства и подконтрольность кому бы то ни было.

Не менее проблемна и ситуация переживания организацией периода стабильной успешности, внешне свободная от описанных проявлений организационно-управленческой дезинтеграции. Практически каждый лонгитюдный проект в области организационной психологии заставляет вспоминать ту истину, что развитие организации представляет собой сложный, нелинейный и чрезвычайно драматичный процесс. Высокие экономические показатели, доминирующее положение на рынке, реализация масштабных социальных программ, позитивная репутация в бизнес-сообществе и тому подобные «знаки успеха», к сожалению, не обладают свойствами временно́й

транзитивности и не проецируются в будущее автоматически. Как точно заметил по этому поводу Питер Ф. Друкер «бизнес стремится к движению от позиций лидерства к позициям посредственности» [21]. Примером такого движения является постоянное обновление «топовых» списков компаний и фирм, номинируемых в качестве деловых лидеров, бизнес-эталонов, прогрессивных инноваторов, носителей самой совершенной организационной культуры и т. п. Большинство организаций, занимающих в определённый период времени лидирующее положение в подобных рейтингах, по прошествии нескольких лет теряют свои позиции [17; 31–32]. Примечательно, что эти позиционные потери зачастую оказываются для самих организаций (точнее, их менеджмента) совершенно неожиданными.

Феномен внезапности возникновения проблем организационного функционирования и развития порождён действием целого ряда факторов и обстоятельств, которые к тому же находятся в сложных взаимосвязях. Одной из самых значимых детерминант порождения названных проблем оказывается неспособность управленческих сообществ предприятий и учреждений выдержать вызов со стороны «организационной повседневности», и прежде всего таких её характеристик, как малопроблемность, субъективная понятность и прозрачность процессов, событий и ситуаций жизнедеятельности организации, ощутимое благополучие.

Именно с этим обстоятельством связана высокая распространённость в управленческих сообществах организаций известного социально-психологического феномена группмышления (Groupthink), впервые выявленного и описанного И. Дженисом [25]. Представляется уместным напомнить, что в качестве важнейших условий «огруппления» мышления выделялись высокий социальный статус участников группы (который, с одной стороны, служит основанием для формирования чувства избранности, а с другой — затрудняет получение адекватной информации о процессах и событиях, по поводу которых происходит принятие решений) и длительный опыт успешной совместной работы (повышающий вероятность возникновения иллюзии неуязвимости).

К сожалению, феноменология нарушенного управленческого взаимодействия руководителей не исчерпывается одним лишь группмышлением. Однако общей особенностью всех латентных дефектов совместной управленческой деятельности оказывается их слабая доступность рефлексии со стороны руководителей — субъектов деловых интеракций. Действительно, минимизация попыток рефлексивного осмысления руководителями процесса, результатов и перспектив их совместной управленческой деятельности в условиях стабильного функционирования предприятия составляет скорее правило, чем исключение [8]. С этим корреспондируется снижение степени осознанности повседневного организационного поведения руководителей в связи с осущест-

влением СоУД, принятие большинства совместных управленческих решений на «автопилотном» уровне регуляции, что, в свою очередь, снижает степень их адекватности и экологичности [12]. Также в мышлении руководителей происходит элиминация схем прогностической и профилактической направленности и, напротив, актуализация схем с «короткой временнóй перспективой», работающих в границах лишь актуальной ситуации и её ближайших последствий [14].

В этой связи обозначается проблема создания валидных, надёжных и удобных в применении диагностических технологий и методов выявления латентных дефектов психологической регуляции управленческого взаимодействия руководителей.

По нашему мнению, одним из перспективных направлений поиска является обращение к анализу той части детерминационного поля совместной управленческой деятельности, которая представлена стабильными личностными свойствами взаимодействующих руководителей.

Операционально регулирующее влияние личностных свойств руководителей на СоУД может быть раскрыто в результате выявления и анализа значимых связей параметров личностной организации руководителей с такими интегральными характеристиками СоУД, как продуктивность — непродуктивность, лёгкость — затруднённость, общая эффективность — неэффективность управленческих интеракций. Для надёжной диагностики этих характеристик СоУД нами была разработана и успешно применяется на практике методика изучения эффективности общения в условиях совместной управленческой деятельности [15; 16]. Персональные «интеракционные индексы», получаемые на основании перекрёстного оценивания руководителями особенностей взаимодействия друг с другом, отражают реальный социально-психологический статус руководителя в системе производных от СоУД организационно-управленческих отношений и могут интерпретироваться как индикаторы уровня функционально-ролевой приемлемости конкретного лица в качестве партнёра по управленческому взаимодействию со стороны других менеджеров.

Реализация исследовательской схемы «личностные свойства × статус руководителей в системе связанных с СоУД организационно-управленческих отношений» позволяет эксплицировать такие составляющие культуры организации, как комплекс реально-действующих норм поведения и взаимодействия, функционально-ролевых и межличностных ожиданий, а при использовании адекватных стратегий интерпретации — и содержание культурообразующих базовых представлений. Оказывается возможным лучше понять, как именно тот или иной тип культуры генерируется и поддерживается за счёт психологических механизмов, действующих на уровне интерперсонального взаимодействия представителей топ- и мидл-менеджмента. Механизм этих взаимосвязей может быть представлен следующим образом: культура организации ↔

управленческое взаимодействие ↔ функционально-ролевые ожидания участников ↔ поддержка/неподдержка участниками взаимодействия определённых личностно обусловленных паттернов поведения партнёров.

Как правило, личностно обусловленные причины принятия-отвержения тех или иных конкретных руководителей в качестве партнёров по СоУД находятся вне зоны рефлексивного осмысления со стороны менеджерского сообщества организации. В то же время эти личностные механизмы регуляции управленческого взаимодействия репрезентируют не только стабилизировавшиеся и устоявшиеся характеристики организационной культуры, но и тенденции организационно-культурного тренда, находящиеся в стадии формирования.

Приведём лишь некоторые примеры выявленных нами в период 2002-2008 гг. латентно-регрессивных закономерностей регуляции СоУД руководителей производственных, торговых и финансово-кредитных организаций Южно-Российского региона, который оказался относительно успешным и стабильным практически для всех вошедших в выборку предприятий. В последние же полтора кризисных года можно было видеть, как сложившиеся ранее инерционные личностно-регулятивные паттерны СоУД обусловили низкую эффективность реагирования менеджмента организаций на кризисные вызовы, прежде всего из-за невозможности адекватной оперативной перестройки системы их повседневных управленческих интеракций.

Ориентация руководителей как субъектов управленческого взаимодействия на дисбалансный вариант «решётки менеджмента». Совместная деятельность руководителей по управлению организациями устойчиво ориентирована на вариант базовой модели «решётки менеджмента» с акцентированной направленностью на отношения и редуцированной ориентацией на решение содержательных задач. Стабильно предпочитаемыми партнёрами по взаимодействию оказываются руководители, ориентированные на отношения. Управленцы, сколь-либо явно придерживающиеся «задачной» ориентации, имеют репутацию трудных и непродуктивных в совместной работе и обычно вытесняются на периферию организационных процессов.

«Приватизация» ценностных ориентаций руководителей как фактор их успешной интеграции в управленческое сообщество организации. На протяжении последних полутора десятилетий происходит существенное усиление роли «приватных» ценностей (семья, материальное благополучие, счастье близких людей и др.) с точки зрения обеспечения общего уровня функционально-ролевой приемлемости руководителями друг друга в качестве субъектов СоУД. Данная категория ценностей всё более отчетливо выполняет маркерную функцию, позволяющую руководителям дифференцировать партнёров по принципу «свой/чужой» с точки зрения легитимности и закономерности их принадлежности к управленческой элите организации. Таким образом, способность позаботиться о себе оказывается неотъемлемой частью

прототипического образа «правильного руководителя», сложившегося в современном российском менеджерском сознании.

Выраженность карьерных ориентаций как фактор дестабилизации отношений в системе «руководитель — руководитель». Выбор управленческого вектора профессионализации объективно ориентирует личность на «вертикальную» карьеру, поскольку именно должностной рост служит интегральным показателем состоятельности человека в качестве субъекта управленческой деятельности. В то же время большинство корреляций между интегральными характеристиками управленческого взаимодействия и карьерными ориентациями руководителей носит отрицательный характер. Это свидетельствует о латентной напряжённости и недоброжелательной настороженности по отношению к менеджерам, более или менее явно ориентированным на «делание карьеры» вне зависимости от того, во имя и ради чего они стремятся к статусному продвижению.

Данный феномен особенно выражен в производственных и финансово-кредитных организациях, которые могут быть описаны как достаточно последовательно воплощающие в своей деятельности парадигму «закрытой» организации [18]; кланово-бюрократические, сфокусированные на проблемах внутренней среды и интеграции [6]; характеризующиеся невысокой степенью риска и замедленной обратной связью [19]; ориентированные на приоритет коллективистских ценностей, поддержание высокого уровня дистанции власти, избегание неопределенности [23]; склонные преимущественно к дисфункциональным изменениям организационной культуры по депрессивному, параноидному, компульсивному (бюрократическому) и в меньшей степени — драматическому (истероидному) и шизоидному типам [27].

Склонность к элиминативному стилю принятия решений как фактор роста уровня функционально-ролевой приемлемости руководителя в качестве партнёра по совместной управленческой деятельности. Управленцы торговых компаний (для которых характерны кланово-рыночная направленность, черты культуры «мелких успехов» и склонность к драматическому типу организационной невротизации) отмечают непродуктивность и затруднённость взаимодействия с партнёрами, чей уровень готовности к самостоятельной деятельности и преодолению трудностей превышает «средневыборочный», поскольку функционирующий в рамках рассматриваемого типа культуры социальный норматив «работы с трудностями» предполагает не столько их преодоление, сколько поиск обходного пути. За этим скрывается известная тенденция принятия решений, получившая название элиминативной [7], суть которой может быть выражена формулой «если решение можно не принимать, его следует не принимать».

Примитивизация критериев формирования руководителями высшего ранга своего окружения. В концепции «вертикального диадического обме-

на в организационном лидерстве», предложенной известным американским социальным психологом Д. Греном [22], были выявлены критерии дифференциации руководителями высшего ранга подчинённых им управленцев среднего и первичного звена на «своих» и «не своих» людей (ин-группу и аут-группу соответственно). Это оказались следующие параметры субъективной категоризации топ-менеджеров: 1) компетентность и квалификация подчинённых; 2) допустимая степень доверия к ним; 3) готовность принимать на себя ответственность.

В наших исследования вырисовывается существенно иной психологический портрет руководителя среднего звена, имеющего наибольшие шансы на вхождение в ин-группу менеджеров более высокого ранга. Он включает в себя следующие черты: снижение уровня субъективного контроля над значимыми событиями в области производственных отношений; выраженность мотивационной тенденции избегания неудач; низкую личностную значимость ценностей самостоятельности, независимости, повышения уровня образования и общей культуры; дефицитарность эмоционального самоконтроля, слабость Я, тревожность, неуверенность в межличностных отношениях; ограниченность лидерских притязаний, предпочтение субдоминантной, зависимой позиции в интерперсональном взаимодействии; недостаток социальной опытности, проницательности и т. д. Иначе говоря, руководители высшего управленческого ранга российских организаций отдают предпочтение в качестве партнёров по повседневному (рутинному) деловому общению не активным, инициативным, предприимчивым, стремящимся к повышению уровня профессиональной компетентности и личностного роста, а более удобным и управляемым с точки зрения ситуационного взаимодействия менеджерам среднего звена.

Безусловно, в условиях иной региональной деловой культуры и /или в других типах организационной среды (государственное и муниципальное управление, образование, здравоохранение и т. п.) могут быть выявлены совершенно иные варианты «сцепления» личностных характеристик руководителей и параметров их управленческих интеракций. Однако это и является достоинством описываемой технологии социально-психологического мониторинга организационной динамики вследствие высокой сензитивности личностных механизмов регуляции СоУД к организационно-культурному и ситуационно-деятельностному контексту её реализации. Гибкость этих механизмов открывает возможность целенаправленного влияния как на профессиональное сознание руководителей, так и на культуру организации в целом — через поддержку/неподдержку управленческим сообществом определённых личностных оснований построения организационного поведения руководителей высшего и среднего ранга.

Резюмируя сказанное, можно констатировать, что одним из серьёзных источников угроз для организации как целостного субъекта социально-экономической активности выступает неспособность её руководителей (прежде всего менеджеров высшего и среднего ранга) выстроить систему стабилизирующей детерминации повседневных управленческих интеракций, способную противостоять действию латентной регулятивной энтропии, выражающейся в формировании личностно-регулятивных паттернов, обусловливающих появление и консолидацию деструктивных сценариев совместной управленческой деятельности, ориентированных на принятие и реализацию квазиоптимальных управленческих решений, что, в свою очередь, обусловливает снижение эффективности функционирования организации и искажение траектории её позитивного развития.

Библиографический список

1. *Алавердов А. Р.* Управление кадровой безопасностью организации. М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2008.
2. *Журавлёв А. Л.* Психология управленческого взаимодействия (теоретические и прикладные проблемы). М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.
3. *Журавлёв А. Л.* Психология совместной деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
4. *Иванов В. Н.* Приватизация: итоги и перспективы (по результатам одного исследования) // Социологические исследования. 2007. № 6.
5. *Кабаченко Т. С.* Психология управления. М.: Пед. об-во России, 2003.
6. *Камерон К., Куинн Р.* Диагностика и изменение организационной культуры: пер. с англ. СПб.: Питер, 2001.
7. *Карпов А. В.* Психология принятия управленческих решений. М.: Юристъ, 1998.
8. *Карпов А. В., Пономарёва В. В.* Психологические механизмы рефлексивного управления. М.: Ин-т психологии РАН, 2000.
9. *Китов А. И.* Опыт построения психологической теории управления // Психологический журнал. 1981. Т. 2, № 4.
10. *Комаров Е. И.* Терминаторный менеджмент как искусство уничтожения компетентных работников // Психология в бизнесе. М.: Изд-во журнала «Управление персоналом», 1997.
11. *Минаев Г. А.* Безопасность организации. М.: Логос, 2008.
12. *Новиков В. В., Мануйлов Г. М.* Психологическое управление в кризисном обществе. М.: Междунар. акад. психол. наук, 1999.
13. *Оконешникова О. В.* Согласованность представлений о совместной деятельности управленческого коллектива как фактор её эффективности: автореф дис.… канд. психол. наук. М., 1991.
14. Субъект и объект практического мышления / под ред. А. В. Карпова, Ю. К. Корнилова. Ярославль: Изд-во Ярославского гос. ун-та, 2004.

15. *Флоровский С. Ю.* Совместная управленческая деятельность и общение руководителей: личностные факторы и механизмы регуляции. Краснодар: Кубанский гос. ун-т; Ярославль: Междунар. акад. психол. наук, 2000.
16. *Флоровский С. Ю.* Личностная регуляция совместной управленческой деятельности руководителей и культура организации (психологические механизмы со-бытийности в управленческих коллективах и командах) // Личность и бытие: теория, исследования, практика/под ред. З. И. Рябикиной, А. Н. Кимберга, С. Д. Некрасова. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2005.
17. *Alvesson M.* Understanding Organizational Culture. London: SAGE Publication, 2002.
18. *Constantine L. L.* Teamwork Paradigms and The Structured Open Team // Proceedings: Embedded systems Conference. San Francisco: Miller Freeman, 1989.
19. *Deal T. E., Kennedy A. A.* Culture: A New Look Through Old Lenses // Journal of Applied Behavioral Science. 1983. № 19.
20. *Donaldson G., Lorsch J. W.* Decision Making at the Top: The Shaping of Strategic Direction. New York: Basic Books, 1983.
21. *Drucker P.* Managing in Turbulent Times. New York: Harper & Row, 1980.
22. *Graen G. B., Uhl-Bien M.* Relationship-based approach to leadership: Development of leader-member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multi-domain perspective // Leadership Quarterly. 1995. № 6.
23. *Hofstede G. H.* Cultures and Organizations: Software of the Mind. New York: McGraw & Hill, 1997.
24. *Huseman R. C., Hatfield J. D.* Managing The Equity Factor: Or «After All I`ve Done for You…». Boston: Houghton Mifflin Company, 1989.
25. *Janis I.* Groupthink // Small Group and Social Interaction. London: Weidenfeld & Nicolson, 1983. Vol. 2.
26. *Katzenbach J.* The Wisdom of Teams: Creating The High Performance Organization: European Version. New York; London: McGraw-Hill Professional, 2005.
27. *Kets de Vries M. F. R., Miller D.* The Neurotic Organization. Diagnosing and Revitalizing Unhealthy Companies. New York: Harper Business. 1984.
28. *Kotter J. P.* The Leadership Factor. New York: Free Press, 1988.
29. *Leavitt H. J., Bahrami H.* Managerial Psychology: Managing Behavior in Organizations. Chicago; London: The University of Chicago Press, 1998.
30. *Likert R.* The Human Organization: Its Management and Value. New York: McGraw-Hill Book Company, 1967.
31. *Piters T. J., Waterman R. H.* In Search of Excellence Lessons from America's Best-Run Companies. New York: Harper & Row, 1982.
32. *Schein E. H.* Organizational Culture and Leadership. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1991.

ДРАМАТУРГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ИМИДЖА КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ФЕНОМЕНА

Е. А. Дагаева[1]

В статье рассматривается методология изучения имиджа как социально-психологического феномена, который создается в процессе такого специфического вида субъект-субъектного взаимодействия, как самопрезентация. Одним из наиболее плодотворных методологических подходов к изучению имиджа, с точки зрения автора, является драматургический подход И. Гофмана. Обосновывается эвристический потенциал данного подхода к анализу сущности имиджа, конкретизируется понятие «имидж». Сквозь призму драматургического подхода рассматриваются отдельные практики конструирования имиджа политического актора.

Ключевые слова: имидж, социальное представление, субъект-субъектное взаимодействие, социальная роль, самопрезентация, имиджмейкинг.

The article discusses the methodology of the study's image as a socio-psychological phenomenon that is created in the course of this particular kind of subject-subject interaction as a self-presentation. One of the most fruitful methodological approaches to the study of image, from the standpoint of the author, is a dramaturgical approach I. Hoffmann. Justified by the heuristic potential of this approach to analyze the essence of the image, a concrete notion of «image». Through the prism of dramatic approach considers the individual practice of constructing the image of a political actor.

Key words: image, social presentation, the subject-to-subject interaction, social role, self, imidzhmeyking.

Появившись в отечественном научном дискурсе в середине 1980-х гг., имидж стал предметом исследования в различных областях научного знания.

Активный научный поиск процессов формирования имиджа и управления им ведется в политологии в контексте изучения имиджа политика, политиче-

---

[1] Дагаева Елена Александровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры рекламы факультета психологии и социальных коммуникаций Таганрогского института управления и экономики (ТИУиЭ). Эл. почта: dagaeva@yandex.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ «Целевой конкурс поддержки молодых ученых», проект №10-06-95678 и/Мл.

ских партий, государства (Е. В. Егорова-Гантман, Е. В. Морозова, А. С. Панарин, Е. Б. Шестопал).

В социологии имидж рассматривается в контексте теории социальных статусов и ролей, концепции социального действия и взаимодействия, символического интеракционизма (И. А. Базавова, Е. А. Брянцева, О. О. Савельева).

Разрабатывается понятие «имидж» и в рамках экономических дисциплин (И. П. Важенина, О. С. Виханский, А. П. Панкрухин).

Последние десять-пятнадцать лет имидж традиционно выступает в качестве предмета исследования социальной психологии, которая определяет имидж через понятие специально конструируемого образа, формирующегося в массовом сознании (Г. М. Андреева, Е. А. Володарская, Д. А. Леонтьев). В ряде работ по психологии имиджа получила отражение его семиотическая природа (В. А. Лабунская, Е. Б. Перелыгина, Е. А. Петрова). Динамично развивающимся методологическим подходом к изучению имиджа является акмеологический подход (А. А. Бодалев, А. А. Деркач, В. Г. Зазыкин, Е. П. Костенко, А. П. Федоркина).

Однако следует констатировать, что на сегодняшний день понятие «имидж» так и не приобрело четких, завершенных концептуальных очертаний. Можно говорить лишь об отдельных результатах концептуального и методологического плана, значимых для познания этого сложного феномена. Недостаточная проработанность, неопределенность имиджа как конструкта актуализируют потребность в поиске плодотворной методологической парадигмы, применимой к его изучению.

На сегодняшний день социальная природа имиджа уже не нуждается в доказательствах. Как справедливо отмечает И. П. Шкуратова, имидж возникает только в ситуации «взаимодействия носителя имиджа и аудитории, на которую он рассчитан. Без информации, отправленной со стороны его носителя, нет базы для формирования имиджа, а без аудитории он в принципе невозможен, так как всякий имидж ей адресован и ею в конечном счете порождается» [9, с. 64].

И все же угол зрения на природу возникновения и функционирования имиджа отличается в зависимости от методологической парадигмы, которой придерживается исследователь.

Так, Е. Б. Перелыгина использует *интерсубъектный подход* к анализу имиджа и определяет его как разновидность образа, но именно такого образа, прообразом которого является субъект.

С точки зрения Е. Б. Перелыгиной, понятие субъект-субъектного взаимодействия имеет важное значение в структуре определения имиджа. Автор полагает, что включение данного понятия в определение имиджа «указывает на то, что имидж создается не просто в процессе деятельности, а в процессе та-

кого специфического вида деятельности, как общение, которое и описывается как субъект-субъектное взаимодействие» [7, с. 24].

Д. А. Горбаткин в своем диссертационном исследовании обосновывает применимость *теории социальных представлений* (СП) для анализа имиджа. Согласно автору, признание социальной природы имиджа отделяет данное понятие от традиционно отождествляемого с ним понятия «образ» и сближает с понятием социального представления [4].

Мы согласны с автором, что отдельные положения теории социальных представлений могут быть плодотворно использованы для построения объяснительной модели формирования и функционирования имиджа, а также его структуры. Однако полное отождествление сущности имиджа и социальных представлений было бы неправомерным.

На наш взгляд, принципиальным отличием имиджа и социального представления является мотивация к их конструированию. Как отмечает Г. М. Андреева, «социальные представления рождаются в обыденном, повседневном мышлении с целью осмыслить и интерпретировать окружающую человека социальную реальность» [1, с. 207]. Что касается имиджа, то, с точки зрения Е. Б. Перелыгиной, «работа по созданию или преобразованию имиджа инспирируется желанием создать такой образ, который будет способствовать субъекту-прообразу в достижении успеха, при том, что успех понимается широко — и как достижение социально значимых целей, и как разрешение внутренних индивидуально-психологических проблем» [7, с. 49].

Опираясь на определение имиджа, предложенное Е. Б. Перелыгиной, уточним: имидж создается в процессе такого специфического вида субъект-субъектного взаимодействия, как самопрезентация.

Рассмотрение имиджа как цели и результата процесса самопрезентации доказывает, что данный феномен существовал на протяжении всей истории человечества.

Можно предположить, что забота о подобающем имидже возникла с первыми проблесками самосознания человека, его саморефлексии, стремления выглядеть «надлежащим образом» в глазах значимой группы — племени, общины, свиты, подданных. С появлением неравенства закрепилась необходимость в «оформлении» более высокого статуса с помощью одежды, аксессуаров, жилища, прозвищ, ритуалов. По мере развития общества и формирования социальных институтов традиция создавать и преподносить аудитории особый публичный образ — имидж правителя — становится универсальной для правящих слоев разных стран.

Тщательно продуманные, запечатленные в соответствии с каноном изображения фараонов, пышные церемониалы чествования победителей в древнеримской империи, наполненные глубоким смыслом прозвища древнерусских

князей — все это не что иное, как опыт имиджмейкинга, дошедший до нас из глубины веков.

Как справедливо указывает Т. Ю. Быстрова, «имидж — это следствие социальности человека и, не исчерпывая человеческую природу, связан с его социальной ролью. В нем с необходимостью должно быть достигнуто (более-менее) органичное единство индивидуального и общественного: осознать и показать *себя* среди *других*... Имидж выражает стремление человека вступить в контакт с окружающими и произвести на них определенное впечатление» [2].

Наиболее плодотворной методологической парадигмой изучения имиджа нам представляется символический интеракционизм, и в частности драматургический подход И. Гофмана.

Самая известная работа И. Гофмана «Представление себя другим в повседневной жизни» в свое время произвела настоящий переворот в методологии социологической науки и умах современников. Довольно смелое заявление автора о том, что все события человеческой жизни — это, по сути, спектакли, разыгрываемые с целью произвести нужное впечатление, вызвали неоднозначные реакции: от восхищения прозорливостью, наблюдательностью автора до обвинений в цинизме.

Однако вне зависимости от полярности оценок факт остается фактом: главный труд Гофмана на долгие годы стал парадигмальной основой анализа феномена самопрезентации, а в наши дни — одной из наиболее плодотворных методологических платформ для постижения такого сложного социально-психологического феномена, как имидж.

Для того чтобы уяснить центральную идею драматургического подхода И. Гофмана, следует обратить внимание на цитируемое им высказывание Р. Парка: «Вероятно, это не простое историческое совпадение, что слова «личность», «персона» в своих первоначальных значениях говорят о личине и маске. Скорее, это похоже на признание факта, что всегда и везде, более или менее сознательно, каждый человек играет какую-нибудь роль... Именно в этих ролях мы познаем друг друга, в этих ролях мы познаем самих себя» [5, с. 51].

В этой цитате автор раскрывает свою гипотезу: мы выбираем собственную маску (роль) не случайно, а предпочитаем ту, которая наилучшим образом изображает, кем мы желаем быть. Иными словами, актер играет роль не только для публики, но и для себя. Маска (роль) — это и есть наше подлинное лицо.

Конечно, подобная точка зрения не является в полном смысле слова новаторской. У. Джемс, Г. Мид, Ч. Кули рассматривали самопрезентацию как средство формирования образа Я и поддержания самооценки и высказывали идею о том, что человеку свойственно демонстрировать различные социальные лица разным партнерам, чтобы представить себя наиболее выгодным образом

и произвести наилучшее впечатление. По Г. Миду и Ч. Кули, знания индивида о себе — это рефлексия знаний других о нем.

Несомненная заслуга И. Гофмана состоит в развитии данных воззрений, построении целостной концепции, описывающей на микроуровне тактики, приемы и условия самопрезентирующего поведения человека. Не ставя перед собой цель подробного освещения постулатов драматургического подхода, акцентируем внимание на его ключевых понятиях, значимых для анализа имиджа.

Целостное поведение, которое человек демонстрирует перед другими и которое оказывает влияние на других людей, Гофман обозначает термином «представление». «Представлением» являются все формы публичного поведения — прием гостей, свидания, расставания, знакомство «новичка» с коллективом и т. п. Ту часть исполняемой роли, которая постоянно служит для определения ситуации участниками представления, Гофман называет «фасадом». Термином «личный фасад» он определяет идентификацию «актера» (пол, возраст, особенности внешности, речи и т. п.) Под «социальным фасадом» понимаются социальные ожидания, связанные с социальной ролью. Оформление пространства для «представления» (например, трибуна оратора или банкетный зал) автор именует «декорацией».

Как отмечает И. Гофман, выбор и конструкция «фасада» зависят от ожиданий данного общества. Важно отметить, что человек, как правило, не создает «фасад», он выбирает его сообразно исполняемой роли как часть «драматической постановки». Благодаря драматической постановке исполнение роли «социализируется», т. е. приспосабливается к пониманию и ожиданиям общества, в котором оно происходит.

Еще один важный аспект социализации, выявляемый И. Гофманом, — это так называемая идеализация. Представая перед другими людьми, человек должен являть собой образец принятого в данном обществе поведения. И только в «закулисье» или на «заднем дворе» актер может расслабиться, сбросить маску и «выйти из роли».

Применение драматургического подхода И. Гофмана к сущности и анализу практик такого сложного социально-психологического феномена, как имидж, весьма эвристично. Наиболее ярко это выражается в ситуации анализа имиджа политического актора.

Сравнение сферы политики с театром, а политиков с актерами стало общим местом в научном дискурсе. Как утверждает Г. Г. Почепцов, «происходит определенное сближение политика и актера, ролей политических и актерских. Имидж — та же роль» [8, с. 20]. Исходя из этого, конструирование имиджа политика целесообразно рассматривать в русле драматургического подхода.

Имидж в данном случае выступает как роль, которую исполняет политик перед аудиторией. Все константы «драматической постановки» направлены

на то, чтобы произвести надлежащее впечатление на аудиторию. Деятельность по целенаправленному конструированию имиджа и реализации драматической постановки допустимо обозначить как имиджмейкинг.

Как мы уже отмечали, практика имиджмейкинга в политической сфере имеет давнюю традицию. Однако мы сконцентрируем свое внимание на новейшей истории, рассмотрев сквозь призму драматургического подхода некоторые практики конструирования имиджа политического лидера.

1. *«Личный фасад» и «социальный фасад».* «Личный фасад» политика имеет основополагающее значение: его внешность, голос, взгляд, жесты, мимика, походка, одежда — все невербальные и вербальные сигналы должны быть тщательно продуманы в расчете на определенный эффект у аудитории. Конструирование личного фасада предполагает детальное изучение ожиданий целевой аудитории с целью попадания с ними в унисон.

Как утверждает Р. Э. Герцштейн, в период предвыборной кампании Гитлер, согласно замыслу Геббельса, каждый раз представал в новой роли перед соответствующей аудиторией. «Студентам и интеллектуалам он представлял Гитлера в качестве художника и архитектора, оторванного от своей учебы в 1914 году необходимостью служить нации. Для особ сентиментальных у Геббельса имелся Гитлер, который питал любовь к детям. Рабочим он подавал Гитлера-рабочего. Перед ветеранами Гитлер представлялся в образе Неизвестного солдата Первой мировой войны» [3, с. 66].

Согласно исполняемой роли претерпевали изменения и ключевые константы «личного фасада» Гитлера: одежда, взгляд, интонация голоса, стиль общения. Подтверждением тому могут служить слова А. Шпеера, одного из соратников Гитлера, о его выступлении перед студентами и профессурой Берлинского университета: «По плакатам и карикатурам я знал Гитлера в форменной рубашке с портупеей, на рукаве — повязка со свастикой, прядь, свисающая на лоб. Однако здесь он появился в ладно сидящем синем костюме и демонстрировал сугубо буржуазные манеры, отчего выглядел человеком разумным и сдержанным» [10, с. 44–45].

Ярчайшим примером успешного имиджмейкинга можно считать предвыборную кампанию Джона Ф. Кеннеди, как, впрочем, и весь период его правления.

Усилиями консультантов, а также благодаря СМИ с первых минут вступления на пост президента стал складываться образ энергичного, всем интересующегося и пытающегося вникнуть в существо многочисленных проблем верховного администратора страны, разительно отличающийся от образа его предшественника в Белом доме.

Э. А. Иванян пишет: «Уже в первые недели своего пребывания в Белом доме Кеннеди изображался не иначе как диктующим указания своим сотрудникам,

читающим на ходу государственные документы, встречающимся и консультирующимся с представителями политических и деловых кругов страны. Сам Кеннеди откровенно признавался автору одной из первых книг о нем, что, проявляя в этот период высокую степень активности, он руководствовался чисто практическими соображениями: «Я всегда верил в важность первого впечатления. На пресс-конференциях я создавал впечатление человека, знающего, что он делает, и вся моя деятельность, по-моему, способствовала рождению уверенности» [6, с. 344].

2. *«Идеализация».* Политик и тем более президент должен выступать в роли эталона для нации: здоровый, сильный, интеллектуально развитый, морально устойчивый, демонстрирующий социально одобряемое поведение во всех сферах жизни.

Примером использования приема идеализации в политической коммуникации может служить рекламный ролик предвыборной кампании Д. Картера, где он выступает в роли заботливого отца, помогающего своей дочери делать домашнее задание. Голос за кадром провозглашал: «Муж. Отец. Президент. Он прекрасно делает все эти три дела» [8, с. 50].

3. *«Команда».* Короля, как известно, «играет» свита. Именно поэтому в период предвыборной кампании политики стремятся обеспечить себе поддержку со стороны известных деятелей искусства, науки, телевидения. М. Ростропович и Г. Вишневская поддерживали Б. Ельцина, Б. Стрейзанд и С. Спилберг — Б. Клинтона.

Немаловажную роль в «представлении» политического лидера играет такая «команда», как семья. Стало традицией демонстрировать претендента на президентский пост в окружении его близких: жены, детей, даже домашних животных. «Играем дружную семью» — именно под этим девизом строится коммуникация в процессе предвыборной кампании.

Членам семьи вменяется в обязанность исполнение традиционных ролей: жена — хранительница домашнего очага, детям необходимо изображать радивость и послушание. Одной из любимых «декораций» при этом является кухня. Так, Наину Ельцину изображали на кухне вместе с супругом в процессе приготовления котлет. Даже такая эмансипированная дама, как Хилари Клинтон, в период предвыборной кампании супруга демонстрировалась на экране телевизора с собственноручно приготовленным печеньем.

Итак, опора на драматургический подход И. Гофмана в изучении имиджа политика позволяет утверждать, что имидж — это публичное Я политического актора, социальная роль, конструируемая им в соответствии со сценическим замыслом (целью) и ожиданиями аудитории (электората), выступающая как инструмент социального влияния.

В структуру имиджа политика входят следующие составляющие: «личный фасад», «социальный фасад», «декорации», «команда». «Представление» применительно к ситуации политической коммуникации — это целостное поведение, которое политик демонстрирует аудитории для того, чтобы произвести определенное впечатление.

Практически все невербальные и вербальные сигналы, посылаемые политическим актором аудитории, имеют важное презентирующее значение. Все они должны быть подчинены «сценарию» и укладываться в рамки «драматической постановки». Условиями эффективности функционирования имиджа политического лидера является конгруэнтность производимого впечатления и ожиданий аудитории, а также соответствие принципу идеализации.

Как видим, терминологический аппарат, разработанный И. Гофманом, применим к анализу сущности и практик имиджа политического актора. Оценка эвристического потенциала драматургического подхода по отношению к анализу имиджа таких объектов социального познания, как группа, организация, территория, товар, представляет собой перспективу дальнейшего научного исследования.

Библиографический список

1. *Андреева Г. М.* Психология социального познания: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2000.
2. *Быстрова Т. Ю.* Определение имиджа: аналитика и феноменология. URL: http://www.taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/imagelogija_statji/image_analytic. html
3. *Герцштейн Р. Э.* Война, которую выиграл Гитлер. Смоленск: Русич, 1996.
4. *Горбаткин Д. А.* Имидж организации: структура, механизмы функционирования, подходы к формированию: дис.... канд. психол. наук. М., 2002.
5. *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс-Ц, 2000.
6. *Иванян Э. А.* Белый дом: президенты и политика. М.: Политиздат, 1975.
7. *Перелыгина Е. Б.* Психология имиджа: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2002.
8. *Почепцов Г. Г.* Паблик рилейшнз. М.: Центр, 2004.
9. *Шкуратова И. Л.* Исполнение социальных ролей как механизм создания имиджа личности // Имиджелогия-2005: материалы третьего Междунар. симпозиума по имиджелогии/под ред. Е. А. Петровой. М.: РИЦ АИМ, 2005.
10. *Шпеер А.* Воспоминания. Смоленск: Русич, 1997.

ЛИЧНОСТНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ОБРАЗА БУДУЩЕГО У ВЫПУСКНИКА СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЫ

С. Д. Некрасов[1]

Приведены результаты срезовых исследований образа собственного будущего как важного регулятора самоопределения юного человека (N = 324). Показано, что у юного человека образ собственного будущего имеет определённое строение; главная конструкция в образе будущего — «сначала учеба, а потом, если получится, работа».

Ключевые слова: образ будущего, личностное самоопределение юного человека, учебная компетентность

In the article you could find the results of research about future's image as an important regulator of self-identity of young people (N = 324). The thesis is that young people's future's image has its own structure; the main in future's image is «first of all education, and after, if it possible, job»

Key words: future's image, self-identity of young people, academic competence.

В известных концепциях (А. Адлер, Б. Г. Ананьев, Э. Ф. Зеер, Н. С. Пряжников, В. И. Слободчиков, З. Фрейд, Э. Эриксон и др.) обозначены возрастные периодизации, задачи и факторы становления и развития личности человека. Важный класс составляют задачи личностного самоопределения, которые человек вынужден решать в определенные периоды жизни. Решение этих задач зависит, с одной стороны, от социальных условий, с другой стороны, от личностных особенностей человека.

Особым возрастным периодом личностного самоопределения является этап, связанный с завершением обучения в школе и началом профессиональной подготовки. У выпускника современной школы приближение времени получения аттестата о среднем образовании актуализирует поиск ответов на вопросы: что делать после окончания школы, чем занять себя? Поиск ответов на эти и подобные вопросы зависит от сочетания личностных и социальных факторов.

---

[1] Некрасов Сергей Дмитриевич – кандидат психологических наук, профессор кафедры психологии личности и общей психологии Кубанского государственного университета. Эл. почта: nekrasow@manag.kubsu.ru

За последние годы для большинства выпускников школ многие социальные факторы (образовательный уровень родителей; материальное положение и место жительства семьи; условия получения среднего образования; социальное окружение и др.), влияющие на самоопределение, мало изменились. Вместе с тем появились новые социальные факторы, оказывающие серьезное влияние на самоопределение выпускника школы: единый государственный экзамен и двухуровневая система высшего профессионального образования.

Из личностных факторов, регулирующих самоопределение юного человека, можно выделить две группы факторов: традиционные и современные. К традиционным факторам скорее всего можно отнести закономерности возрастного становления личности в юности, наследственные задатки обретения компетентности, эго-идентичность и др. Какие из личностных факторов относятся к современным? Чем нынешние выпускники школы отличаются от выпускников школы 1980-х гг.?

Можно предположить, что к числу важных и изменяющихся во времени личностных регуляторов, влияющих на поведение молодого человека, относится образ собственного будущего. К бытийным основаниям этого предположения следует отнести высокую неопределенность профессионального будущего у современного выпускника школы в отличие от относительной определенности будущего у выпускника, окончившего школу более 30 лет назад. Теоретическими основаниями предположения являются положения субъектного подхода в психологии (А. В. Брушлинский, В. В. Знаков, З. Р. Рябикина, Е. А. Сергиенко и др.), согласно которому критерии субъекта рассматриваются в динамическом плане, в процессе проявления человеком активности.

Первым критерием служит положение о том, что становление субъекта происходит непрерывно, но имеет стадиальный характер, т. е. временной контекст. Значит, на самоопределение выпускника школы влияет осознание им времени собственной жизни, а также осознание себя в будущем.

Второй критерий — способность субъекта «выделять себя из окружающего мира» [6, с. 348], т. е. пространственно-бытийный контекст. Следовательно, на самоопределение выпускника школы влияет осознание им своего места в бытии и своей жизнедеятельности.

Третьим «критерием субъекта следует считать сформированность у человека способности осознавать совершаемые им поступки как свободные нравственные деяния, за которые он несет ответственность перед собой и обществом» [2, с. 23], т. е. на самоопределение выпускника школы влияет осознание им ответственности за осуществленный выбор. Но насколько ответственность за выбор будет осознанной, собственной или разделенной с другими, нам предстоит еще ответить. (Осознанность будем понимать как «человеческую возможность осознавания по мере необходимости (например, в случае возникно-

вения трудностей) или осознанного построения (например, в случае возникновения нового) планов и программ поведения» [4, с. 418].)

Опираясь на критерии субъекта, полагаем, что образ собственного будущего у выпускников школы имеет системную организацию (пространственно-временные координаты и уровень осознания ответственности за выбор) и служит важным личностным регулятором его самоопределения в будущей жизни.

Цель нашего исследования — выделение основных параметров образа собственного будущего у выпускников школы, их структуры и содержания.

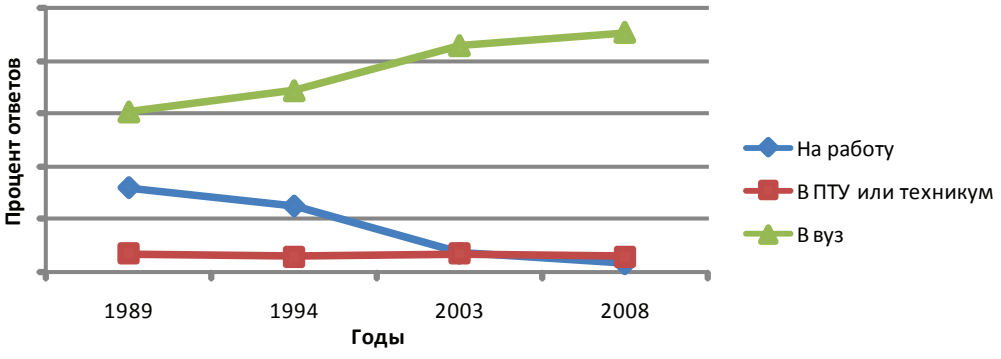
Герой известной комедии Д. И. Фонвизина «Недоросль» Митрофанушка заявляет: «Час моей воли пришел. Не хочу учиться, хочу жениться». Видно, что для шестнадцатилетнего жителя России, жившего в XVIII в., основными вариантами выбора собственного пути были упоминавшиеся им учеба или женитьба. Сложно конструировать по одному примеру образ собственного будущего юного жителя России того времени, но это и не является целью исследования, хотя можно предположить, что «учеба» и «женитьба», скорее всего, являются параметрами его образа будущего.

Что изменилось за последние столетия в образе будущего у выпускника современной школы России? Общее среднее образование согласно Конституции РФ является обязательным для юного жителя России, поэтому одним из параметров образа собственного будущего для него является «учеба». Конституционным правом для него становится право на трудовую деятельность, следовательно, равноположенным с параметром «учеба» становится параметр «работа». Не стоит сбрасывать со счетов и параметр «создание собственной семьи», возможный в силу возрастных особенностей организма юного человека.

Можно предположить, что к основным параметрам образа будущего у выпускника современной школы относятся: учеба, работа и создание собственной семьи.

Для проверки предположения воспользуемся результатами наших срезовых исследований, проведенных в 1989 (N = 79), 1994 (N = 82), 2003 (N = 68), 2008 (N = 95) гг. Респондентами были 324 учащихся выпускных классов нескольких школ г. Краснодара. Опрашивались все учащиеся, присутствующие в день опроса на занятиях.

Методика исследования — структурированное интервью о планах после окончания школы. Основные вопросы интервью: Собираетесь ли Вы начать трудовую деятельность сразу после окончания школы? Если да, то кем? Если нет, то в какое профессиональное образовательное учреждение Вы собираетесь поступать после окончания школы? На какую специальность? Какова цель поступления в вуз? Кто (что) больше всего повлиял на Ваш выбор будущей профессии? Где Вы будете работать после получения специальности? Какие про-



Распределение относительных частот положительных ответов респондентов на вопрос о занятости после окончания школы

фессиональные задачи Вы сможете решать после получения специальности? Когда Вы собираетесь создать собственную семью? Когда у Вас будет собственное, отдельное от родителей жилье?

Распределение относительных частот положительных ответов респондентов на вопрос о начале трудовой деятельности сразу после окончания школы представлено на рисунке.

Статистически значимо ($p < 0{,}05$, ϕ-критерий Фишера) отличается процент выпускников конца 1989 г. от процента выпускников 2003, 2008 гг., намеревающихся работать сразу после окончания школы. Несмотря на то что прямых вопросов о возможности трудоустройства в интервью не было, считаем, что скорее всего уменьшение доли выпускников, собирающихся работать после окончания школы, объясняется значительным за последние годы уменьшением возможности трудоустройства, в том числе из-за финансового кризиса. К социальным факторам относятся также изменения направленности системы среднего образования, уменьшающей ориентацию школьников на производительный труд, замена учебно-производственных комбинатов допрофессиональной подготовки школьников на сеть специализированных классов, лицеев и гимназий, ориентированных на подготовку к вузовскому обучению.

Те выпускники, которые намерены работать после школы, осознают ограниченность собственного интеллектуального багажа для поступления в профессиональное образовательное учреждение. Об этом свидетельствуют типичные высказывания многих выпускников школ начала XXI в.: «Не хочу учиться в ПТУ, а поступить в вуз не смогу», «Сложно готовиться к вступительным экзаменам», «Буду работать с мамой на рынке», «Устроюсь на стройку» и др.

Таким образом, основным фактором, влияющим на изменение представлений о своем будущем, у выпускников, высказавших намерение работать после школы, является согласованное влияние социальных и личностных факто-

ров, среди которых «сжатость» рынка труда для выпускников средней школы и осознание ими своей невысокой учебной компетентности.

Рассмотрим распределение относительных частот ответов респондентов, собирающихся поступать в учреждения начального и среднего профессионального образования (ПТУ, лицей, техникум, колледж) сразу после окончания школы.

Почти постоянное распределение доли выпускников средних школ, собирающихся получать профессиональное образование в ПТУ, техникуме или колледже (около 6–7% во всех опросах), свидетельствует, с одной стороны, о том, что сеть подобных учреждений за последние годы мало изменилась. С другой стороны, многие выпускники, намеревающиеся получить реальное образование, рабочую профессию, стать техником, младшим медицинским работников, педагогом в начальной школе, адекватно оценивают свою учебную компетентность и свои возможности в получении профессионального образования. Часть из выпускников ориентированы на местный рынок труда или на родительские профессии, о чем свидетельствуют ответы типа: «Буду механизатором, как отец», «В станице сложно найти другую работу», «Хочу быть учителем», «В больнице нужны медицинские сестры» и др.

Таким образом, на профессиональное самоопределение потенциальных учащихся учреждений начального и среднего профессионального образования оказывает влияние сочетание социальных и личностных факторов, прежде всего образовательной среды места жительства и адекватной оценки собственной учебной компетентности.

Рассмотрим распределение относительных частот ответов респондентов, собирающихся поступать в вуз сразу после окончания школы (см. рисунок). Видно, что доля выпускников, собирающихся учиться в вузе, растет, причем от среза 1994 г. к срезу 2003 г. статистически значимо ($p < 0{,}01$, ϕ-критерий Фишера), на что оказывают влияние, с одной стороны, внешние факторы: рост числа негосударственных вузов, получивших государственную аккредитацию; увеличение числа мест, где можно получить экономические, управленческие, юридические специальности; развитие сети дополнительных образовательных услуг, в том числе рост числа репетиторов, готовящих к поступлению в вуз; с другой стороны — личностные факторы. Об этом свидетельствуют ответы: «Успехи в школе гарантируют поступление в вуз», «Я два года занимаюсь с репетиторами, поэтому поступлю в вуз», «Если не бесплатно, то на коммерции буду учиться в вузе», «Работать пока не смогу, буду учиться», «Работать негде, а учиться лучше в вузе», «Родители имеют высшее образование, и я буду получать высшее образование» и др. Особо выделим ответы абитуриентов военных училищ: «Отец — летчик, и я буду летчиком», «Семейная традиция — быть военным», «Военная профессия — важная и конкретная» и др. То есть осознание необходимости получения высшего образования обусловлено либо

пониманием возможностей в жизни человека с высшим образованием, либо следованием семейным нормам и традициям, либо осознанием высокой вероятности поступления в вуз с договорной формой оплаты обучения.

Таким образом, на профессиональное самоопределение потенциальных абитуриентов вузов оказывает влияние различное сочетание социальных и личностных факторов, прежде всего расширившейся в последние годы сети учреждений высшего профессионального образования, а также адекватной и завышенной оценки собственной учебной компетентности (сюда примыкает стремление следовать семейным нормам и традициям).

Анализ ответов на вопросы о создании собственной семьи, строительстве собственного жилища показал, что эта тема актуальна лишь для небольшого числа выпускников (около 2%), тогда как подавляющее число выпускников решение этих вопросов откладывают на потом. Это свидетельствует об увеличении сроков достижения личностной зрелости у молодежи, их социальном инфантилизме.

Возвращаясь к рассматриваемой проблеме, отметим, что основными параметрами образа будущего для выпускников современной школы являются «учеба» и «работа». Для большинства выпускников сочетание этих параметров выглядит как «сначала учеба, а потом работа», для отдельных выпускников — «сначала учеба, затем работа, а потом собственная семья». Как пишет В. Н. Дружинин, «молодой человек привыкает к роли «вечного ученика», а жизнь превращается в подготовку к ней и ожидание прибытия поезда по расписанию. Тип вечного студента, способного ученика, который легко входит в роль послушного подмастерья, помощника, но, овладев началами, меняет место работы или учебное заведение, — очень распространен» [1, с. 18].

Анализ содержания ответов респондентов, намеревающихся поступать в вуз после окончания школы, позволил выявить содержательные компоненты параметров образов будущего («учеба» и «работа»). Причем статистически значимых отличий представленности этих компонентов у выпускников разных лет не отмечено.

Среди ответов респондентов на вопрос о цели поступления в вуз по параметру «учеба», выделены две группы высказываний.

В первой группе размещены высказывания типа: «В вузе буду продолжать узнавать новое», «Я хочу продолжать обучение», «Хочу поступить в вуз, чтобы стать студентом», «Здесь меня научат», «Важно учиться всему и всегда» и др. Высказывания этого типа отмечены у 76% респондентов, что позволило выделить в составе параметра «учеба» когнитивный компонент.

Во второй группе размещены высказывания типа: «Интересна новизна студенческой жизни», «От сессии до сессии живут студенты весело», «Встречу новых друзей», «Хочу участвовать в студенческом КВН», «Думаю, что буду учить-

ся с одноклассниками, с которыми сложно расстаться» и т. п. Высказывания этого типа отмечены у 63% респондентов, что позволило выделить в составе параметра «учеба» коммуникативный компонент.

Среди ответов респондентов на вопросы о профессиональных задачах и месте работы после получения специальности по параметру «работа» выявлено два уровня высказываний. (Вопросы о профессиональных задачах выделены, так как «качественная определенность субъекта труда определяется содержанием решаемых им задач» [5, с. 167], следовательно, уровень осознания содержания этих задач является показателем представлений о профессиональном будущем по параметру «работа».)

К первому уровню отнесены высказывания: «Пока не задумывался», «Профессиональные задачи по специальности слабо представляю», «Место работы помогут найти родители», «Когда научусь, тогда и буду думать» и т. п. Высказывания этого типа отмечены у 73% респондентов, что позволило выделить в составе параметра «работа» уровень аморфных представлений о собственном профессиональном будущем.

Ко второму уровню отнесены высказывания: «Буду работать экономистом на фирме отца», «Психологом в школе», «Стану предпринимателем», «В муниципальной администрации» и др. Однако на вопрос о профессиональных задачах на планируемом рабочем месте ответ был аналогичен ответам респондентов аморфного уровня: «Профессиональные задачи слабо представляю». Высказывания этого типа отмечены у 19% респондентов, что позволило выделить в составе параметра «работа» уровень частично структурированных представлений о собственном профессиональном будущем.

Анализ представлений выпускников о престижности профессии показал, что для выпускников 1989 г. самыми престижными считались профессии сферы торговли, транспорта, предпринимателя (37%), на втором месте — профессии врача, педагога, военного, милиционера и других служащих бюджетной сферы (29%), на третьем месте — профессии, связанные с вычислительной техникой, и профессии сферы сервиса, производства и строительства (24%).

В 1994 г. на первом месте были профессии экономиста и юриста (33%), на втором — профессии врача, педагога, военного, милиционера и других служащих бюджетной сферы (28%), на третьем — профессии, связанные с вычислительной техникой и профессии сферы производства и строительства (23%);

В 2003, 2008 гг. самыми престижными стали профессии экономиста, менеджера и юриста (54%), на втором месте оказались профессии врача, педагога, военного, милиционера и других служащих бюджетной сферы (23%), на третьем — профессии, связанные с вычислительной техникой, рекламой и дизайном (15%).

Выделим относительную стабильность ориентаций выпускников школ на профессии бюджетной сферы при небольшом, статистически незначимом уменьшении их престижности. Скорее всего объяснением может быть осознание выпускниками школ определенности этих профессий и понимание решаемых профессиональных задач в этой сфере. Так, с деятельностью педагога и врача сталкивается каждый ученик школы, как и с профессиями военного и милиционера. Кроме того, массовость этих профессий обусловливает для детей реальные образы уклада семейной жизни, связанные с профессиями родителей.

Интересным для исследования представляется феномен статистически значимого повышения от среза 1994 г. к срезу 2003 и 2008 гг. ($p < 0{,}01$, ϕ-критерий Фишера) ориентаций выпускников школ на профессии экономиста, менеджера и юриста. Ответы на вопросы о профессиональных задачах, решением которых предстоит овладеть, осваивая высококонкурсные специальности «Государственное и муниципальное управление», «Управление персоналом», «Менеджмент организации», «Маркетинг», «Финансы и кредит», «Налоги и налогообложение», «Юриспруденция», показали, что основанием для выбора было скорее название специальности, а не ее содержание. Представления в лучшем случае касались места работы, например, «буду работать в городской администрации», «смогу работать в банке», «хочу выучиться на юриста», а чаще всего отвечали: «мало представляю профессиональные задачи», «не задумывался о месте работы». Вероятно, это объясняется следованием культивируемому средствами массовой информации образу благополучного будущего современного менеджера, экономиста и юриста. При этом отсутствует информация о вакансиях на рынке труда по этим специальностям. Можно предположить, что престижность специальностей экономиста, менеджера и юриста детерминирует такой образ будущего, который чреват личностными проблемами после окончания вуза.

Размышления о личностных регуляторах образа будущего выпускника школы будут неполными, если не рассмотрим появившийся в XXI в. фактор, влияющий на его самоопределение, — единый государственный экзамен (ЕГЭ). Воспользуемся рассмотрением сведений о заявлениях на направления и специальности, поданных в Кубанский государственный университет выпускниками школ 2009 и 2010 гг.

В 2009 г. на около 1,5 тыс. бюджетных мест очной формы обучения подано почти 24,4 тыс. заявлений выпускников школ, что обеспечило очень высокий конкурс — более 16 чел. на место. Многие выпускники подавали заявления на несколько направлений и специальностей. Фактические данные подтверждают предположения о том, что для многих выпускников важна возможность обучения в вузе, а не вид будущей профессиональной деятельности.

Самый высокий конкурс оказался на следующие специальности (направления): «Налоги и налогообложение», «Управление персоналом», «Менеджмент организации», «Маркетинг» — более 100 чел. на место; «Информационный менеджмент», «Государственное и муниципальное управление», «Финансы и кредит», «Экономическая теория», «Прикладная информатика в менеджменте», «Мировая экономика», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» — от 50 до 100 чел. на место. Отметим, что самыми престижными являются профессии менеджера и экономиста.

В 2010 г. на 1,4 тыс. бюджетных мест очной формы обучения подано более 12,7 тыс. заявлений выпускников школ, т. е. конкурс составил более 7 чел. на место. Снижение конкурса по сравнению с 2009 г. можно объяснить тем, что в 2010 г. введены федеральные ограничения на количество вузов и направлений подготовки, на которые можно подавать заявления.

Наиболее высокий конкурс оказался на специальности (направления): «Государственное и муниципальное управление» (44 чел. на место), «Финансы и кредит» (36 чел. на место), «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» (34 чел. на место), «Коммерция (бакалавриат)» (29 чел. на место); «Мировая экономика» (26 чел. на место), «Международные отношения (бакалавриат)» (25 чел. на место), «Юриспруденция» (24 чел. на место), «Менеджмент (бакалавриат)» (24 чел. на место), «Экономика (бакалавриат)» (22 чел. на место), «Математика (бакалавриат)» (20 чел. на место), «Политология (бакалавриат)» (20 чел. на место), «Перевод и переводоведение» (18 чел. на место), «Психология (бакалавриат)» (18 чел. на место).

Сложно полагать, что выпускники не осознают высокую конкуренцию поступления на специальности, бюджетных мест на которые в десятки раз меньше, чем число поданных заявлений. Для проверки этого предположения был проведен экспресс-опрос осознанности выбора вузовской специальности абитуриентами КубГУ (N=32). Исследование показало, что, во-первых, у многих выпускников выбор специальности обусловлен ориентацией «на авось», а не на собственные результаты ЕГЭ, скорее всего у них слабо развиты способности осознанного самоопределения. Во-вторых, часть выпускников, вероятно, не придают значения информации о числе поданных заявлений на выбранную ими специальность, либо не могут найти в информационных источниках этой информации, что свидетельствует о необходимости учитывать разработчиками сайтов вузов конкретность запросов выпускников школ и их родителей. «Огромный информационный поток зачастую не только помогает старшекласснику при выборе профессии, но и приводит его в состояние растерянности, неопределенности» [3, с. 471]. В-третьих, часть выпускников подают заявления на различные специальности в несколько вузов, высказывая предположения, что «куда-нибудь возьмут». И наконец, часть выпускников уверены, что если они не поступят на бюджетное обучение, то будут учиться по до-

говору («родители найдут деньги»), что свидетельствует об инфантилизме, иждивенческих настроениях этих респондентов. Об этом свидетельствуют конкурсы на специальности, бюджетные места на которые не выделены в 2010 г.: «Налоги и налогообложение», «Управление персоналом», «Менеджмент организации» — более 150 заявлений; «Социально-культурный сервис и туризм», «Антикризисное управление», «Реклама», «Связи с общественностью» — от 50 до 90 чел. на место.

Итак, образ будущего у большинства выпускников школы содержит сочетание параметров «учеба» и «работа»: «сначала учеба, а потом работа». Для параметра «учеба» наиболее проявленными оказались когнитивный и коммуникативный компоненты. По параметру «работа» у большинства респондентов выявлен уровень аморфных представлений о специфике будущей специальности, недифференцированное осознание профессиональных способностей, которые предстоит формировать в вузе. Как следствие, у выпускников школы имеются неясные представления о собственном профессиональном будущем и временной промежуток образа будущего скорее всего ограничен временем обучения в вузе. По-видимому, большинство выпускников школы студенчество рассматривают в качестве основного вида занятости на ближайшие годы, как своего рода профессия («профессия студента»).

Библиографический список

1. *Дружинин В. Н.* Варианты жизни: Очерки экзистенциальной психологии. М.: ПЕР СЭ; СПб.: ИМАТОН-М, 2000.
2. *Знаков В. В.* Психология субъекта и психология человеческого бытия // Субъект, личность и психология человеческого бытия/под ред. В. В. Знакова и З. И. Рябикиной. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
3. *Истомина С. В.* Роль опыта осознанной саморегуляции активности в профессиональном самоопределении старшеклассников // Личность и бытие: субъектный подход/отв. ред. А. Л. Журавлев, В. В. Знаков, З. И. Рябикина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
4. *Моросанова В. И.* Развитие осознанной саморегуляции как основа и критерий становления человека как субъекта // Личность и бытие: субъектный подход/отв. ред. А. Л. Журавлев, В. В. Знаков, З. И. Рябикина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
5. *Поварёнков Ю. П.* Психологическая характеристика субъекта профессионального пути // Личность и бытие: субъектный подход/отв. ред. А. Л. Журавлев, В. В. Знаков, З. И. Рябикина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
6. *Сергиенко Е. А.* Раннее когнитивное развитие: Новый взгляд. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.

ОСОБЕННОСТИ АВТОБИОГРАФИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ РОДИТЕЛЕЙ В СИТУАЦИИ ТЯЖЕЛОГО ЗАБОЛЕВАНИЯ РЕБЕНКА

Ю. Б. Шлыкова[1]

В статье представлен анализ автобиографических текстов взрослых людей, имеющих ребенка с онкологическим заболеванием. Анализируется связь заболевания ребенка с восприятием взрослого человека собственной истории жизни. Результаты соотносятся с общими тенденциями построения людьми автобиографических текстов. Продемонстрированы психологические проблемы, наиболее значимые для работы с описываемой категорий людей.

Ключевые слова: автобиографические воспоминания, критерии анализа автобиографии, онкологическое заболевание.

The article presents an analysis of autobiographical texts of adults who have a child with oncology disease. Article demonstrates relationship of child's disease with the parents'perception of their own life stories. The results correspond with the general trends of construction of autobiographical texts. We demonstrate the most important psychological problems to work with the sample described.

Key words: autobiographical memories, the criteria for the analysis of autobiography, oncology disease.

Проблема психологической поддержки и коррекции личности в ситуации тяжелого заболевания всегда будет актуальна. Особенно это касается ситуации заболевания детей, здоровье которых — одна из главных ценностей в жизни. Несмотря на большое количество исследований, в психологии еще недостаточно знаний, способствующих успешному сопровождению семьи больного ребёнка и улучшающих процесс его реабилитации.

Онкологическое заболевание у ребенка — серьезный источник стресса для всей семьи. Результаты лечения детей с онкологическими заболеваниями определяются не только тяжестью основного заболевания, но и психологическим состоянием, возможными психическими нарушениями как у само-

[1] Шлыкова Юлия Борисовна — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии личности и общей психологии Кубанского государственного университета. Эл. почта: magnoly@mail.ru

го больного, так и у членов его семьи. Проблема хронически тяжелобольных детей разрабатывается через изучение следующих аспектов: психические расстройства, связанные с длительным и тяжелым течением соматической болезни; влияние болезни на психическое развитие ребенка; влияние стрессов и психотерапии на развитие заболевания; влияние семьи на состояние больного ребенка и влияние хронически больного ребенка на психологический климат в семье.

В медицинской и психологической литературе описано влияние многих семейных особенностей на протекание болезни ребенка и на его восстановление после стационарного лечения (И. К. Шац, И. П. Киреева, Т. Э. Лукьяненко, Л. И. Земская, В. В. Николаева, И. В. Добряков, О. В. Защиринская и др.). Кроме того, имеются обобщенные данные о влиянии заболевания ребенка на психические особенности родителей (Е. И. Моисеенко, Н. А. Писаренко, Г. Я. Цейтлин, В. В. Николаева, Н. А. Писаренко, В. В. Ткачева и др.). В этих исследованиях семья ребенка рассматривается как фактор, связанный с течением и переживанием болезни самим ребенком, родители больного ребенка не являются в них объектом исследования. Между тем процессы реабилитации и реадаптации ребенка в обществе на стадии ремиссии и в процессе выздоровления будут во многом зависеть от того, насколько сильно деформирована личность отца и матери.

Мы посчитали необходимым обратиться к матери и отцу больного ребенка как к людям, которые в силу жизненных обстоятельств вынуждены перестраивать собственную жизнь, что появляется неожиданно и требует использования огромных психических ресурсов.

В практике консультирования больше внимания уделяется конкретным психическим расстройствам, проявляющимся у родителей больного ребенка, но ценностно-смысловая сторона личности остается в стороне. Доступной исследователю формой проявления данной сферы является автобиография личности, ее система представлений о себе и собственной жизни.

Автобиографический текст позволяет проанализировать такие значимые психологические феномены и явления, как самоотношение личности, отношения с социальным окружением, в том числе с семьей, детско-родительские отношения, ценностно-смысловую сферу, стратегии совладания с трудными жизненными ситуациями, механизмы поддержания и достижения идентичности и др. (Р. А. Ахмеров, С. Блак, А. А. Кроник, У. Наиссер, В. В. Нуркова, Е. Е. Сапогова, Дж. Фридман, Ю. Б. Шлыкова и др.).

Изменения в структуре и содержании автобиографического рассказа происходят постоянно. В. В. Нуркова описывает три источника реконструкции автобиографии [5, с. 223]: специально организованные терапевтические действия; стихийные жизненные обстоятельства; внутриличностные регуляционные процессы.

В ситуации заболевания ребенка у взрослого актуализируются все три источника реконструкции памяти. Под воздействием жизненных обстоятельств в значительной степени меняется привычный для человека уклад жизни. Человек попадает в ситуацию полной зависимости от внешних по отношению к нему жизненных обстоятельств. В связи с этим происходит переоценка личностью всего прошлого жизненного опыта и вступают в силу регуляционные процессы, необходимые личности родителя для сохранения своей целостности, устойчивости в сложной жизненной ситуации, когда родитель осознает значимость собственной стабильности для сохранения психики ребенка. И здесь же включается третий источник — специальные психотерапевтические воздействия, которые обязательно организуются при работе с семьей тяжело больного ребенка.

Таким образом, ситуация обнаружения у ребенка онкологического заболевания и процесс совладания с ней осложняются тем фактом, что Я личности родителей находится длительное время в очень уязвимом состоянии интенсивной реконструкции.

Целью описываемого исследования стало изучение особенностей автобиографических текстов родителей, имеющих ребенка с онкологическим заболеванием.

Исследование проводилось в 2009–2010 гг. В исследовании приняли участие 8 чел. (5 женщин, 3 мужчин, из них 3 супружеские пары) — родители детей, имеющих онкологическое заболевание. Возраст детей — от 3 до 17 лет. На момент проведения исследования, дети находились как в стационаре, так и дома на разных стадиях лечения. Возраст родителей — от 30 до 57 лет.

Для изучения особенностей конструирования автобиографии использовался контент-анализ автобиографических текстов. Инструкция предполагала написание общей автобиографии. Мы целенаправленно сделали акцент на собственной жизни респондентов, предполагая, что в тексте обязательно будет представлена и ситуация болезни ребенка. Такой подход позволяет определить место болезни ребенка в структуре личностной автобиографии, жизненного пути личности и выявить возможные деформации самой личности.

Для анализа структуры автобиографических текстов нами использовался ряд критериев:

1) критерии, представленные в диссертационном исследовании автора (сила выраженности Эго и частота использования местоимений в текстах; время, используемое для описания события; активность автора; эмоциональная оценка событий; образ Другого; ведущая тема автобиографии) [7];

2) критерии, сформулированные в процессе теоретического анализа проблемы исследования (проявление психологических проблем родителей; проявление чувства вины и агрессии в текстах);

3) особенности текстов, выделенные в процессе работы с автобиографиями (датировка событий; переоценка жизненных ценностей; расположение воспоминания о болезни ребенка).

Результаты сравнивались с данными, полученными в предшествующих исследованиях на случайных выборках, которые рассматривались нами как контрольные. Проанализируем результаты по каждому критерию.

1. Сила выраженности Эго (частота использования местоимений в тексте). Данный критерий позволяет определить ряд особенностей самоотношения личности и отношения с окружением.

Выраженность Эго. Частота использования местоимения Я /Мне. Свидетельствует о силе Эго, его влиянии на поведение человека, центрацию личности на себе.

Идентификация с Другим. Определяется использованием местоимения Мы. Анализировалась частота использования местоимения Мы в описании отношений с Другим.

Локус контроля. Определялся преобладанием в тексте одного из местоимений — Я, Мы, Он/Она/Они. Персонаж, обозначенный местоимениями Он/Она/Они, интерпретировался как источник контроля в событиях жизни респондента. Я интерпретируется как внутренний локус контроля, Мы как разделение ответственности за описываемое событие [6].

Частота использования местоимения Я в текстах родителей высокая, как в большинстве автобиографических текстов. Мы предполагали, что акцент в текстах будет поставлен на ребенке, и он станет основной темой автобиографии, так как в сложившейся ситуации, размышления о ребенке занимают большую часть времени взрослого. Наше предположение не подтвердилось. Тексты родителей болеющего ребенка показывают традиционную ориентацию на собственное Я. Можно предположить, что заболевание ребенка и постоянное пребывание с ним или переживания о нем вызывают у взрослого неосознаваемую потребность усилить значимость собственного Я, целостность собственной жизни, отстранить свое Я от идентификации с ребенком и проблемной ситуацией, хотя бы в собственной истории жизни.

Использование местоимения Мы в процентном соотношении также аналогично случайной выборке. Отличие выражено в содержательной стороне использования местоимения. Как и в контрольной группе, Мы при описании детства используется по отношению к родителям, но в исследуемой выборке Мы интенсивно используется при описании жизни ребенка (в воспоминаниях о том, как узнали о заболевании, что переживали, как вел себя каждый из родителей и т. п.). Можно предположить, что в сложной ситуации болезни ребенка взрослый человек ищет поддержки у другого человека, как правило, супруга или другого близкого члена семьи, наиболее включенного в решение проблемы.

Местоимение Он/Она используется ситуативно, в разных воспоминаниях. Чаще направлено на описание супруга/супруги или ребенка.

Таким образом, при описании прошлой жизни, в которой не было болезни ребенка, взрослый акцент делает на Я, в ситуации переживания заболевания ребенка — на Мы. Эти результаты согласуются с представлениями психологов и психотерапевтов, работающих с семьями онкологически больных детей, о том, что взрослый стремится восстановить свое Я через переосмысление собственного прошлого; бессознательно взрослый стремится вернуться в прошлое, где он был свободен и контролировал собственную жизнь; переживание болезни ребенка требует разделения эмоций с близкими людьми и разделения ответственности (даже вины) за произошедшее [2, 4].

2. Эмоциональная оценка воспоминания. Нами учитывалось наличие оценки описываемых жизненных событий или ее отсутствие, а также валентность оценки (позитивное/негативное событие). Отличительной особенностью воспоминаний родителей является обозначение в текстах валентности оценки событий (*«чему я очень рада...», «это было больно и страшно...», «это было настоящее счастье...», «я думал, что сойду с ума...»*). В текстах контрольной группы очень редко встречаются речевые «маркеры», позволяющие увидеть оценку события. Для исследуемой группы оказалось важным, чтобы в их жизни были выражены как позитивные, так и негативные события, и их четкое выделение в тексте. Негативные события являются, скорее, отражением сложившейся сложной ситуации. Позитивная оценка событий, вероятнее всего, усиливается для поддержания эмоционального баланса. Об усилении значимости позитивных событий при наличии проблем в реальной жизни писали многие авторы, занимающиеся автобиографической памятью человека [3].

Также следует отметить большое количество представленных в тексте негативных событий вообще. Нормальным для взрослого человека является включение в автобиографию максимального количества позитивных событий (75–85% от общего количества событий), негативные события если упоминаются, то оцениваются как жизненный опыт [1, 5, 7]. В автобиографиях родителей болеющих детей негативных событий очень много (40–45%). В исследуемой группе часто встречаются описания болезни родственников, случившейся до болезни ребенка. Негативные события описываются без анализа (как констатация факта), если непосредственно не касаются собственной семьи, или описываются как личное достижение, победа над жизненными трудностями. В первом случае это может быть связано с идеей «такое в жизни иногда просто случается…», во втором для укрепления мысли «мы все преодолеем». Подобное отношение к возникшей ситуации болезни ребенка описано и у М. Г. Киселевой [2].

Таким образом, переоценка жизни взрослого человека становится очевидной в текстах родителей болеющего ребенка. Приведём примеры: *«Все,*

что раньше казалось важным и значимым, теперь как-то поблекло и размылось и осталось только самое важное — жизни наших детей...» (ж.,46 лет); «Да, конечно, я стала на год взрослее, ранимее... все мои переживания я записывала, каждый день в больнице, каждый момент, и пусть это содержание останется у меня в памяти...» (ж.,33 года); «Я тогда думал, что это самое страшное, но я ошибся, страшное, — это жить и видеть...» (м., 39 лет).

3. Время, используемое для описания события (прошедшее, настоящее, будущее). Данный критерий использовался нами для рассмотрения возможных проблем с идентичностью личности. Для личности традиционно преобладание прошедшего времени в описании событий прошлого. Использование настоящего времени оценивается как эмоциональная значимость события, актуальность переживаемого воспоминания в настоящий момент. Использование будущего времени предполагает наличие перспективы будущего и ожидания продолжения или завершения события в будущем [3, 5, 7].

Частота встречаемости прошедшего времени глаголов в выборке родителей выражена так же сильно, как и в контрольной группе. В текстах преобладает прошедшее время. Различия выявились в использовании настоящего и будущего времен. События прошлого, описанные в настоящем времени, отражают эмоциональную включенность личности в описываемое событие, яркость и насыщенность переживания прошлого. В исследуемой группе нет описаний прошлого в настоящем времени. Полностью отсутствуют так называемые воспоминания-вспышки (flash-bulbs), представленные как эмоциональное, яркое описание прошлого события, которое заново переживается в настоящем, здесь и сейчас [3].

Отсутствие в текстах подобных воспоминаний свидетельствует о наличии проблемы с эмоциональной сферой личности. Эта проблема может выражаться в двух формах: как подавление эмоций, связанное с высоким контролем переживаний личности (во многом это обусловлено необходимостью родителей «держать себя в руках», чтобы не навредить ребенку и страхом вылить негативные эмоции на близких людей); как эмоциональное выгорание, когда в самосознании личности просто не остается ресурсов для переживания сильных эмоций, особенно позитивных, связанных с прошлым личным опытом взрослого.

Настоящее время используется только при описании событий ближайшего времени, которое определяется ситуацией болезни ребенка и ставится в конец автобиографии. Следует отметить, что настоящее всегда субъективно определяется как период болезни ребенка. У женщин в настоящем однозначно преобладает тема заболевания ребенка, у мужчин также прописывается тема отношений с супругой.

Использование будущего времени значительно преобладает в исследуемой группе, по сравнению с контрольной группой. Будущее время используется

в конце текста как уверенность в нормализации жизни в будущем. Личность рассматривает события прошлого с точки зрения их связи с будущим или настоящим: *«может быть тогда, в этой машине уехало наше счастье...»* (ж.,33 года); *«если бы мы тогда знали...», «мы строили планы на младшего сына, у нас была общая цель...»* (ж., 46 лет). Мы связываем это с актуальной потребностью взрослого вернуться в то время, когда можно было спокойно строить планы на будущее, без оглядки на состояние здоровья ребенка. Психологи, работающие с семьей болеющего ребенка, отмечают потребность в таком возврате как одну из наиболее выраженных в личностном плане [4]. В текстах родителей неосознанно или сознательно подчеркивается то, насколько перспективным было прошлое.

Перспектива будущего в настоящем у респондентов не выражена. Для обычной выборки характерно в конце текстов описывать планы на ближайшее и отдаленное будущее. В текстах родителей будущее заключается в проговаривании уверенности в том, что все будет хорошо и проблема болезни ребенка будет преодолена. Нет никаких личных, профессиональных и тем более общественных, социальных планов.

Таким образом, анализ использования различных временных форм глаголов позволил выявить выраженные проблемы в отношении к собственному времени жизни и проблемы временной идентификации личности человека, имеющего болеющего ребенка.

4. Активность личности. Данный критерий использовался для определения локализации контроля личности, ее субъектности по отношению к произошедшим переменам. По данному критерию мы отметили преобладание активной жизненной позиции при описании событий. В начале автобиографии при описании детских воспоминаний авторами используется и пассивная позиция, но это является нормой для воспоминаний о детстве, когда ведущая роль отводилась активности родителей. Далее, начиная со школьных лет, выражена только активная позиция.

Таким образом, мы видим, что у родителей, попавших в ситуацию серьезного заболевания ребенка, обостряется субъектная позиция. Это связано с пониманием взрослого человека того, что от его решений, поведения теперь зависит жизнь собственного ребенка. В психологической литературе часто встречается описание таких стратегий поведения человека в тяжелых жизненных ситуациях, при которых он начинает обвинять других людей, судьбу, обстоятельства в том, что случилось с ним. Эту стратегию мы ожидали увидеть и в нашей группе. Но в автобиографических текстах родителей, имеющих ребенка с онкологическим заболеванием, подобного сожаления и перекладывания ответственности на внешние объекты не оказалось. Вполне возможно, что подобные переживания имеются, но в структуру Я-концепции, образа собственной

жизни они не включены, т. е. отражают не мировосприятие личности, а лишь ситуативные эмоциональные переживания.

5. Датировка событий. Оценивается нами как ярко выраженная потребность структурировать собственную историю жизни. Подобный способ работы с воспоминаниями ситуативен для обычных текстов, отмечаются только очень значимые даты. Большинство психологов, занимающихся исследованием семьи ребенка, имеющего онкологическое заболевание, ставят акцент на развитии у взрослых членов семьи невротических симптомов (И. П. Киреева, Т. Э. Лукьяненко, 1994). В связи с этим мы предполагаем, что частая датировка событий отражает некоторые невротические проявления в самосознании личности родителей, связанные со стремлением придать собственной жизни структуру, целостность, упорядоченность (видимо в противовес реальному переживанию беспомощности). Следует отметить, что у большинства респондентов датировка событий усиливается к субъективному настоящему, т. е. к моменту описания болезни ребенка.

6. Образ Другого, включенного в автобиографию. Человек, которого автор включает в автобиографический текст, может наделяться характеристиками, актуальными для автора в данный момент или отражать сферу жизнедеятельности, которая в свое время обеспечивала согласованность Я-концепции личности.

Сразу отметим, что количество образов Другого заметно ниже, чем в обычных биографиях (1–2 чел. на каждые 10 событий текста в представленной выборке, 6–10 чел. в контрольных выборках). В обычных текстах образ Другого часто привязан к возрасту личности: родители и родственники в детстве; друзья и учителя в начальной школе; друзья и противоположный пол в подростковом и юношеском возрасте; супруги, дети, коллеги в зрелом возрасте. В исследуемой выборке образы Другого разнообразны при описании событий детства, но сокращаются до членов семьи в воспоминаниях субъективного настоящего. Мы предполагаем, что это связано с ограничением реальных значимых контактов родителей; снижением значимости внешних социальных контактов в ситуации переживания заболевания ребенка; усилением (часто неосознаваемым) значимости близких членов семьи.

Последний фактор мы связываем с тем, что муж или жена в период улучшения состояния здоровья ребенка начинают осознавать степень ущерба, нанесенного супружеским отношениям. В связи с этим мы считаем, что работа с воспоминаниями об отношениях с супругом/супругой, имевших место до заболевания ребенка, или поиск совместных значимых биографических событий может быть основой для семейной терапии и консультирования родителей, имеющих ребенка с онкологическим заболеванием.

7. Ведущие темы воспоминаний. Это содержательный критерий, который позволяет определить наиболее значимые для личности сферы жизнедеятельности.

В обычных автобиографиях сферы, как и образы Другого, чаще всего привязаны к возрасту воспоминания: семья в раннем детстве, достижения и учеба в школе, межличностные отношения в подростковом и юношеском возрасте, собственная семья и профессия в зрелом возрасте и т. п. Тема здоровья выражена в обычных текстах слабо, только в том случае, если автор пережил серьезные проблемы со своим здоровьем или здоровьем близких.

В исследуемой группе картина несколько иная. Ведущей темой является тема семейных отношений — от родительской семьи в начале текста к собственной семье в середине и конце. В описаниях детства, как и в контрольной группе, представлены события, связанные с обучением, достижениями. Но они заметно отстают в количестве от событий семейной сферы. Актуальность сферы семейных отношений — это непосредственное отражение потребности автора иметь нормальные, стабильные, счастливые семейные отношения. Именно семейная сфера претерпевает максимум изменений в ситуации заболевания ребенка.

Кроме того, в отличие от контрольных текстов, в большом количестве представлены воспоминания о проблемах со здоровьем (даже если эти воспоминания не касаются самого автора), например: *«В это же время у моего свекра заболела лейкемией жена...»* (ж.,46); *«Отец никогда не жаловался на здоровье, хоть и тяжело болел»* (м.,39). Это также отражает актуальность для автора данной сферы в настоящем.

Сфера профессиональной деятельности представлена очень слабо, что не является нормой для зрелого человека. Сфера межличностных отношений также не выражена либо связана с отношениями с будущим супругом/супругой.

Отдельно отметим, что в текстах исследуемой группы в большом количестве присутствует тема жизненных перемен (места жительства, школы, состава семьи). В обычных текстах эти перемены также указываются, но не занимают такого объема относительно всех воспоминаний в автобиографии. Подобное состояние мы связываем с переживанием родителей жизненного «застоя», «остановки» течения жизни и потребности вернуть динамику, которая субъективно усиливается при описании прошлого. Иногда авторы описывают эти переживания напрямую: *«После его болезни наша жизнь как бы остановилась...»* (м., 57 лет); *«...как-будто я попала в водоворот, но при этом жизнь не идет дальше, а он крутит меня на одном месте и я не могу вырваться из него»* (ж., 35 лет).

Таким образом, мы видим, что актуальное состояние взрослого человека в ситуации заболевания ребенка напрямую отражается в выборе тем автобиографических воспоминаний.

Дополнительно отметим некоторые содержательные особенности текстов.

Очевидна переоценка жизненных ценностей. Она представлена открыто, через указание на нее (*«С этих пор я стала смотреть на мир другими глазами...», «...сейчас я не сказала бы, что это было значимым событием в моей жизни...»*), и неосознанно, через вопросы, которые автор задает сам себе в текстах (*«Почему я тогда не замечала этого?..», «Как я мог быть таким легкомысленным?..»*).

Позитивные события практически всегда связаны с достижениями автора, негативные — с межличностными отношениями. Полагаем, что автор усиливает позитивное прошлое за счет объективных фактов биографии (школьные, спортивные, профессиональные достижения). А негативные воспоминания об отношениях отражают актуальное эмоциональное напряжение в этой сфере.

Нет традиционной итоговой оценки прожитой жизни — вместо нее фразы, имеющие общий смысл: «Я знаю, все будет хорошо».

Не были обнаружены в текстах часто описываемые в исследованиях чувства агрессии и вины родителей. Вероятно, в данной ситуации, автобиографический текст выполняет защитную функцию, направленную на сохранение и стабилизацию Я личности. В связи с этим чувства агрессии и вины (которые в избытке присутствуют в реальных переживаниях родителей) не встроены в текст и в предлагаемый личностью вариант субъективной картины собственной жизни.

Завершение текстов всегда включает события, связанные с болезнью ребенка. Основное на данный момент событие — болезнь ребенка стоит в конце биографии. Создается впечатление, что вся автобиография, все прошлые события «готовят» автора к болезни ребенка. Во всей прошлой жизни ищутся причины, предпосылки, оправдания случившегося.

Таким образом, можно утверждать, что конструирование автобиографии взрослым человеком, находящимся в ситуации серьезного заболевания ребенка, отражает его актуальные потребности и служит стабилизации внутреннего мира, усилению адаптированности личности, готовности к переменам, личной и личностной жизнестойкости.

Проведенное исследование продемонстрировало большое количество осознаваемых и неосознанных проблем, которые актуализируются у родителей в ситуации болезни ребенка. Эти проблемы затрагивают все основные психические сферы и явления жизни личности — психическое и физическое состояние, ценностно-смысловую сферу, самосознание, профессиональные отноше-

ния, социальный статус, детско-родительские отношения, Эго-идентичность личности.

Возможность через автобиографические воспоминания психологу увидеть, а родителям передать переживание сложившейся ситуации открывает большие возможности коррекционной и терапевтической помощи.

Библиографический список

1. *Головаха Е. И., Кроник А. А.* Психологическое время личности. М.: Смысл, 2008.
2. *Киселева М. Г.* Особенности протекания стадий горевания у родителей онкобольных детей // Журнал практической психологии и психоанализа. 2009. № 3.
3. Когнитивная психология памяти/под ред. У. Наиссера, А. Хаймен: 2-е междунар. изд-е. СПб.: Прайм-Еврознак, 2005.
4. Психосоциальные вопросы детской онкологии // Социальные и психологические проблемы детской онкологии: материалы I Всерос. конф. с междунар. участием М.: GlaxoWelcome, 1997.
5. *Нуркова В. В.* Свершенное продолжается: Психология автобиографической памяти личности. М.: УРАО, 2000.
6. *Шлыкова Ю. Б.* Особенности проявления локуса контроля в автобиографических воспоминаниях личности // Человек. Сообщество. Управление. 2008. № 4.
7. *Шлыкова Ю. Б.* Переживание личностью смысла бытия и тип автобиографического текста: дис.... канд. психол. наук. Краснодар, 2006.

ВЛИЯНИЕ ПОЛА, КВАЛИФИКАЦИИ, ВИДА СПОРТА НА ПСИХИЧЕСКОЕ ВЫГОРАНИЕ СПОРТСМЕНОВ

Е. И. Гринь[1]

Психическое выгорание в спортивной деятельности не только снижает эффективность тренировочной и соревновательной деятельности спортсменов, но и повышает вероятность травматизма и преждевременного прекращения спортивной карьеры талантливыми спортсменами. Отсутствие надежных данных относительно особенностей проявлений психического выгорания у спортсменов разного пола и квалификации, представителей командных и индивидуальных видов спорта побудило к данному исследованию. Применялся опросник психического выгорания у спортсменов Т. Ридека и А. Смита. Результаты исследования свидетельствуют о зависимости развития психического выгорания от пола спортсмена, его квалификации и специфики вида спорта.

Ключевые слова: психическое выгорание, спортивная деятельность.

Mental burnout in athletic activity not only reduces the effectiveness of training and competitive activities of athletes, but also increases the likelihood of injury and premature termination of talented athletes sporting career. The lack of reliable data on the characteristics of the manifestations of mental burnout among athletes of different gender and qualifications, team and individual representatives of sports led to this study. Used a questionnaire of mental burnout among athletes T. Rideka and A. Smith. The findings suggest that depending on the development of mental burnout from the floor athlete, his qualifications and the specifics of the sport.

Key words: mental burnout, sporting activities.

Современный спорт высших достижений характеризуется высокими физическими и психическими нагрузками, ориентацией на достижение максимально высоких результатов, жесткой конкуренцией соперников. Поэтому вполне закономерно то внимание, которое уделяется влиянию психологических факторов на достижения спортсменов. Соперничество в крупнейших соревнованиях спортсменов с высоким уровнем физической, тактической, технической

---

[1] Гринь Елена Игоревна – кандидат психологических наук, преподаватель кафедры психологии Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. Эл. почта: elen-grin@mail.ru

Исследование поддержано грантом РГНФ 10-06-38619 а/ю.

подготовки увеличивает психическую напряженность и вклад психологических факторов в достижение победы [3; 5; 9; 11; 15]. С этим связано традиционное внимание исследователей к соревновательному стрессу и средствам его преодоления, к проблеме устойчивости спортсменов к различным источникам стресса, возникающим во время соревнований [1; 2; 6; 8; 9; 13].

Однако в современной науке о спорте прослеживается смещение внимания с исследований острого стресса к изучению хронического стресса. Одним из последствий хронического стресса является психическое выгорание, снижающее эффективность тренировок и успешность соревновательной деятельности [12; 16]. Психическое выгорание в спортивной деятельности — это реакция на хронический стресс. Оно включает в себя физические, поведенческие и когнитивные компоненты. Наиболее яркой чертой психического выгорания является психологический, эмоциональный, а иногда и физический уход от активности, которая ранее служила источником удовольствия для спортсмена [9; 12; 17].

В качестве основных внешних причин развития психического выгорания в спортивной деятельности можно выделить интенсивные физические нагрузки, неблагоприятные условия тренировочного процесса, сложности во взаимоотношениях с тренером, отсутствие социальной поддержки со стороны семьи. К основным внутренним причинам, способствующим появлению психического выгорания в спорте, относятся такие личностные характеристики спортсменов, как тревожность, самооценка, уровень притязаний, локус контроля, мотивация [12; 14; 17].

Большое внимание к проблематике психического выгорания в спортивной деятельности связано с его негативными последствиями. К ним относятся снижение эффективности тренировочной и соревновательной деятельности, подверженность болезням, появление травм, уход из спорта.

Несмотря на достаточно длительную историю исследования психического выгорания в спортивной деятельности, в настоящее время остается большое количество неразрешенных вопросов. В частности, существуют ли различия в проявлении психического выгорания у спортсменов разного пола, квалификации, занимающихся разными видами спорта.

Данные проблемные аспекты легли в основу нашего эмпирического исследования.

Цель исследования — выявить проявления психического выгорания у спортсменов разного пола, квалификации, занимающихся различными видами спорта.

Методы исследования: опросник психического выгорания у спортсменов Т. Ридека и А. Смита, адаптированный нами [4]. Он измеряет 3 симптома психического выгорания: «уменьшение чувства достижения», «эмоциональное/физическое истощение» «обесценивание достижений» [16].

В исследовании приняли участие 320 спортсменов. В соответствии с поставленными в исследовании задачами выборка включала спортсменов обоего

Таблица 1

Частота случаев проявлений психического выгорания различной степени у спортсменов (n = 320)

Показатели психического выгорания	Частота случаев, %		
	высокий	средний	низкий
Уменьшение чувства достижения	12,2	60,9	26,9
Эмоциональное/физическое истощение	12,2	72,8	15,0
Обесценивание достижений	13,4	65,6	20,9
Интегральный показатель психического выгорания	13,8	67,2	19,1

пола, среди которых были представители командных (волейбол, баскетбол, пляжный волейбол, спортивная акробатика) и индивидуальных (художественная гимнастика, прыжки на акробатической дорожке и двойном мини-трампе, плавание, бокс) видов спорта, спортсмены высокой квалификации (КМС, МС, МСМК) и массовых разрядов.

Данные, полученные нами по результатам психодиагностического исследования, говорят о наличии психического выгорания на среднем и высоком уровнях у большого количества спортсменов (табл. 1).

Анализ выраженности отдельных показателей психического выгорания в целом по выборке, представленный в табл. 1, позволил сделать следующие выводы.

Спортсмены, у которых наблюдается низкий уровень психического выгорания, составляют от 15 до 26,9% по отдельным компонентам выгорания и 19,1% по интегральному компоненту психического выгорания. Спортсмены, у которых отмечен высокий уровень выраженности отдельных компонентов психического выгорания, составляют от 12,2 до 13,4%. Это позволяет говорить о психическом выгорании как существенном регуляторе деятельности спортсменов.

Основным симптомом, указывающим на развитие психического выгорания у спортсменов, является эмоциональное/физическое истощение.

Согласно литературным данным, различия в развитии психического выгорания у представителей различных групп профессий зависят от пола работников, уровня их квалификации, стажа работы. Однако сведения относительно зависимости психического выгорания от перечисленных факторов носят противоречивый характер [7].

Спорт имеет свою специфику, поэтому следующей задачей нашего исследования было изучение различий в проявлении психического выгорания у спортсменов разного пола, квалификации и вида спорта. С целью уточнения роли пола в развитии психического выгорания у спортсменов был проведен анализ распределения высоких, средних и низких значений психического выгорания в выборках разного пола.

Таблица 2

Распределение высоких, средних и низких значений психического выгорания у спортсменов мужского и женского пола (n = 320)

Показатели психического выгорания	Уровень	Частота случаев, %		Достоверность различий
		Мужчины (n = 187)	Женщины (n = 133)	
Уменьшение чувства достижения	Высокий	14,4	9	p <0,05
	Средний	63,6	57,1	
	Низкий	21,9	33,8	p < 0,01
Эмоциональное/физическое истощение	Высокий	15	8,3	p < 0,05
	Средний	71,1	76,7	
	Низкий	13,9	15	
Обесценивание достижений	Высокий	13,4	10,5	
	Средний	70,1	62,4	
	Низкий	16,6	27,1	p < 0,05
Интегральный показатель психического выгорания	Высокий	16,6	9,8	p < 0,05
	Средний	67,4	66,9	
	Низкий	16	23,3	

Данные спортсменов мужского и женского пола распределились следующим образом (табл. 2). В группе мужчин достоверно больше спортсменов с высоким уровнем выраженности показателей «уменьшение чувства достижения» (p < 0,05) и «эмоциональное/физическое истощение» (p < 0,05), достоверно меньше с низким уровнем выраженности показателя «уменьшение чувства достижения» (p < 0,01) и с низким уровнем показателя «обесценивание достижений» (p < 0,05). В группе мужчин достоверно больше спортсменов с высоким значением интегрального показателя психического выгорания (p < 0,05).

Таким образом, мы можем сделать заключение, что для спортсменов мужского пола в большей степени, чем для женщин, характерны такие проявления психического выгорания, как «уменьшение чувства достижения» и «эмоциональное/физическое истощение». В целом по выборке мы видим, что мужчин с высоким уровнем психического выгорания достоверно больше, чем женщин.

Данные результаты не стали неожиданными и могут быть объяснены полоролевыми стереотипами. Успех — признак мужественности, поэтому для мужчин очень важным аспектом профессиональной карьеры является наличие значимых достижений. У женщин, возможно, существуют другие сферы деятельности, в которых у них есть возможность себя реализовать, что обусловливает более низкие значения психического выгорания.

В литературе приводятся разноречивые данные относительно особенностей проявления психического выгорания у спортсменов разной квали-

Таблица 3

Распределение высоких, средних и низких значений психического выгорания у спортсменов мужского пола, занимающихся индивидуальными и командными видами спорта (n = 187)

Показатели психического выгорания	Уровень	Частота случаев, %		Достоверность различий
		Спортсмены, занимающиеся командными видами спорта (n = 73)	Спортсмены, занимающиеся индивидуальными видами спорта (n = 114)	
Уменьшение чувства достижения	Высокий	16,4	13,2	
	Средний	23,2	68,4	p <0,01
	Низкий	60,3	21,1	p <0,05
Эмоциональное/ физическое истощение	Высокий	9,6	18,4	p <0,05
	Средний	74	69,3	
	Низкий	16,4	12,3	
Обесценивание достижений	Высокий	13,7	13,2	
	Средний	69,9	70,2	
	Низкий	16,4	16,7	
Интегральный показатель психического выгорания	Высокий	12,3	19,3	
	Средний	72,6	64	
	Низкий	15,1	16,7	

фикации, занимающихся командными и индивидуальными видами спорта [16]. На наш взгляд, это может быть связано с неоднородностью исследуемых выборок, поэтому была предпринята попытка сделать выборку однородной, что должно прояснить результаты исследования. Мужская выборка оказалась более многочисленной, что позволило ее разделить на значимые для исследования подгруппы.

В одну подгруппу вошли спортсмены, занимающиеся командными видами спорта, во вторую — индивидуальными видами спорта. Сопоставление показателей психического выгорания в командных и индивидуальных видах спорта дает возможность оценить значимость социальной поддержки как фактора развития психического выгорания, поскольку ее степень различна в командных и индивидуальных видах спорта.

Результаты спортсменов, занимающихся индивидуальными и командными видами спорта, представлены в табл. 3.

В группе спортсменов, занимающихся индивидуальными видами спорта, достоверно больше спортсменов со средним уровнем выраженности показателя «уменьшение чувства достижения» (p < 0,01) и с высоким уровнем выраженности показателя «эмоциональное/физическое истощение» (p < 0,05). В группе

спортсменов, занимающихся командными видами спорта, достоверно больше спортсменов с низким уровнем выраженности показателя «уменьшение чувства достижения» ($p < 0{,}05$). Таким образом, можно сделать заключение о влиянии фактора социальной поддержки на развитие психического выгорания в спорте.

Спортсмены, занимающиеся командными видами спорта, получают большую социальную поддержку от товарищей по команде, что позволяет им разделить ответственность за результаты тренировочной и соревновательной деятельности. Поэтому понятно, что в их группе достоверно меньше число спортсменов, у которых выражены показатели «уменьшение чувства достижения» и «эмоциональное/физическое истощение».

Спортсмены, занимающиеся индивидуальными видами спорта, могут надеяться только на собственные силы и возможности, т. е. социальная поддержка товарищей по команде отсутствует. Неудачи, сопровождающие их соревновательную деятельность, за которые они несут ответственность, могут быть источником развития показателя «уменьшение чувства достижения»; отсутствие возможности разделить ответственность в случае неудачи со своими товарищами, надежда только на собственные силы объясняют и более высокий уровень выраженности у них показателя «эмоциональное/физическое истощение».

Далее, для исследования квалификационных различий в проявлении психического выгорания в группах спортсменов, занимающихся командными и индивидуальными видами спорта, были выделены мастера спорта международного класса (МСМК), мастера спорта (МС), кандидаты в мастера спорта (КМС) и спортсмены массовых разрядов.

В группах спортсменов КМС, занимающихся индивидуальными и командными видами спорта, достоверных различий в распределении частоты случаев высоких, средних и низких значений психического выгорания выявлено не было. Данные спортсменов массовых разрядов, занимающихся индивидуальными и командными видами спорта, приведены в табл. 4.

В группе спортсменов высокой квалификации различия между представителями индивидуальных и командных видов спорта выражены значительно более отчетливо, чем в группе спортсменов массовых разрядов (табл. 5).

В группе высококвалифицированных спортсменов, занимающихся командными видами спорта, достоверно меньше спортсменов со средним уровнем выраженности ($p < 0{,}01$) и достоверно больше спортсменов с низким уровнем выраженности ($p < 0{,}05$) показателя «уменьшение чувства достижения». Также в группе высококвалифицированных спортсменов, занимающихся командными видами спорта, достоверно больше спортсменов со средним уровнем выраженности показателей «эмоциональное/физическое истощение» ($p < 0{,}05$) и «обесценивание достижений» ($p < 0{,}01$).

В группе высококвалифицированных спортсменов, занимающихся индивидуальными видами спорта, достоверно больше спортсменов с низким уровнем

Таблица 4

Распределение высоких, средних и низких значений психического выгорания у спортсменов массовых разрядов, занимающихся индивидуальными и командными видами спорта (n = 62)

Показатели психического выгорания	Уровень	Частота случаев, %		Достоверность различий
		Спортсмены массовых разрядов, занимающиеся командными видами спорта (n = 37)	Спортсмены массовых разрядов, занимающиеся индивидуальными видами спорта (n = 25)	
Уменьшение чувства достижения	Высокий	16,2	24	
	Средний	67,6	68	
	Низкий	16,2	8	
Эмоциональное/физическое истощение	Высокий	10,8	32	p <0,05
	Средний	67,6	48	p <0,05
	Низкий	21,6	20	
Обесценивание достижений	Высокий	18,9	12	
	Средний	59,5	72	
	Низкий	21,6	16	
Интегральный показатель психического выгорания	Высокий	16,2	24	
	Средний	75,7	68	
	Низкий	8,1	8	

выраженности показателя «эмоциональное/физическое истощение» (p < 0,05) и с высоким уровнем выраженности показателя «обесценивание достижений» (p < 0,01). В группе МС, МСМК, занимающихся индивидуальными видами спорта, достоверно больше спортсменов с высоким (p < 0,01) и низким (p < 0,05) уровнем выраженности интегрального показателя психического выгорания.

Результаты исследования говорят о специфике проявлений симптоматики психического выгорания в группе высококвалифицированных спортсменов, занимающихся командными и индивидуальными видами спорта. Можно сделать заключение о большей подверженности психическому выгоранию спортсменов, занимающихся индивидуальными видами спорта.

Для уточнения квалификационных различий в проявлении психического выгорания нами была предпринята попытка разделения мужской выборки на подгруппы различных квалификаций в индивидуальных и командных видах спорта.

Результаты исследования спортсменов различной квалификации, занимающихся командными видами спорта, распределились следующим образом (табл. 6).

Так, в группе спортсменов массовых разрядов достоверно больше спортсменов с высокими и достоверно меньше спортсменов со средними значениями показателя «обесценивание достижений» (p < 0,05).

Таблица 5

Распределение высоких, средних и низких значений психического выгорания у мастеров спорта, занимающихся индивидуальными и командными видами спорта (n = 71)

Показатели психического выгорания	Уровень	Частота случаев, %		Достоверность различий
		МС, МСМК, занимающиеся командными видами спорта (n = 24)	МС, МСМК, занимающиеся индивидуальными видами спорта (n = 47)	
Уменьшение чувства достижения	Высокий	12,5	8,5	
	Средний	54,2	70,2	$p < 0{,}01$
	Низкий	33,3	21,3	$p < 0{,}05$
Эмоциональное/ физическое истощение	Высокий	8,3	14,9	
	Средний	83,4	72,3	$p < 0{,}05$
	Низкий	8,3	12,8	$p < 0{,}05$
Обесценивание достижений	Высокий	4,2	17	$p < 0{,}01$
	Средний	83,3	70,2	$p < 0{,}01$
	Низкий	12,5	12,8	
Интегральный показатель психического выгорания	Высокий	4,2	19,1	$p < 0{,}01$
	Средний	70,8	66	
	Низкий	25	14,9	$p < 0{,}05$

В целом по выборке в группе мастеров спорта наблюдается достоверно больше спортсменов с низкими значениями интегрального показателя психического выгорания ($p < 0{,}05$). На наш взгляд, это связано с включением спортсменов массовых разрядов в раннюю профессионализацию. Соответственно, на данном этапе им необходимо постоянно показывать определенный уровень результативности, что способствует росту психического напряжения.

Полученные данные согласуются с результатами Т. С. Тимаковой, которые показывают, что по мере приобретения соревновательного опыта у спортсменов развиваются свойства личности, способствующие снижению психических нагрузок за счет большего рационализма поведения (самоконтроль, практицизм, закрытость), в отличие от молодых спортсменов, которым свойственны независимость, склонность к риску, целеустремленность [10].

В группах спортсменов КМС и спортсменов массовых разрядов, МС, МСМК и КМС, занимающихся командными видами спорта, достоверных различий в распределении частоты случаев высоких, средних и низких значений психического выгорания выявлено не было.

Показатели спортсменов различной квалификации, занимающихся индивидуальными видами спорта, распределились следующим образом (табл. 7):

Таблица 6

Распределение высоких, средних и низких значений психического выгорания у спортсменов различной квалификации, занимающихся командными видами спорта (n = 61)

Показатели психического выгорания	Уровень	Частота случаев, %		Достоверность различий
		Спортсмены массовых разрядов, занимающиеся командными видами спорта (n = 37)	МС, МСМК, занимающиеся командными видами спорта (n = 24)	
Уменьшение чувства достижения	Высокий	16,2	12,5	
	Средний	67,6	54,2	
	Низкий	16,2	33,3	
Эмоциональное/ физическое истощение	Высокий	10,8	8,3	
	Средний	67,6	83,4	
	Низкий	21,6	8,3	
Обесценивание достижений	Высокий	18,9	4,2	$p < 0,05$
	Средний	59,5	83,3	$p < 0,05$
	Низкий	21,6	12,5	
Интегральный показатель психического выгорания	Высокий	16,2	4,2	
	Средний	75,7	70,8	
	Низкий	8,1	25	$p < 0,05$

в группе высококвалифицированных спортсменов достоверно меньше спортсменов с высоким уровнем выраженности показателей «уменьшение чувства достижения» ($p < 0,05$) и «эмоциональное/физическое истощение» ($p < 0,05$) и достоверно больше спортсменов со средним уровнем выраженности показателя «эмоциональное/физическое истощение» ($p < 0,05$).

Это совпадает с полученными нами данными относительно различий в частоте распределения высоких, средних и низких значений психического выгорания в выборке спортсменов разной квалификации, занимающихся командными видами спорта.

Меньший уровень выраженности психического выгорания у спортсменов высокой квалификации связан с тем, что, как правило, до этого уровня доходят спортсмены с высокой психической устойчивостью.

Данные спортсменов различной квалификации, занимающихся индивидуальными видами спорта, представлены в табл. 8. В группе КМС достоверно больше спортсменов с низкими значениями показателя «уменьшение чувства достижения» ($p < 0,05$) и средними значениями показателя «эмоциональное/физическое истощение» ($p < 0,01$). В группе КМС также достоверно меньше спортсменов с высокими значениями показателя «эмоциональное/физическое

Таблица 7

Распределение высоких, средних и низких значений психического выгорания у спортсменов различной квалификации, занимающихся индивидуальными видами спорта (n = 72)

Показатели психического выгорания	Уровень	Частота случаев, %		Достоверность различий
		Спортсмены массовых разрядов, занимающиеся индивидуальными видами спорта (n = 25)	МС, МСМК, занимающиеся индивидуальными видами спорта (n = 47)	
Уменьшение чувства достижения	Высокий	24	8,5	$p < 0,05$
	Средний	68	70,2	
	Низкий	8	21,3	
Эмоциональное/физическое истощение	Высокий	32	14,9	$p < 0,05$
	Средний	48	72,3	$p < 0,05$
	Низкий	20	12,8	
Обесценивание достижений	Высокий	12	17	
	Средний	72	70,2	
	Низкий	16	12,8	
Интегральный показатель психического выгорания	Высокий	24	19,1	
	Средний	68	66	
	Низкий	8	14,9	

истощение» ($p < 0,05$) и достоверно больше спортсменов с низкими значениями интегрального показателя психического выгорания ($p < 0,05$).

Эти данные подтверждают наличие источников психического выгорания на разных этапах многолетнего спортивного совершенствования. Они также свидетельствуют о значимости контроля и дозирования психических нагрузок юных спортсменов.

В группах спортсменов МС и КМС, занимающихся индивидуальными видами спорта, достоверных различий в распределении частоты случаев высоких, средних и низких значений психического выгорания выявлено не было.

Итак, у большей части спортсменов были выявлены проявления психического выгорания. Согласно результатам исследования, психическое выгорание имеет свою специфику для спортсменов разного пола и квалификации, занимающихся индивидуальными и командными видами спорта.

Более выраженные проявления психического выгорания у спортсменов по сравнению со спортсменками — следствие полоролевых стереотипов, в соответствии с которыми к мужчинам предъявляются более высокие требования демонстрации успеха, такое социальное давление повышает вероятность психического выгорания.

Таблица 8

Распределение высоких, средних, низких значений психического выгорания у спортсменов различной квалификации, занимающихся индивидуальными видами спорта (n = 66)

Показатели психического выгорания	Уровень	Частота случаев, %		Достоверность различий
		Спортсмены массовых разрядов, занимающиеся индивидуальными видами спорта (n = 25)	КМС, занимающиеся индивидуальными видами спорта (n = 42)	
Уменьшение чувства достижения	Высокий	24	11,9	
	Средний	68	59,5	
	Низкий	8	28,6	$p < 0,05$
Эмоциональное/физическое истощение	Высокий	32	14,3	$p < 0,05$
	Средний	48	78,6	$p < 0,01$
	Низкий	20	7,1	
Обесценивание достижений	Высокий	12	9,5	
	Средний	72	69,1	
	Низкий	16	21,4	
Интегральный показатель психического выгорания	Высокий	24	16,7	
	Средний	68	59,5	
	Низкий	8	23,8	$p < 0,05$

В группе спортсменов, занимающихся командными видами спорта, достоверно больше спортсменов с низким уровнем выраженности психического выгорания, чем в группе спортсменов, занимающихся индивидуальными видами спорта, что является следствием значимости социальной поддержки для развития этого неблагоприятного состояния.

Сравнение проявлений психического выгорания у спортсменов массовых разрядов и у спортсменов высокой квалификации показало, что частота случаев выраженного психического выгорания более высока у спортсменов массовых разрядов. Полученные результаты указывают на необоснованность бытующего среди части спортивных специалистов представления об отсутствии психических перегрузок у юных спортсменов, вследствие чего психологическому сопровождению их подготовки уделяется недостаточно внимания.

Библиографический список

1. *Алексеев А.В.* Себя преодолеть! 3-е изд., перераб., доп. М.: Физкультура и спорт, 1985.
2. *Вяткин Б.А.* Управление психическим стрессом на спортивных соревнованиях. М.: Физкультура и спорт, 1981.

3. *Горская Г. Б.* Психологическое обеспечение многолетней подготовки спортсменов: учеб. пособие. Краснодар: КГУФКСТ, 2008.
4. *Гринь Е. И.* Адаптация опросников эмоционального выгорания (Athlete Burnout Questionnaire) и coping-стратегий (Coping Function Questionnaire): учеб.-метод. пособие. Краснодар: КГУФКСТ, 2007.
5. *Квашук П. В.* Факторы, определяющие спортивную результативность квалифицированных и юных спортсменов в группах видов спорта // Юбилейная научно-практическая конференция, посвященная 70-летию ВНИИФК «Физическая культура и спорт в условиях современных социально-экономических преобразований в России». М.: ВНИИФК, 2003.
6. *Найдиффер Р. М.* Психология соревнующегося спортсмена: пер. с англ. М.: Физкультура и спорт, 1979.
7. *Орел В. Е.* Синдром психического выгорания личности. Ярославль: ООП ЯрПК, 2007.
8. *Плахтиенко В. А., Блудов Ю. М.* Надежность в спорте. М.: Физкультура и спорт, 1983.
9. *Родионов А. В.* Психология физического воспитания и спорта: учебник для вузов. М.: Академический проект; Фонд «Мир», 2004.
10. *Тимакова Т. С.* Личностно-психологические особенности лыжников разного типа состояния // Теория и практика физической культуры. 1993. № 2.
11. *Толочек В. А.* Стили деятельности: Модель стилей с изменчивыми условиями деятельности. М.: Измайлово, 1992.
12. *Уэйнберг Р. С., Гоулд Д.* Основы психологии спорта и физической культуры. Киев: Олимпийская литература, 2001.
13. Худадов Н. А. Психологическая подготовка боксера. М.: Физкультура и спорт, 1968.
14. *Шелленбергер В.* Социальные отношения спортсменов как компонент саморегуляции поведения и спортивной деятельности // Психология и современный спорт. М.: Физкультура и спорт, 1982.
15. *Яковлев Б. П.* Психическая нагрузка: практические аспекты ее исследования в условиях спортивной деятельности // Теория и практика физической культуры. 2000. № 5.
16. *Raedeke T. D., Smith A. L.* Development and Preliminary Validation of an Athlete Burnout Measure // Journal of Sport & Exercise Psychology. 2001. Vol. 23.
17. *Smith R. E.* Toward a cognitive-affective model of athletic burnout // Journal of Sport Psychology. 1986. Vol. 8.

ДИАЛОГ ЭКОНОМИСТОВ И ПСИХОЛОГОВ О ПРОБЛЕМАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

А. Н. Дёмин[1]

С 17 по 19 мая этого года в Саратове прошёл международный научный форум с элементами научной школы «Современные тенденции в сфере экономической психологии». Организатором выступил Центр психолого-экономических исследований Саратовского государственного социально-экономического университета при Саратовском научном центре Российской академии наук. Участники представляли разные регионы: от Кемерово до Калуги, от Северодвинска до Краснодара. Заявленные иностранные участники, например, Д. Лейзер — директор Центра экономической психологии и принятия решений Университета Бенгуриона (Израиль), Э. Брендстаетер — профессор кафедры психологии Университета им. И. Кеплера (Австрия), увы, не смогли приехать, передав участникам привет и свои тексты. Если кратко охарактеризовать цель форума, то это — укрепление междисциплинарных научных связей между представителями экономической и психологической наук и определение перспектив развития экономической психологии. Мероприятия в рамках форума были подчинены поставленной цели и проходили в форме круглых столов, дополненных публичными лекциями, презентациями, мастер-классами.

Круглый стол первого дня первоначально планировалось посвятить проблеме применения экспериментальных методов в экономической психологии, но в ходе заседания акценты сместились. Вниманием присутствовавших завладел Д.В. Удалов — профессор Саратовского государственного социально-экономического университета и одновременно крупный предприниматель, владелец десятка коммерческих предприятий и фирм. Его сообщение о проблемах управления крупным бизнесом в России и особенностях применения психологического знания на собственных предприятиях было интересным и, безусловно, полезным для психологов. Я, например, отметил для себя такие вопросы, как формирование мотивации совладельца у работников и менеджеров (важный

[1] Дёмин Андрей Николаевич – доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии и социологии управления Кубанского государственного университета. Эл. почта: demin@manag.kubsu.ru

аспект психологии собственности), использование теории управленческой борьбы при подготовке менеджеров к ведению переговорного процесса, применение экономической психологии в анализе деятельности предприятия. Д. В. Удалов сознательно провоцировал аудиторию на вопросы, а ведущий круглого стола А. Н. Неверов (Саратов) всячески этому содействовал. Психологи имели редкую возможность расспросить крупного бизнесмена о том, где психолог может себя найти, какое психологическое знание востребовано в современной экономике? Ход дискуссии показал, что путь между вузовской психологией и работодателями ещё предстоит пройти.

В публичной лекции В. П. Познякова (Москва) «Состояние и перспективы исследования в области экономической психологии с позиции теории психологических отношений» были систематизированы современные экономико-психологические исследования, автор представил своё видение структуры и основных разделов экономической психологии. Завершала первый день форума презентация Центра психолого-экономических исследований СГСЭУ. Его директор А. Н. Неверов рассказал о задачах центра, реализуемых проектах, издаваемых книгах, познакомил с сотрудниками, чья разнообразная профессиональная принадлежность (экономика, психология, философия) в полной мере соответствовала междисциплинарной ориентации форума. Как показалось, Центр психолого-экономических исследований полон здоровых амбиций и желаний их реализовать.

Второй день открылся публичной лекцией Ю. П. Поварёнкова (Ярославль) «Психология профессионального становления и реализации личности: современное состояние и перспективы развития», в которой были обобщены работы ярославской психологической школы по представленной теме, выделены ключевые понятия и проблемы; лектор отметил, что основным в данной области психологии является биографический метод.

После небольшого перерыва участники собрались на круглый стол «Экономическая психология и экономическое образование». О том, какие проблемы возникают в психологической подготовке экономистов и экономической подготовке психологов, о способах снятия противоречий между экономическим и психологическим знанием рассказали А. Н. Неверов и А. Н. Дёмин (Краснодар). О. С. Посыпанова (Калуга) познакомила слушателей с опытом обучения студентов на специализации «экономическая психология» в Калужском государственном педагогическом университете. Активное участие в дискуссии приняли представители Финансовой академии при правительстве РФ (Москва) С. В. Брюховецкая, К. А. Загорков, С. В. Красиков, Е. Г. Таранцов, указавшие на специфику использования экономико-психологического знания при подготовке и в деятельности биржевых трейдеров. Их выступления подтвердили мысль, что психология в финансовой сфере и, сажем, психология рынка труда — весьма далёкие друг от друга разделы экономической психологии, требующие соответствующей профессиональной подготовки. От вопросов вузовского обучения дискуссия закономерно

перешла к вопросам научного статуса экономической психологии, её перспективам в системе экономической и психологической наук. Своё мнение высказали С.А. Богданчиков (Саратов), А.Н. Дёмин, А.Н. Неверов, О.С. Посыпанова, М.Ю. Семёнов (Омск), Т.В. Фоломеева (Москва) и др.

Второй день завершился мастер-классом М.Ю. Семёнова «Люди и деньги: методы изучения». Автор систематизировал современные методы изучения отношения к деньгам, предложил участникам опробовать некоторые из них на себе, снабдил участников полезными методическими материалами.

На третий день эстафету мастер-классов приняла Е.Л. Холодцева (Кемерово), предложившая тему «Направления исследований разноуровневых характеристик конкурентоспособности специалистов социальной сферы». Представленный теоретический, методический и эмпирический материал содержал богатую информацию и вызвал заинтересованные вопросы.

Далее проводился круглый стол «Современное состояние экономической психологии», на котором продолжились дискуссии, начатые днём ранее. Как экономисты могут использовать психологическое знание в своих проектах, экспертных заключениях и т.п.? Способны ли психологи участвовать в решении социально-экономических задач? В каких формах может осуществляться междисциплинарное взаимодействие экономистов и психологов? Как происходит трансформация психологического знания в социально-экономическое знание и наоборот? Обсуждению этих вопросов были посвящены выступления М.В. Рыжковой (Томск) и А.Н. Дёмина. А.Н. Неверов обратил внимание на то, что, с одной стороны, выводы психологии нередко становятся аксиомами для экономистов (закон предельной полезности — тому пример), с другой стороны, современная экономическая психология должна заниматься экспериментальной проверкой экономических аксиом.

Официальная часть завершилась вручением наград победителям конкурса молодых экономических психологов, проведённого в течение нескольких предшествующих месяцев. Работы студентов оценивали отечественные и зарубежные специалисты.

Атмосфера форума была творческой, работа — продуктивной, а предложенный организаторами формат (круглые столы, лекции, мастер-классы) — оптимальным, что и позволило участникам продержаться все три дня в славном городе Саратове.

В качестве полезной информации для тех, кто интересуется экономической психологией: Саратовский государственный социально-экономический университет издаёт международный научный журнал «Психология и экономика»; Байкальский государственный университет экономики и права издаёт научный журнал «Психология в экономике и управлении». Оба журнала молоды, их появление весьма симптоматично — оно отражает процесс интеграции двух дисциплин. Также существует сайт «Экономическая психология в России» (http://econpsy.narod.ru).

КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ПОЛИТИКА СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

А. П. Романова, С. Н. Якушенков, С. А. Дахин, М. А. Топчиев, О. С. Якушенкова[1]

В статье дан философский анализ понятийного поля проблемы культурного наследия, выявлены сложности его дефиниции и структурирования. Показано изменение влияния культурного наследия на экономику современного мира. Обозначены перспективы развития культурного менеджмента на федеральном и региональном уровнях.

Ключевые слова: культурное наследие, материальное и нематериальное культурное наследие, культурный менеджмент, экомузеи, экономузеи.

The article deals with the definition of the meaning of the term «cultural heritage». There are philosophical aspects of it and all problems of its structural field. The authors analyze the impact of cultural heritage on the economy of the modern world. They underline the perspectives of development of cultural management on the federal and regional levels.

Key words: cultural heritage, cultural management, tangible and intangible cultural heritage, ecomuseums, economuseums.

Двадцатое столетие изменило наши взгляды на культуру в целом и на культурное наследие в частности. Мы уже давно не воспринимаем культуру

---

[1] Романова Анна Петровна — доктор философских наук, профессор, директор гуманитарного института Астраханского государственного университета (АГУ). Эл почта: aromanova_mail@mail.ru.

Якушенков Сергей Николаевич — доктор исторических наук, заведующий кафедрой истории зарубежных стран АГУ. Эл. почта: shuilong@mail.ru.

Дахин Сергей Дмитриевич — аспирант кафедры культурологии АГУ. Эл. почта: dakhin_mail@mail.ru.

Топчиев Михаил Сергеевич — аспирант кафедры политологии АГУ. Эл. почта: dc_mail@bk.ru;

Якушенкова Олеся Сергеевна — студентка специальности «Культурология» АГУ. Эл. почта: jestershadow@mail.ru

Статья выполнена в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг., проект «Сохранение культурного наследия в полиэтничном регионе» (№ 2010–1.1-303-019-043).

как просто правила поведения или как некоторые институты, которые развиваются под управлением Министерства культуры России. Следует отметить, что только в русской да, может быть, китайской традиции, существует понятие «культурный человек», причем это выражение невозможно перевести ни на один из европейских языков. В то же время и понятие «культурное наследие» не всегда определяется одинаково в разных странах, и существуют большие расхождения в понятийном поле этого термина.

Например, английский термин «наследие» (heritage) достаточно многослоен. Он переводится и как собственно «наследование», «наследие», и как «традиция», и как (в библейском варианте) «церковь» и «древний народ Израиля». Эта семантическая многогранность свидетельствует о том, что данный феномен представляет собой особую **систему** ценностей. Однако отсюда и сложность его дефиниции, которая в данном контексте тоже многослойна. Во-первых, это многоаспектность самого термина «наследие» (heritage) в английском варианте, что не упрощает его понимания. Во-вторых, дело усложняется наличием богатого терминологического поля проблемы и путаницей в использовании понятий. Термин «культурное наследие» в западной традиции вписывается в широкий и довольно сложный терминологический ряд: «cultural heritage», «cultural patrimony», «cultural property», «physical cultural resources», «indigenous», «traditional knowledge», «folklore». В западной литературе с размежеванием этой терминологии возникают серьезные трудности» [5, с. 14]. В-третьих, терминологический анализ в данном случае является не просто софистическим теоретизированием «по поводу». От выбранного и устоявшегося на официальном уровне понятия, его объема и контекста зависит культурная политика не только отдельных государств, но и мирового сообщества в целом, а отсюда и то — *что, где, когда* и *как* мы будем сохранять.

Из этого понятийного ряда три термина почти тождественны в русском переводе: «cultural heritage», «cultural patrimony», «cultural property». Их традиционно в текстах переводят как «культурное наследие». Однако словари дают возможные варианты и нюансы их перевода. Так, для термина «cultural patrimony» есть вариант перевода — церковное имущество или семейное наследие. Нет и какой-либо единичной убедительной расшифровки объема понятия «cultural property» (культурная собственность, культурное достояние), которое наиболее часто использовалось в официальных документах ЮНЕСКО и научной западной литературе последней трети XX в. Двойственность перевода этого термина может сбить с толку, и велик соблазн воспользоваться термином «культурное достояние». Однако в русском языке объемы понятий «культурное наследие», «культурное достояние» и «культурная собственность» соотносятся несколько иначе, нежели английские «cultural heritage», «cultural patrimony», «cultural property». Русский термин «культурное достояние» является среди них наиболее широким и включает в себя как временные,

так и пространственные параметры. Если наследие в определенных случаях семантически может иметь негативную окраску (тяжелое наследие тоталитарного режима), то термин «достояние» имеет ярко выраженную положительную аксиологическую характеристику. Термин достояние несет на себе также характер всеобщности. Он чаще всего применяется крупномасштабно — достояние республики, нации, страны.

Однако контекст употребления термина «cultural property» в официальных документах и теоретических работах 1970–1980-х гг. приводит нас к выводу о том, что он употреблялся в смысле «культурной собственности». Под ним (в русском переводе — «культурное наследие») традиционно понимались вдающиеся памятники истории и культуры, прежде всего недвижимое наследие, собственность. Это связано с принятием в 1972 г. на XVII сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия и появления перечня культурного наследия ЮНЕСКО. К культурному наследию на тот период ЮНЕСКО были отнесены памятники — произведения архитектуры, монументальной скульптуры и живописи, элементы или структуры археологического характера, надписи, пещеры и группы элементов, которые имеют выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, искусства или науки; *ансамбли* — группы изолированных или объединенных строений, чьи архитектура, единство или связь с пейзажем представляют выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, искусства или науки; *достопримечательные места* — произведения человека или совместные творения человека и природы, а также зоны, включая археологические достопримечательные места, представляющие собой выдающуюся универсальную ценность с точки зрения истории, эстетики, этнологии или антропологии [2]. В этом аспекте термин «immovable cultural property» (недвижимая культурная собственность) был достаточно определен и понятен. Однако здесь возникал целый ряд проблем. Объем данного понятия был ограничен, и огромный пласт человеческой культуры, требующий бережного внимания и сохранения, выпадал из поля зрения официальных структур. Все чаще в научных кругах возникала мысль о включении в объем понятия «cultural property» и движимых объектов. Тогда оно становилось более широким и операбельным. Однако понятие культурной движимой собственности, включавшей в себя объекты искусства, книжные редкости и т. д., охватывало целую сферу политических, религиозных и прочих интересов. Встал вопрос о том, кому принадлежат «перемещенные» ценности, украденные, вывезенные в течение веков в другие страны. В 1986 г. Дж. Мэрриман в статье «Два подхода к культурной собственности» [7] выделил две парадигмы в разгоревшихся на тот момент дебатах о движимой культурной собственности. Одна парадигма была построена на признании всех объектов искусства, археологии, этнографии общечеловеческим культурным достоянием и их местоположение независящим от первоначальных прав собственности и национальной юрисдикции.

Другая парадигма привязывала все культурные ценности к стране их происхождения и делала их узконациональным достоянием. Таким образом, термин «cultural property» имел свои ограничения и внутренние подводные камни. Уже тогда становится понятным, что этот термин не охватывает всей полноты и богатства обозначаемого объекта, а понятие собственности существенно ограничивает его применение. То, что работало для обозначения недвижимых объектов культуры, не работает в более широком контексте. Стало ясным, что в глобализирующемся и бурно унифицирующемся мире из культуры народов истекает то, что очень трудно материализовать и обозначить как памятник, ансамбль или достопримечательное место. Это нечто нематериальное, неуловимое, что является основой нашей национальной самоидентификации и что заложено первоначально в самом английском термине — традиции, обычаи и т. д. Понятие «cultural property» (культурная собственность) постепенно начало сменяться понятием «cultural heritage» (культурное наследие) в европейских конвенциях и в принципах, на которых они основаны, и одновременно обозначило смену культурной политики» [6, с. 12].

В ноябре 2001 г. появляется Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии, а в 2003 — Международная конвенция об охране нематериального культурного наследия (принята на 32-й сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО, Париж, октябрь 2003 г.).

Термин «cultural heritage» превращается в культурный концепт. Он выходит за рамки терминологии и становится необходимой составной частью культурного пространства, «многомерной ментальной единицей с доминирующим ценностным элементом»» [1]. Как концепт он начинает определять, формировать под себя окружающее его пространство, выстраивать культурные, этнические, религиозные, политические цепочки взаимодействия в соответствии со своим содержанием. Достигнув уровня концепта, «культурное наследие» не только выявило всю ценностную значимость, но и начало процесс конструирования социальной реальности вокруг себя. Если на культурфилософском уровне «культурное наследие» («cultural heritage») — это концепт, то на социальном оно превращается в социальный институт.

Только сейчас, в начале XXI в., значимость объектов культурного наследия для человечества выявляется с особой яркостью. Мы наконец-то начинаем осознавать, что наше культурное наследие — это сложное соединение материальных и нематериальных элементов культуры, обладающих совокупностью ценностей, которая значима уже своим многообразием. Культурный объект может представлять собой социальную, духовную, религиозную, этическую, эстетическую, археологическую, антропологическую, экономическую ценность. Причем эти ценностные характеристики могут проявляться в объекте в различных сочетаниях и пропорциях и «очень часто находиться в конфликте»» [8, с. 15]. Мы начинаем понимать, что любой проект по сохранению

культурного наследия должен рассматривать свой объект не только в системе ценностей, но и в совокупности контекстов (социального, культурного, экономического, географического, административного).

Таким образом, объект культурного наследия перестал пониматься как отдельная церковь, историческое здание, или монумент. Он стал включать в себя и ландшафт — природный, культурный, социальный, и совокупность традиций, и даже отдельный ритуал или поселение, сохраняющее традиционный уклад жизни, а также эпос, предание, уникальный музыкальный инструмент или тип музицирования.

Как первый фактор институционализации появляется перечень объектов нематериального культурного наследия, куда включены более 90 разнообразных объектов, в том числе система музыкального исполнения мугам (Азербайджан), музыкальный инструмент дудук и игра на нем (Армения), Геледе — традиционная церемония народности йоруба с танцами и песнопениями в масках (Бенин, Нигеря, Того), ритуалы, верования и практика целительства племени кальявая в Андах (Боливия), священный индонезийский кинжал — крис, искусство его изготовления и применения, опера «Куньцюй» (Китай), театр «Кабуки» (Япония), карнавалы и процессии в Бельгии, Франции, Боливии, Бразилии, традиция разведения тягловых быков и изготовления расписных повозок (Коста-Рика), традиционная обработка крестов и ее символика (Литва), культурная среда площади Джамаа-эль-Фна (город Марракеш, Марокко), культурная среда и устное творчество семейских (Забайкалье, Россия), якутский героический эпос «Олонхо», рисунки аборигенов Вануату на песке и т. д.

Как это ни парадоксально, но общая онтологическая ценность многих объектов культурного наследия проявляется в современном мире прежде всего через осознание того факта, что они представляют собой экономическую ценность. Социальный институт культурного наследия начинает конструировать экономическое поле под себя. Если во второй половине XX в. Запад вкладывал финансы в первую очередь в промышленную и сырьевую экономику, банковское дело и т. д., так как культурная сфера считалась недостаточно рентабельной, то к концу XX в. все риски такой однобокой политики стали явными. Поскольку для многих территорий на Западе сырьевая экономика перестает давать стабильный доход и постепенно приходит в упадок по мере исчерпания сырья, то территории естественно начинают искать новые формы экономического развития. Культурное же наследие априори является «неисчерпаемым сырьем». Однако для того чтобы давать наибольший доход, эта сфера экономики должна перейти из сырьевой в производящую готовый продукт. Для этого нужна продуманная высококлассная инфраструктура, сформированная с учетом последующих инноваций.

К началу XXI в. правительства многих стран пересматривают свою политику в этой области, приходя выводу, что все большее количество рабочих мест должно быть отдано этой сфере. Пока это еще небольшой процент для промышленно развитых стран. В США это 2,4%, в Англии — 4,5%. Однако существует динамика роста. Исследования показали, что за произвольно взятые 3 года (с 1999 по 2002 г.) процент вовлеченных в сферу культурного менеджмента в Европе вырос с 2,0 до 7,0% [4, с. 67].

Растущая индустрия культурного наследия на Западе имеет несколько составляющих. В связи с тем что проблема чрезвычайно широка и сложна, а объекты хрупки и требуют особой заботы, необходима постоянная научная работа по теоретическому осмыслению всего комплекса проблем, приоритетных целей и наилучших методик. Этим занимаются ведущие специалисты Запада, в Лос-Анджелесе активно работает Институт консервации Гетти, осуществляющий грантовую поддержку многих проектов по всему миру. Институт в 1990-х гг. начал серию публикаций по анализу и оценке ценностей культурного наследия, маркетинговой политике в этой области. Лаборатории и центры такого профиля, как, например, созданный в Санкт-Петербурге в 1994 г. при совместной поддержке Института консервации им. Гетти, администрации города и Российской академии наук Международный центр по сохранению культурного наследия, стали открываться во всем мире и вышли за рамки только проблем музеефикации.

Проблема сохранения культурного наследия превратилась в глобальную не только потому, что практически почти все страны мира подключились к этому процессу и появились десятки зарубежных исследований [3][2], которые подробно изучают, что, как и по какой технологии нужно сохранять, а самое главное, потому, что все современные процессы привели к новому взгляду на эту проблему. В настоящий момент на Западе проблема сохранения культурного наследия перестала оставаться прерогативой узких специалистов, оценивающих историческую или эстетическую ценность памятника как музейного объекта с точки зрения специальных искусствоведческих критериев.

Эта проблема выходит за рамки узкопрофессиональной, поскольку культурное наследие является достоянием человечества и требует всеобщего осо-

[2] См. также: Smith L. Cultural Heritage: Critical Concepts in Media and Cultural Studies. Routledge, 2006; Yehuda E. Kalay, Thomas Kvan, Janice Affleck. New heritage: new media and cultural heritage . Routledge, 2008; Hoffman B.T. Art and cultural heritage: law, policy, and practice. London: Cambridge University Press , 2006; Navrud S., Ready R.C. Valuing cultural heritage: applying environmental valuation techniques to historic buildings, monuments, and artifacts. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2002; Van Grieken R., Janssens K. Cultural heritage conservation and environmental impact assessment by non-destructive testing and micro-analysis. CRC Press, 2004; Bell C., Robert K. Paterson, Protection of First Nations Cultural Heritage: Laws, Policy, and Reform. UBC Press, Vancouver, 2009; Kasten E. Cultural heritage: property of individuals, collectives or humankind? Halle: Max-Planck-Institut, 2002; Cameron F., Kenderdine S. Theorizing digital cultural heritage: a critical discourse. Boston: The MIT Press, 2007 и т. д.

знания этого факта через подключение к данному процессу широкой общественности, так называемого гражданского общества, поскольку каждый объект наследия имеет как символическую, так и экономическую ценность. Он перестает быть просто фактором сохранения культурного кода или памяти того или иного этноса или муниципального объединения. Включенный в глобальную систему культурного туризма он начинает функционировать как экономический фактор: давать рабочие места и приносить доход. Он становится не только самоокупаемым, но и прибыльным. Объекты культурного наследия приобретают статус социального и культурного капитала. Кроме трансляции знаний и сохранения культурной памяти они работают и на стабилизацию экономической ситуации в регионе и экономическую перспективу.

Но и здесь не все так просто. Пересечение сфер сохранения культурного наследия и культурного туризма, с одной стороны, приносят большие дивиденды обеим сторонам. Доходы от культурного туризма помогают сохранять объекты культурного наследия и способствуют их пропаганде. А культурный туризм становится массовым и прибыльным только при грамотной работе с культурными объектами. Однако очень часто туристические потребности отрицательно сказываются на сохранении самого наследия. Поток туристов превращает традиции и церемонии малых народов в шоу, тем самым теряется их истинное значение и даже изменяется структура, поскольку ряд элементов этих церемоний совсем не зрелищны, да и очень часто закрыты для непосвященных, но чрезвычайно важны для сохранения культурной картины мира этноса. Культурный же туризм требует экзотичности, яркости, простоты восприятия. Остатки архаических элементов смешиваются с современными технологиями, появляются культурные симулякры.

Проблема культурных симулякров непроста. Этическая оценка культурного симулякра не всегда возможна. Встает вопрос, что можно считать таким симулякром? Является ли им музейный макет или реконструкция какого либо культурного объекта? Является ли им заново отреставрированный, но внешне превратившийся в новодел архитектурный памятник? При переходе какой грани реставрация объекта переходит в создание симулякра? И что лучше — разрушенный первозданный памятник или получившийся в результате реставрации новодел-симулякр?

Один из таких великолепно сделанных симулякров авторы видели в Китае на острове Хайнань. Это этническая деревня народа мяо, которая на самом деле представляет собой зрелищный аттракцион для туристов, причем не столько внешних, иностранных, сколько внутренних. Сами представители племени работают как цирковые артисты и шоумены. Но, к сожалению, воссозданной реальной этнической деревни мяо, пусть даже как музея, мы не увидели. В данном случае симулякр работает на социальную и экономическую компоненту культуры мяо, он дает рабочие места и чувство собственной значимости участ-

никам шоу, однако не способствует сохранению самой культуры. Казалось бы, этот вопрос можно решить достаточно просто. Почему бы в одном пространстве не существовать двум вариантам традиций — как шоу для туристов и как истинной церемонии. В некоторых случаях, как, например, с поселениями амишей в США, это стало возможным, поскольку поселения пускают туристов в определенные дни и даже в это время продолжают жить своей жизнью, не обращая внимания на любопытствующих. Однако и в их среде уже встает вопрос о закрытии своих поселков для туристов. В других же случаях шоу вытесняет настоящую традицию. Недаром церемония карнавала Геледе в Бенине, Нигерии, Того включена в реестр нематериального культурного наследия ЮНЕСКО именно потому, что жители опасаются ее выхолащивания перед лицом туристической угрозы. Поэтому к каждому объекту культурного наследия надо относиться чрезвычайно аккуратно и подходить с индивидуальных позиций, оценивая его как в комплексной системе ценностей, так и в совокупности всех перечисленных контекстов. Более того, необходимо учитывать и тот факт, что наряду с объектами мирового и федерального уровня существуют объекты регионального, муниципального, локального значения. Для данной местности они играют не многим меньшую роль, чем Парфенон для мировой культуры. Таким объектом может быть, например, известное только в данном регионе сакральное место, с которым связаны легенды и сказания. Фиксация этого места как объекта культурного наследия может сыграть для муниципального объединения принципиальную роль. Возьмем, например, малоизвестный десять лет назад провинциальный умирающий город Мышкин, который в результате консервации своих памятников и организации туристических потоков сумел выжить в сложное для России время и сохранить свое региональное культурное наследие.

Осознание изменившейся ситуации необходимо как на федеральном, так и на региональном уровне, в том числе и на уровне гражданского общества. Недостаточно создания или приведения в порядок законодательной базы, хотя это важный и нужный шаг, без которого ситуация не сможет развернуться в принципе. Необходимо параллельно и изменение сознания самих представителей гражданского общества. Однако ситуация внезапного озарения или просветления здесь явно не сработает, нужна обширная, планомерная образовательно-просветительская работа и создание системы «зеленой улицы» для тех, кто собирается активно включиться в этот процесс. Так, объявленная в США программа по восстановлению «главных улиц маленьких городов в Вирджинии вызвала вложение частных инвестиций больше чем на 55 миллионов» [4, p. 22] прежде всего потому, что была введена огромная налоговая скидка. Это создало почти 13000 рабочих мест в регионе. Западные правительства связывают с реконструкцией культурного наследия политику поощрения частных фирм и домашних хозяйств к модернизации их собственных помещений или жилья в духе этого наследия. Это способствует превращению ста-

рых домов в маленькие музеи, кафе с историческим, а не псевдоисторическим антуражем, в маленькие фермы, где законсервированы старинные технологий производства продуктов или вещей.

Поэтому не только для сохранения самих памятников, но и для расширения возможностей малых предприятий по ретрансляции культурного наследия создаются исследовательские лаборатории, которые занимаются сопутствующими этой деятельности исследованиями: воссозданием строительных материалов, например, брусчатки, плинфы, черепицы, изразцов для реконструкции, воссозданием старинных технологий — ковки металла, ковроткачества, плетения из ивовых прутьев и т. д.

Для пропаганды этих знаний и навыков в Испании созданы «школьные семинары». В процессе реставрационно-восстановительных работ новые работники в течение минимум трех лет приобретают нужные знания и навыки, работая не только с самим памятником, но и с окружающей средой, зданиями, рукотворным и природным ландшафтом. «Молодые мастера получают и теоретическое, и практическое обучение в процессе участия в работах, и в конце нормального трехлетнего периода «школьного семинара» они могут идти дальше, чтобы работать с другими фирмами или в других секторах экономики, начиная с общественных работ, где они могут использовать свои приобретенные навыки. Система «школьного семинара» достигает трех целей: восстановление наследия; создание, модернизация и передача навыков и ноу-хау и более высокое качество продукции во всех секторах экономики через распространение такого знания» [4, p. 61]. Такие же семинары были введены, например, на Канарских островах, где туризм нанес тяжелые потери в культурном наследии. Рекламные щиты, здания отелей, не вписывающихся в традиционную архитектуру, начали вредить этническому ландшафту и привели к активизации политики по сохранению культурного наследия.

В модернизацию программы сохранения культурного наследия вписываются и музеи. Создаются новые формы музеев: экомузеи, экономузеи и интерпретирующие центры.

В системе экомузеев на первый план выдвигается этнографическое или индустриальное наследие региона. Экомузеи представляют свои коллекции в символических формах. Их росту способствуют три фактора: децентрализация, которая привлекла внимание к этнографическому наследию регионов и небольших поселений; появление организованного рынка народного искусства с системой менеджеров, критериями оценки и просчитанным спросом и предложением; повышенный интерес к археологическим находкам доцивилизационного периода человеческой истории и возможностями реконструкции. Однако экомузеи, по мнению зарубежных авторов, интересны в основном местным жителям и привлекают мало туристов из-за рубежа и других регионов [4, с. 64]. Кроме того, они часто сталкиваются с серьезными организацион-

ными и финансовыми трудностями, а также проблемами в области интерпретации культурных находок.

Термин «экомузеи» известен и в Канаде, и в США, но в этих странах преимущественно развиваются центры интерпретации. Это своего рода организационные центры, основной задачей которых является пропаганда культурных знаний и навыков. Они могут осуществлять свою деятельность в различных видах, необходимых покупателю, в том числе и в виртуальных. В отличие от экомузеев они выходят за рамки территории или какого-нибудь отдельного производства. Они работают на будущее региона или страны в целом, выполняя просветительские функции, прежде всего в молодежной среде.

В отличие от экомузеев, термин «экономузеи» еще недостаточно известен, хотя сами такие музейные образования успешно существуют и осуществляют функцию сохранения культурного наследия. Это небольшие фирмы и мастерские с культурной коннотацией и оборудованием, которые, выпуская традиционную для данной местности продукцию, демонстрируют систему производства, где посетители могли бы посмотреть, а в ряде случаев и поучаствовать в процессе. Это, по сути симбиоз мастерской и интерпретирующего центра. Реконструированное старинное ветхое здание становится основой для воссоздания ремесленного процесса и не сносится, а продолжает жить в новом качестве.

России, имевшей всегда несколько абстрагированную аксиологию, очень трудно избавиться от советского понимания наследия. Памятники принадлежали народу и, находясь на балансе государства, были бесплатным духовным достоянием народа, убыточным экономически, поскольку духовность и убыточность практически понимались как синонимы. Включение духовных ценностей в экономический контекст и выражение их в материальном эквиваленте было вне пределов русского менталитета. Отсюда финансирование большинства памятников по остаточному принципу и в большинстве своем их плачевное состояние. Наш исконно русский интеллигентский антипрагматизм мешал осознать, что в современном мире именно экономическая составляющая культурного наследия в большинстве случаев помогает проявить и сохранить его культурную ценность.

Если на федеральном уровне тяжелая государственная машина и пока еще слабо выраженное гражданское общество все же медленно, но поворачиваются лицом к культурному наследию, представляющему собой общемировой уровень, то проблемы регионального культурного наследия не всегда должным образом оцениваются, хотя очень часто именно для регионов культурное наследие должно стать социальным и культурным капиталом в прямом и переносном смысле.

Особо сложной является проблема осмысления места культурного наследия в поликультурном регионе. В отличие от мультикультурализма, который

не имеет длительного временного вектора, поликультутрные регионы обладают как традицией совместного проживания на протяжении нескольких веков, так и историческим материальным и нематериальным культурным наследием. При наличии тенденций изменения ситуации поликультурности на мультикультурность подчас бывает трудно сохранить статус-кво исторического культурного наследия. Однако это именно те неисчерпаемые ресурсы, которые могут обеспечить региону и его муниципалитетам дальнейшее экономическое развитие.

Астраханский регион поликультурен. В определенном смысле это классика поликультурности. На протяжении нескольких веков он складывался как культурная мозаика, синтез Востока и Запада. Здесь проблема сохранения культурного наследия имеет свою специфику. Она многомерна. Первый пласт проблем — это наличие богатейшей археологической истории (Хазарский каганат, Великий шелковый путь, Сарай-Бату, Хаджи-Тархан), которая была настолько грандиозна и интересна, что мы как потомки, живущие на этой территории, не имеем права не считать ее элементом культурного наследия. В то же время эти культуры не оставили хорошо сохранившихся готовых культурных памятников, как, например, в Мексике, Перу или Египте. Раскопки, консервация и музеефикация этих объектов требуют огромных капиталовложений. В том виде и при тех технологиях, которые существуют сейчас, они не могут стать объектом массового культурного туризма. Вопрос финансирования решается сложно и появляется соблазн создания культурного симулякра, как это сейчас происходит с Сарай-Бату. На наш взгляд, нужно привлечение гражданского общества к широкому обсуждению этой проблемы и поиску путей ее решения.

Второй пласт — культурное наследие, связанное с Астраханским кремлем и реконструкцией Белого города. При грамотной реконструкции и создании культурного ландшафта это может стать еще одной жемчужиной в ожерелье культурного наследия региона, а может быть, и всей России. Третий пласт проблем — изначальная полиэтничность нашего края, которая позволяет увидеть в едином ансамбле культурное наследие различных этносов, что создает, с одной стороны, уникальные возможности, прежде всего для районов и муниципальных образований региона, с другой стороны, возникают и определенные проблемы в расстановке приоритетов.

При глобальности нерешенных проблем некоторые изменения в процессе сохранения культурного наследия региона все же имеются. Появляются экомузеи — музей арбуза в г. Камызяке, музей казачьего быта в с. Енотаевка, музей Курмангазы в с. Алтынжар. Продолжается реконструкция Астраханского кремля с фрагментами живого музея в процессе процедуры включения его в реестр памятников всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. В зачаточном состоянии находится идея интерпретирующего центра, воплощенного пока только в гравюрной мастерской в Астраханской государственной картин-

ной галерее им. П. Догадина, где посетители могут увидеть процесс создания гравюры и поучаствовать в нем. Однако практически отсутствуют экономузеи, которые на данный момент чрезвычайно привлекательны для туристов.

Библиографический список

1. *Карасик В.И.* О категориях лингвокультурологии // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. Волгоград, 2001.
2. Рекомендации об охране в национальном плане культурного и природного наследия. ЮНЕСКО, 16 ноября 1972 г. URL: // http://www.art-con.ru/node/1718
3. Cultural Heritage and Development: A Framework for Action in the Middle East and North Africa Published by World Bank, Washington, DC, USA.
4. *Greffe X., Pflieger S., Noya A.* Culture and Local Development. Los Angeles: Getty Conservation Institute, 2002.
5. *Hoffman B. T.* Art and cultural heritage: law, policy, and practice. New York: Cambridge University Press, 2006.
6. *Manleo F.* Cultural property and cultural heritage: a battle of concepts in international Law // International Review of the Red Cross. 2004. June.
7. *Merryman J. H.* Two Ways of thinking about Cultural Properties // American Journal of International Law. 1986. Vol. 80, No. 4, October.
8. *Randall M.* Values and Heritage Conservation. Los Angeles: Getty Conservation Institute, 2000.

ПРОБЛЕМА АГРЕГИРОВАНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ АКТОРОВ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЫНКА

Д. В. Щеглова[1]

Статья посвящена анализу ключевых проблем функционирования политического рынка. Опираясь на концепции моделей рынка, школы общественного выбора, позитивистский и неоинституциональный подходы, автор делает попытку проанализировать процесс агрегации интересов каждого гражданина в «общую волю», коммуникативные процессы, происходящие при этом, а также те явления асимметрии и неблагоприятного отбора, которые характерны для политического рынка в современных условиях.

Ключевые слова: политический рынок, агрегация, управление мотивацией, модели рынка, асимметрия информации.

This article covers analysis of the key problems of political market functioning. The author tries to analyze the process of civil interests aggregation into the «mass will», communication in it, and also the asymmetry and unfavorable order phenomena (based on the theory of social chose, positivism, and neoinstitutional approach) which are typical for political market in modern conditions.

Key words: political market, aggregation, motivation management, models of the market, asymmetry or the information.

В политической теории есть два понятия — политический рынок и политический маркетинг, которые зачастую используются как синонимы, однако это не совсем верно. Политический маркетинг — это, прежде всего, маркетинг, используемый применительно к целям и задачам политической борьбы. Политический маркетинг «характеризует деятельность, предпринимаемую для создания, поддержания или изменения отношения общественности к конкретным политическим деятелям, партиям или движениям» [5, с. 18]. В узком смысле политический маркетинг — это система воздействия на избирателей с целью получения власти.

При обосновании значимости политического маркетинга ряд авторов проводит аналогию между рекламой товаров в бизнесе и кандидатов в политике.

[1] Щеглова Дарья Владимировна – преподаватель кафедры социологии и политологии Воронежского государственного университета. Эл. почта: bruenen@mail.ru

Так, в политологической литературе можно найти идеи, основанные на концепции экономического человека. То есть человек, принимая политические решения (например, голосуя), руководствуется теми принципами, что и в магазине при выборе товара. Некоторые авторы говорят о тождестве коммерции и политики, маркетинга коммерческого и маркетинга политического [4]. Система политического маркетинга при таком подходе включает в себя политические теории, методы, приемы и способы изучения политической среды, а также пути формирования политических запросов и ожиданий, удовлетворение которых призвано влиять на поведение граждан.

При рассмотрении же политического рынка исследователи обычно говорят о системе производства и распределения политических товаров и услуг (идей, программ, стиля управления, имиджа лидера), относительно эффективно обеспечивающую согласование значительного числа интересов конкурирующих между собой продавцов (партий, политиков, бюрократии) и покупателей (избирателей, граждан).

Политический рынок понимается как поле для воздействия с помощью политического маркетинга — и как науки, и как механизмов воздействия на избирателей с целью получения власти. Таким образом, изучение политического рынка, всех происходящих на рынке процессов и операций является исходным моментом в теории и практике политического маркетинга. Цель изучения рынка — получить наиболее полную, надежную и достоверную информацию о состоянии и перспективах развития предложения и спроса, тенденциях рыночной конъюнктуры, степени удовлетворения спроса, действиях конкурентов, всего того, что необходимо для выработки политической стратегии и тактики поведения агента (актора) на рынке. В современной западной политологии политический рынок изучается с точки зрения школы «общественного выбора». В данном направлении широко известна и используется концепция рыночной модели, в которой политические отношения оцениваются как рынок власти.

Это самое общее понятие политического рынка, иногда это понятие сужают до рамок «избирательного рынка». Так, А. И. Ковлер, исходя именно из этого понятия, утверждает, что наиболее апробированный и простой способ изучения «избирательного рынка» — статистическая обработка опубликованных социодемографических данных по избирательным округам или в целом по региону, стране, а также обработка данных выборов последних лет, сравнительный анализ результатов двух последних выборов или двух туров одних и тех же выборов [6, с. 102]. Однако автор не учитывает, что коммуникативные процессы, процессы «обратной связи», формирования предпочтений, мнений и мотиваций политических акторов не ограничиваются периодом избирательных кампаний. Более того, на поле политического рынка выступают и такие игроки, как общественные организации, гражданское общество. Несомненно то, что во всех подходах, ориентирующихся на рыночный механизм политического процесса, ключевым

субъектом политического рынка выступает индивид — его мотивы, предпочтения, экспектации, а также такие моменты, как трансформация индивидуальных ожиданий в коллективные, процесс политической коммуникации («обратная связь», уровень информированности и т. д.).

Механизмы принятия индивидуальных решений (в том числе и политических, если мы рассматриваем проблематику политического рынка), их трансформация в «коллективную волю», т. е. соотнесение индивидуального и общественного выбора, — необходимый и важный элемент функционирования политического рынка. Рассматривая поле политики через аналогии рыночных коммуникаций/механизмов, невозможно обойти проблему агрегирования предпочтений акторов при принятии решений. К ней также относятся такие элементы, как предпочтения, мотивация, ориентация, ценности индивида — политического актора. Так, в качестве примера можно привести выводы исследователей информационной экономики: продукты различны, если потребитель считает их различными, вне зависимости от того, различаются ли они на самом деле. И если потребитель не видит различий между товарами, по крайней мере, на момент покупки, то это — единый товар, и вполне уместно говорить о спросе на этот товар. Таким «товаром» в современном обществе выступают не только материальные блага, но и «символические ценности», услуги, то, что мы можем в целом обозначить как «политическое предложение» или «политический товар» (программы, планы развития, образы лидеров, партий, представительство интересов и т. п.).

История и методология вопроса

Во второй половине XX в. развитие политической науки, прежде всего в США, отмечено формированием новой и влиятельной исследовательской парадигмы, базирующейся на идеях неоклассической экономической теории.

Импульс к развитию современного экономического анализа политики был дан школой общественного выбора. Весомый вклад в теоретико-методологическое обоснование концепции общественного выбора сделал Э. Даунс, который считается классиком современного политико-экономического анализа. В своей основе теория общественного выбора, постулируя максимизацию выгоды индивида на основе рационального поведения, также задается вопросами о том, могут ли люди «переключать линию поведения» при переходе из частного сектора в государственный [7, с. 78]. Логично предположить, что его базовые мотивации и интересы остаются прежними. Меняются условия деятельности — правила, регламентации и прочее, но глубинные мотивы и побуждения человека неизменны. К таковым относятся *рационализм* и *эгоизм индивида* — две базовые категории. Однако для понимания теорий политического рынка с точки зрения методологии общественного выбора важны не только поведенческий, но и некоторые другие постулаты: *институциональный* — политиче-

ский рынок может возникнуть только в условиях представительной демократии (голосование + рыночный механизм). По аналогии с рыночной экономикой либеральная демократия определяется как система обменов, пространство совершения сделок, управляемое политическим соперничеством. *Постулат инструментальный* — все политические институты рассматриваются акторами (субъектами политического процесса) как инструменты для достижения значимых для них целей. *Постулат мотивационный* — политическое решение принимается на основе серьезного рационального осмысления вопросов публичной политики. *Постулат информационный* — актор (например, избиратель) имеет полную информацию относительно позиции других акторов (например, партий или кандидатов) по всем вопросам публичной политики. *Постулат предпочтений* — актор способен ранжировать свои предпочтения, последовательно оценивая предлагаемые ему политические альтернативы.

Основываясь на означенных постулатах, методологию общественного выбора группируют по нескольким уровням анализа и выдвижения гипотез [8, с. 15–17].

Уровень первый. Это гипотезы, согласно которым политические процессы уподобляются рыночным: в политике, как и в экономике, может разворачиваться свободная конкуренция, но при соблюдении следующих условий:

— атомизированности рынка (никто из его участников не должен быть силен настолько, чтобы воздействовать на другого участника);

— однородности продукта как синонима отсутствия монополии какой-то одной его разновидности (марки);

— свободного входа на рынок как синонима отсутствия монополистических барьеров;

— полной мобильности производственных факторов;

— полной гласности и исчерпывающей информации о состоянии рынка.

По аналогии с макроэкономическими процессами выдвигается предположение, что в политических процессах также существуют свои тренды, циклы, флуктуации; что политика имеет свою цену и т. д.

Уровень второй. Этот уровень объединяет гипотезы, в соответствии с которыми политический рынок представляет собой место выражения индивидуального политического выбора, сферу согласования политических спроса и предложения. Политические процедуры сравниваются с процессом обмена, а голосование рассматривается как показатель индивидуальных политических предпочтений, приобретающий функцию регулирования, эквивалентную функции цены.

Уровень третий. Третья группа гипотез относится к поведенческой рациональности индивида. Избиратели, кандидаты, партии, группы давления, бюрократия вторгаются на политический рынок не из стремления к реализации какой-то нормативной цели, а только вследствие того, что это соответствует

их личным интересам. Все политические акторы становятся участниками политической игры — покупателями и продавцами имеющихся у них общественных благ.

Поведение рационального избирателя отображено в знаменитой формуле Э. Даунса:

$$R = p \cdot B - C + D.$$

R в данной формуле обозначает чистую прибыль от участия индивида в выборах; *p* — незначительную вероятность того, что его голос окажет решающее воздействие на исход голосования; *B* указывает на общую пользу, извлеченную индивидом от участия в выборах, *C* — на общие затраты индивида, связанные с походом на избирательный участок; *D* — конкретную выгоду, связанную с посещением избирательного участка. Очевидно, что если *C* перевешивает все остальные члены уравнения, то избиратель от участия в голосовании воздержится.

Формула рационального голосования может реализовываться не только в ходе выборов. Граждане могут, например, одобрить или не одобрить в ходе референдума проект бюджета, закона о налоговом обложении и пр. Сравнивая возможную выгоду (увеличение социальных выплат) от принятия политического решения с затратами, которые придется понести (увеличение налогов), гражданин принимает выгодное для себя решение.

Как становится ясным из сказанного, анализ политики как рынка имеет несколько уровней, каждый из которых последовательно отражает базовые понятия рыночного механизма: среда, выбор, рациональность.

Мотивация рационального поведения и проблема агрегирования предпочтений

Следует подчеркнуть, что мотивация рационального поведения рассматривается авторами неоднозначно. Во-первых, мотивы рационального поведения могут быть какими угодно — вплоть до альтруистических или иррациональных. Суть проблемы в том, что мотивы индивидов их «подвижность» рассматривается исследователями в разных ключах. Так, согласно теории рационального выбора они стабильны, а вкусы (по отношению к базовым потребительским благам) постоянны, и если поведение людей изменилось, причины этого лежат не в иррациональности выбора, ценностных подвижках, а в изменении внешних условий. Этот постулат один из наиболее подверженных критике со стороны как функционалистов, так и позитивистов [8, с. 18].

Рынок, по утверждению позитивистов, является пространством свободных обменов между свободными индивидами. Поэтому его функционирование ведет к установлению некой точки равновесия, где никто не может получить односторонней выгоды, покупая что-либо или продавая. Однако эта точка

равновесия постоянно меняет свои координаты, ибо ситуация на рынке находится в постоянном движении.

Можно сделать вывод, что проблема политического рынка (а конкретнее — взаимодействие его акторов, осуществление коммуникации) не полностью раскрыта экономическими позитивистами. В их работах сложно найти ответы на такие вопросы, как:

— превращение индивидуальных предпочтений в коллективный выбор;

— выявление политических потребностей благодаря игре спроса и предложения;

— роль информационного принуждения/влияния и его место в концепции политического рынка;

— определение сфер рыночного взаимодействия, для одних из которых можно провести однозначные параллели с «полем политики», а для других надо разрабатывать отдельную, уникальную методологию и т. п.

Довольно сложен и ответ на вопрос, как агрегируются индивидуальные предпочтения в коллективные при принятии значимых решений в сфере политики, как может повлиять на этот механизм принцип «маркетизирования» поля политики? Ответ на этот вопрос ищут аналитики давно. Проблема агрегирования индивидуальных предпочтений и их артикулирования в наилучшее, всеми принимаемое решение была рассмотрена еще К. Эрроу. В 1960-х гг., пытаясь обойти парадокс Кондорсе [2, с. 120], Эрроу пришел к формулировке собственного парадокса. Состоит он в том, что «единственным правилом построения коллективных решений является совершенно недемократическое диктаторское правило, т. е. коллективное решение всегда должно совпадать с мнением одного из избирателей» [11, p. 45]. Однако то, что может быть рационально для конкретного избирателя, далеко не всегда рационально для принятия коллективного решения. Следовательно, достижение оптимума на политическом рынке невозможно.

Свой вариант решения проблемы трансформации индивидуальных воль в коллективную предложил Дж. Коулмен: поскольку не существует математической возможности сразу принять оптимальное, удовлетворяющее всех решение, постольку всегда существует шанс обменять контроль за результатами, которые нас интересуют мало, на контроль за результатами, которые нас интересуют гораздо больше [1, с. 63].

Возвращаясь к критерию Кондорсе, который также используется для оценки правил агрегирования предпочтений, необходимо обозначить, что если альтернатива *A* предпочтительна по сравнению с *B* для большинства избирателей, она должна быть предпочтительна и для общества. Но как было показано К. Эрроу, этот критерий приводит к парадоксу зацикливания, и он не может

рассматриваться в качестве универсального, в отличие от условий и выводов теорем Эрроу и Гиббарда — Саттерсвайта.

Очевидно, что для перехода от индивидуальных предпочтений к общественным требуется какой-то механизм агрегирования первых во вторые. Необходимо сконструировать этот механизм таким образом, чтобы он обеспечивал транзитивность общественных предпочтений.

К. Эрроу предложил четыре минимальных требования, которым этот механизм должен отвечать.

1. Неограниченная область определения (unrestricted domain). Иногда этот принцип переводят на русский как «универсальность». Его смысл заключается в том, что механизм агрегирования индивидуальных предпочтений в общественные действует для любой комбинации индивидуальных предпочтений. Для любого из них существует функция общественного благосостояния как способ трансформации индивидуальных предпочтений в общественные. Говоря математическим языком, в общем случае такая функция имеет неограниченную область определения (отсюда и название принципа).

2. Отсутствие диктатуры (non-dictatorship). Диктатор определяется как некто, чей выбор между парами альтернатив является решающим, т. е. определяющим общественный выбор независимо от предпочтений других. Например, если для индивида 1 x предпочтительнее y и если обществу, независимо от предпочтений индивидов 2 и 3, присуща такая же система предпочтений, то индивид 1 — диктатор.

3. Принцип Парето (Pareto principle). Здесь этот принцип можно сформулировать следующим образом: если каждый предпочитает x по отношению к y, тогда x должен быть предпочтительнее y и для общества.

4. Независимость от не относящихся к делу альтернатив (independence of irrelevant alternatives). Пусть общество предпочитает альтернативу x альтернативе y. Затем предположим, что некое индивидуальное упорядочивание предпочтений изменилось таким образом, что оно оставляет неизменным предпочтения каждого индивида между x и y. Тогда общественное предпочтение x по отношению к y должно сохраниться. Так, изменение z в индивидуальных предпочтениях не должно само по себе изменить характер общественного предпочтения между x и y (иначе говоря, z — посторонняя альтернатива при выборе между x и y).

К. Эрроу показал, что не существует такой функции общественного благосостояния, которая удовлетворяет всем четырем условиям и одновременно способна обеспечить транзитивность общественных предпочтений. Таким образом, любая попытка выработать набор правил, который трансформирует индивидуальные предпочтения в общественные и удовлетворяет этим четырем требованиям, невозможна.

А. Гиббард и М. Саттерсвайт независимо друг от друга доказали теорему, что для трех и более альтернатив всякое Парето — оптимальное, неманипулируемое (защищенное от стратегий) правило общественного выбора является диктаторским. Правило агрегирования считается манипулируемым, если голосующий, поведение которого рассматривается рациональным, может показать не истинные, а ложные предпочтения для более предпочтительного для себя исхода [9].

При этом не стоит забывать, что К. Эрроу придерживался ординалистского подхода, где выбор осуществляется в рамках бинарного подхода «лучше — хуже».

Кардиналистский подход предлагает количественную оценку альтернатив. Собственно, не имеет особого значения, какого подхода придерживаться, факт в том, что любое голосование будет манипулируемым. Иными словами, «не важно, чего вы на самом деле хотите, проголосуете все равно за то, что мы вам предложим». И дальше уже все сводится к мастерству «пропагандистов и агитаторов» [11].

Подобные выводы, звучащие довольно пессимистично, вызывают закономерный вопрос о том, что можно предпринять для решения этих проблем. Так, используя кардиналистский подход, У. Смит и К. Хиллингер уже в 2004 г. предложили свои правила агрегирования. По Смиту, в голосовании избиратель может выставить альтернативе любую оценку по непрерывной шкале в пределах [–1, +1]. Социальное ранжирование альтернатив определяется сравнением сумм индивидуальных оценок. Хиллингер, утверждая, что непрерывная шкала неприменима на практике, предложил дискретную трехзначную шкалу [–1, 0, +1] для выборов с большим числом избирателей и пятизначную шкалу [–2, –1, 0, +1, +2] для выборов в малочисленных экспертных комиссиях [3].

И Смит, и Хиллингер утверждают, что их правила удовлетворяют всем условиям Эрроу, и в то же время они не отрицают, что эти правила не являются защищенными от стратегий.

Таким образом, решение проблемы пытаются найти в возможности увеличить количество альтернатив, которые может выбрать избиратель. Более того, это увеличение должно соответствовать уже упомянутому критерию Парето, т. е. следует считать, что любое изменение, которое никому не причиняет убытков и которое приносит некоторым людям пользу (по их собственной оценке), является улучшением.

Рассматривая политиков и партии как «продавцов», а избирателей как «покупателей», мы получаем такую модель, которая позволяет объяснить, как должен действовать политический класс, чтобы эффективно осуществлять свои функции. При этом главной и оригинальной чертой рыночного подхода к политике, политического маркетинга является не столько массированное использование приемов убеждения, продвижения «товара», сколько определенное

психологическое состояние человека, постоянно изучающего, анализирующего, сомневающегося. Именно поэтому мы уделяем столь много внимания проблемам коммуникации, принятия индивидуального и коллективного решений при анализе поля политики на основе рыночных категорий.

Подводя итог рассмотрению рациональных поведенческих алгоритмов ряда политических акторов, отметим, что лежащие в основе теории политического рынка предположения во многом отражают реальную ситуацию, однако справедливы они далеко не для всего корпуса избирателей и политиков. Если брать только избирателей, то эти предположения справедливы лишь для меньшинства: немногие люди подходят к выборам рационально, рассматривая их как средство достижения индивидуальной эгоистической цели. Решение идти на выборы и голосовать за определенного кандидата очень часто является результатом не рационального расчета, а эмоционального порыва, связанного с различными чувствами. Многоликость выгоды, которую может получить избиратель, проголосовав на выборах, иногда, как бы это парадоксально ни звучало, ставит под сомнение ценность самой процедуры как механизма демократического политического процесса.

Та роль, которую в принятии индивидуального решения при голосовании играют общезначимые вопросы, достаточно важна, но результаты очень редко представляют собой однозначную директиву (вектор) для выработки общей государственной политики.

Все рассмотренные модели требуют, чтобы индивидуальный избиратель мог ранжировать предлагаемые ему политические альтернативы в порядке, который его устраивает. Дальнейшее функционирование модели опирается на это ранжирование как устойчивое и переходящее от одних выборов к другим. Жизнь, однако, показывает, что рядовой избиратель не так сильно интересуется политикой, чтобы иметь устойчивые, не изменяющиеся от одних выборов к другим, предпочтения по большинству общезначимых проблем. Даже если определенные предпочтения у избирателей имеются, это не означает, что люди смогут не изменить своих позиций против мощной пропагандистской кампании, что они способны устоять против убеждения. Подобные факты доказывают, что выборы не могут рассматриваться как простое агрегирование предпочтений избирателей, как это постулируют позитивисты.

Выбор политического актора и проблемы асимметричности информации на современном политическом рынке

Критерий рациональности политического выбора, основывающийся на утверждении, что главное для избирателей — конкретные политические проблемы и способы их решения, конечно, логичен и имеет право на существование. Но он, как было уже отмечено, справедлив для незначительной части избирателей. Предпочтения большинства имеют другую природу и структуру.

Об этом говорят результаты многочисленных исследований, подтверждающих, в частности, что предпочтения партий и кандидатов гораздо более устойчивы, чем предпочтения конкретных политических альтернатив.

Также не подтверждается современными исследованиями и предположение относительно полной информации избирателя о партиях и кандидатах. Большинство избирателей очень поверхностно информированы о структуре и деятельности исполнительных и законодательных органов, выдвигаемых свои программы. И дело здесь не в том, что избиратели недостаточно умны, а в том, что получение и осмысление политической информации связано с весьма ощутимыми затратами сил и времени. Именно поэтому действие и мотивация избирателей зачастую оказываются стереотипизированными и мифологизированными, подвергаются воздействию идеологий и оказываются низкорационализированными.

В идеальной модели политического рынка акторы взаимодействия рассматриваются как наделенные одинаковой информацией о товаре и взаимодействующие на основе этой информации. И продавцы, и покупатели знают, что товар (в том числе и политический) неоднороден в качественном отношении, знают, какие качественные характеристики и в каких количествах встречаются в общей массе товара, но не знают индивидуальных свойств отдельных единиц товара. Ситуация осложняется, когда продавец и покупатель располагают различной информацией о качестве продаваемых единиц товара, т. е. информация распределена между участниками сделок асимметрично. Здесь типичным является случай, когда покупатель оценивает качество товара статистически, а продавцу известно качество каждой единицы товара индивидуально.

Основы теории рынков с асимметричной информацией были изложены в статье Дж. Акерлофа, показавшего значение этой теории для анализа различных рынков — труда, страхования, кредитов и др. В свое время «лимонные» автомобили Акерлофа доказали, что коммуникативный эффект при реализации товара, является основным, а наличие/отсутствие информации — тот фактор, который может привести к подвижкам спроса и предложения на рынке товаров и услуг [10].

Неблагоприятный отбор

Асимметрия информации в действительности распространена весьма широко; вероятно, не будет преувеличением сказать, что в той или иной мере асимметрия информации присутствует на всех рынках, только в одних случаях ее действие ничтожно, в других — весьма значительно. Но кто бы ни обладал большей полнотой информации — продавец или покупатель, асимметричное распределение информации приводит к полному или частичному вытеснению с рынка «хороших» товаров «плохими». Это явление получило название *неблагоприятного отбора* (здесь чувствуется некоторый дарвинистский принцип биологического отбора — выживает сильнейший). Ущерб от неблагоприятного

отбора терпят и продавцы хороших товаров, и покупатели — словом, участники всех рынков, на которых этот эффект оказывается значительным.

Риск недобросовестности

К неблагоприятному отбору близок по своим последствиям другой эффект, возникающий в тех случаях, когда объектами рыночных сделок становятся контракты, действующие в течение более или менее длительного срока и также связанные с асимметрией информации. Такого типа контрактами может служить в политической сфере предвыборный процесс, когда избиратель, выбирая партийную программу (или кандидата) «платит» ему своим голосом, а затем ждет выполнения условий. Говоря же о риске недобросовестности, мы подчеркиваем, что речь идет об изменении поведения субъекта после заключения контракта, когда другой участник сделки не в состоянии проконтролировать поведение своего контрагента (например, вопрос контроля победившего кандидата со стороны избирателя).

Преодоление информационной асимметрии

Асимметрия информации, как мы видим, снижает эффективность рынка в целом. Но прежде всего она невыгодна продавцам хороших товаров. Они заинтересованы в том, чтобы покупатель мог выделить их товар из общей массы товаров, предлагаемых на рынке. Этой цели служат различные сигналы.

Казалось бы, проще всего проинформировать публику о качестве товара, непосредственно объявив об этом, например, в рекламе. Однако такое объявление не является эффективным сигналом, так как его одинаково легко сделать как продавцам действительно хорошего товара, так и всем прочим. Чтобы сигнал был эффективным, требуется выполнить следующее условие: продавцу хорошего товара значительно легче подать такой сигнал, чем продавцу плохого, и это должно быть понятно покупателю.

Механизмом контроля за недобросовестностью является и процесс отзыва кандидата корпусом избирателей, однако это достаточно сложная процедура. Преодоление асимметрии в политической сфере остается вопросом открытым. Несомненно, она оказывает значительное влияние при принятии индивидуального решения, и «продавцы» политического «товара» это отлично понимают, поэтому использование каналов массовой коммуникации — один из ключевых моментов при рассмотрении концепции политического рынка.

Более того, информационная асимметрия может базироваться и на ограниченности ресурсов. Неодинаковая возможность доступа к информации (условия закрытой, кулуарной информации) — немаловажный фактор при формировании мотивов действий и осознания своих интересов. Еще в 1980-е гг. ученые-семиологии и структуралисты, говоря об идеологии и процессе выбора личности, говорили о принципе наименьшей информированности (Н. Луман, Дж. Томпсон). Так, если индивид осознает только одну-две альтернативы

(в процессе), то вероятность, что он выберет одну конкретную, простую (массовую), очень велика. Если же индивид обладает всем спектром информации то процент вероятности выбора какой-либо конкретной стратегии, пусть даже поддержанной большинством, снижается. В таких случаях при анализе используется понятие саймоновской «ограниченной рациональности», когда индивид действует вполне рационально, но в очень урезанных информационных и ресурсных условиях.

К примеру, если описать подобным исследовательским языком ситуацию в современной России (после 2000 г.), то можно отметить несколько особенностей: присутствие асимметричности на рынке «политической информации», односторонность политической коммуникации, повышающийся уровень идеологизации как инструмента формирования мотиваций поступков и установок граждан.

В заключение отметим, что рассмотрение агрегации интересов, формирования мотивов политического действия с позиции рационализации и при помощи рыночной методологии не приводит к схематизации действий индивидов, как может показаться на первый взгляд. Подобный анализ нацелен, во-первых, на уяснение процессов формирования мнений, предпочтений и установок политического «потребителя», а во-вторых, ставит во главу угла фактор информированности и анализа процесса коммуникации как основополагающего фактора отношений на «политическом рынке». Последнее немаловажно в условиях становления информационного общества, в котором мы живем.

Библиографический список

1. *Алескеров Ф. Т., Ордешук П.* Выборы. Голосование. Партии. М.: Академия, 1995.
2. *Бадентэр Э., Бадентэр Р.* Кондорсе (1743–1794). Ученый в политике. М.: Ладомир, 2000.
3. *Васильев С. А., Жанаева, А. С.* Общественный выбор на множестве расщепленных индивидуальных предпочтений. URL: http://svasiljev.boom.ru/arrow. pdf
4. *Гаджиев К. С.* Политология: учебник для студ. вузов. М.: Логос, 2005.
5. *Ильясов Ф.* Политический маркетинг: Искусство и наука побеждать на выборах. М.: ИМА-Пресс, 2000.
6. *Ковлер А. И.* Политический маркетинг во Франции // Технологии избирательных кампаний. М.: Наука, 1993.
7. *Коновалов В. Н.* Экономика и политика. Ростов н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 1995.
8. *Морозова Е. Г.* Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М.: РОССПЭН, 1999.
9. *Сент А.* Как возможен общественный выбор // Nobel Prize Foundation, 1998. URL: http://www.econ.pu.ru: 9081/wps/wcm/resources/file/ebf4b4076ea1f98/resource1.pdf
10. *Akerlof G. A.* The market for «lemons» Quality uncertainty and the market mechanism // Quart. J. Econ. 1970. Vol. 84.
11. *Kenneth J.* Arrow Social choice and individual values, John Wiley & Sons, Inc., New York, London, Sydney, 1963. URL: http://cowles.econ.yale.edu/P/cm/m12–2/index. htm

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

К. В. Акулич[1]

В статье представлены основные концепты социальной рекламы в рамках современного политического процесса. Автор определяет характеристики социальной рекламы, концептуализирующие её в политическом процессе, проводя дифференциацию целей коммерческой политической и социальной реклам. Проведен также анализ состояния социальной рекламы в современной России и даны рекомендации по её концептуализации и повышению эффективности.

Ключевые слова: социальная реклама, концептуализация, политический процесс, дифференциация.

The article presents the basic concepts of social advertising in the modern political process. The author defines the characteristics of social advertising, conceptualizing it in the political process, to differentiate the purposes of commercial political and social ads. Also conducted analysis of PSAs in Russia today, and gives recommendations on its conceptualization and improve efficiency.

Key words: social advertising, conceptualization, the political process, differentiation.

В настоящее время существует множество концептов социальной рекламы. Однако в условиях дифференциации социальных наук, в том числе политологии, становится необходимой концептуализация понятия социальной рекламы в ряде различных сфер деятельности, например, в политическом процессе. Это тем более актуально, что именно динамичная политическая сфера является полем наиболее частого использования социальной рекламы.

По мнению автора, концептуализация понятия социальной рекламы в современном политическом процессе наиболее актуальна. Согласно ст. 3 Федерального закона РФ от 13 марта 2006 г. «О рекламе» «социальная реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц

[1] Акулич Ксения Владимировна – соискатель кафедры государственной политики и государственного управления Кубанского государственного университета, преподаватель филиала Кубанского государственного университета в г. Геленджике. Эл. почта: akulichkv@yandex.ru

и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [11]. В законодательно закрепленном определении социальной рекламы значительная часть его содержания совпадает с определением рекламы. Отличие социальной рекламы состоит в указании на цели ее использования: благотворительные и иные общественно полезные цели, а также достижение интересов государства. Как считает С. Я. Овчинникова, непросто выделить социальную рекламу среди различных видов и подвидов коммерческой и политической рекламы. Ее цели и задачи зачастую смешивались с целями и задачами других видов рекламы, а также журналистики. Так, мобилизация населения в период военных действий, проведение кампаний по сбору средств и пожертвований в равной степени могут относиться и к политической, и к социальной рекламе [10].

Существуют иные, отличающиеся от позиции Федерального закона «О рекламе» трактовки социальной рекламы. Так, известный исследователь социальной рекламы Г. Г. Николайшвили определяет социальную рекламу как вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям. Ее предназначение определяется как гуманизация общества, а миссия — как изменение поведенческих моделей, господствующих в обществе [9, с. 19]. Данное Г. Г. Николайшвили определение характеризует социальную рекламу через объект этого вида коммуникации, а именно актуальные социальные проблемы и нравственные ценности. В то же время указанный автор вводит в определение социальной рекламы такой важный элемент, как миссия данного вида коммуникации. Миссия в данном случае существенно уточняет объект. Из сказанного следует, что изменение поведенческих моделей, не связанных со спросом и предложением на товары и услуги, является главной характеристикой социальной рекламы. Именно поведенческие модели служат объектом современной социальной рекламы.

Р. В. Крупнов в своей трактовке понятия социальной рекламы также делает акцент на изменении поведенческой модели общества и понимает социальную рекламу «как вид рекламной коммуникации, цель которой — передача обществу социально значимой информации, направленной на формирование и изменение общественного мнения, социальных норм, моделей поведения. При этом сверхзадача данной коммуникации — вовлечение членов общества в решение социальных проблем, т. е. фактически вовлечение в процесс управления» [8]. Определение Р. В. Крупнова близко по содержанию к приведенному определению Г. Г. Николайшвили. В то же время Р. В. Крупнов акцентирует внимание на деятельностном аспекте, т. е. таком следствии социальной рекламы, как вовлечение граждан в решение социальных проблем.

Значительная часть отечественных исследователей социальной рекламы солидарны с ее определением через такой объект, как социальное поведение. Различия их трактовок связано главным образом с конкретизацией форм та-

кого поведения. А. Б. Белянин следующим образом характеризует социальную рекламу в своей диссертации: «В отличие от коммерческой и политической рекламы социальная реклама нацелена на выработку социального поведения, одобряемого обществом и способствующего его социальной интеграции. В широком смысле она является способом распространения социально значимых ценностей, а также стимулирования гражданской, и шире, социальной ответственности. Сегодня социальная реклама направлена на предотвращение опасных распространяющихся болезней, профилактику различных форм девиантного поведения, преодоление социальных дискриминаций и т. д.» [3].

Определение социальной рекламы через принципиальные ценности общества характерно для ряда ученых. Так, О. В. Аронсон констатирует: в своем современном значении социальная реклама — это проявление доброй воли общества, ее принципиальной позиции в отношении социально значимых ценностей. В развитых странах существует множество государственных и негосударственных программ, задействовавших социальную рекламу. Однако в России этот процесс идет по своему пути [1]. О. В. Аронсон выделяет социальную рекламу не по ее цели, а по объекту — социально значимым ценностям. Такой подход представляется нам более адекватным, не исключающим какие-либо проявления социальной рекламы, которые невозможно предусмотреть заранее. В то же время практическое применение предложенного О. В. Аронсон подхода предполагает наличие социального консенсуса о широком круге общественно значимых ценностей. Необходимо обратить внимание на такую выделенную О. В. Аронсон характеристику социальной рекламы, как ее динамичность, обусловленную быстрыми темпами социальной эволюции, усиливающей значение социальной рекламы и увеличивающей ее масштаб как вида коммуникации.

В своей работе О. В. Аронсон указывает на характерную для России чрезвычайно тесную связь социальной рекламы и политики: «Появившись на общественной арене в 1994–1995 гг. в виде проекта «Позвоните родителям», социальная реклама в чистом виде просуществовала недолго и сразу же стала «слугой» политики» [1].

Акцент на деятельностном аспекте социальной рекламы делает Ю. Л. Воробьев: «Намного продуктивнее выглядит все же вариант консенсусно-диалоговой сущности социорекламных коммуникаций. Не просто пропаганда социального продукта важна в столь деликатной сфере, а именно приглашение к взаимодействию с человеком, предусматривающее внимание к нему, его образу жизни» [4, с. 179]. По мнению этого автора, социальная реклама направлена на укрепление социальных отношений, на облегчение жизни людей, организацию взаимополезного общественного поведения. «Социальная реклама — дискурс о духовных, нравственных ценностях этого общества, из которого, конечно, не удаляются и социальные проблемы материального характера, физического здоровья, общего благополучия. Не удаляются, но к ним прилагают-

ся некие способы совместной борьбы, модели взаимопомощи, некие «социальные подпорки». Когда социальную рекламу ассоциируют с дискурсом, стоит заметить, что сам этот термин условно может интерпретироваться как речь + действие» [4, с. 180].

По мнению С.Я. Овчинниковой, одного термина для определения социальной рекламы недостаточно: «Вероятно, пользуясь лишь термином «социальная реклама», мы обречены на путаницу, подмену понятий. Грань между PR, агитацией, социальной рекламой зачастую трудноразличима. Вероятнее всего, целесообразней использовать несколько определений того, что мы понимаем под социальной рекламой» [10]. Автор напоминает, что термин «социальная реклама», являющийся дословным переводом с английского public advertising, используется только в России. А во всем мире ему соответствуют понятия «некоммерческая реклама» и «общественная реклама». Раскроем эти определения. Некоммерческая реклама — реклама, спонсируемая некоммерческими институтами или в их интересах и имеющая целью стимулирование пожертвований, призыв голосовать в чью-либо пользу или привлечение внимания к делам общества. В то же время общественная (социальная) реклама передает сообщение, пропагандирующее какое-либо позитивное явление. Профессионалы создают ее бесплатно (корректнее говорить об этической позиции отказа от прибыли), место и время в СМИ также предоставляются на некоммерческой основе [10].

Довольно широко распространен описательный подход к определению социальной рекламы, когда в дефиницию включаются все возможные характеристики феномена. С точки зрения С.С. Артыкуца, социальная реклама в контексте развития современных видов коммуникаций социологами рассматривается прежде всего как своеобразный феномен культурной коммуникации, коммуникативный ресурс управления социальными процессами, коррекции социокультурных процессов, формирования современного способа жизни, социологизации и воспитания молодежи, гуманизации общества [2, с. 50].

Политический аспект социальной рекламы, по мнению ряда авторов, основан на объективных интересах всех уровней власти. Ю.Л. Воробьев указывает: для власти, которая естественным образом озабочена сохранением своего статус-кво, стабилизацией социального пространства и, «по желанию», нуждами населения, более чем логична рациональная установка на поддержку и развитие социорекламной коммуникации с ее сугубо гуманистичским содержанием [4, с. 183–184].

Важнейшим звеном функционирования социальной рекламы является государство. Оно устанавливает законы, регулирующие социальную рекламу от момента создания до продвижения ее в общество. Государство также может выступать как заказчик социальной рекламы, поскольку именно на него возложена обязанность координации деятельности различных структур, просвещения

граждан, а следовательно, и распространение социально значимой информации. И.Ф. Зайнутдинов и Ю.Н. Дорожкин фиксируют роль государства в регулировании социальной рекламы: в настоящее время у государства есть возможность определяющего присутствия в социальной жизни страны и, в частности, в сфере регулирования социальной рекламы. В мировой практике задача государства в этом процессе — выявление актуальных приоритетов. Государственную социальную рекламу современной России условно можно разделить на две группы. Первая информирует население об объявленных правительством приоритетных социально важных задачах, о проблемах, требующих постоянной профилактической работы (например, в Башкортостане 2006 г. был объявлен правительством годом профилактики наркомании, алкоголизма и табакокурения). Вторая группа — социальная реклама собственно государственных, так называемых бюджетных организаций. Министерства и ведомства, используя свои административные ресурсы, сами определяют, какую рекламу им делать, где ее размещать [6, с. 157–158]. Н. Паршенцева подчеркивает особую роль государства в процессе осуществления социальной рекламы: «Социальная реклама содержит послания государства обществу и… запрос/призыв/требование относительно тех или иных сторон общественной жизни. В частности, платить налоги, служить в армии и пр. Естественно, здесь не исключаются и такие темы, как курение, алкоголизм, но активные действия в этом направлении ожидаются именно от государства» [12].

Некоторые авторы концентрируют внимание на том, что социальную рекламу необходимо рассматривать как социальную технологию. Этот аспект особенно важен в связи с целью данной работы. Так, А.В. Ковалева указывает, что социальная реклама как социальная технология играет важную роль в формировании определенных социальных, психологических и поведенческих стереотипов общества в целом, отдельных социальных групп и индивидов [7, с. 166].

Внимание отечественных исследователей привлекла взаимосвязь социальной рекламы и политической сферы. Интересную трактовку такой взаимосвязи дает А.В. Чигидин: «Следует признать, что социальная реклама является не просто некоей особой техникой информационной политики. Скорее, это всегда — феномен политический, но в то же время это — феномен политики массового общества, связанный тем самым в самой своей сути… со сложившимися институциями социальной массы и с деперсонализацией институтов власти. При этом деперсонализации сопутствует распыление, рассеяние очагов власти, в результате чего сам феномен политического возникает и поддерживается как эффект резонирующей сети. Сам феномен политического в собственно философском смысле связан с динамичным различающим соотношением сил, в результате которого учреждаются трансиндивидуальные институции, обслуживающие бытие-с-другими» [13, с. 469]. Таким образом, нужно констатировать существующую в науке точку зрения о взаимосвязи социальной рекламы с относительно новым и актуальным политическим процессом — деперсонализацией власти.

Автор данной работы вслед за А. А. Дегтяревым понимает политический процесс как «социальный макропроцесс, во-первых, характеризующий временную последовательность целостных состояний общения людей по поводу власти в пространстве ее легитимного поддержания; во-вторых, выражающий равнодействующий результат индивидуальных и групповых микроакций, то есть совокупной политической активности данного сообщества; в-третьих, включающий способы взаимодействия государства и общества, институтов и групп, политической системы и социальной среды, правительства и гражданина; и, в-четвертых, одновременно воспроизводящий и изменяющий структурно-функциональную и институциональную матрицу (иерархию правил и форм) политического порядка (системы)» [5, с. 149]. Такое широкое понимание политического процесса позволяет рассматривать большое количество аспектов социальной рекламы в этом процессе и дает возможность максимально полно осуществить концептуализацию социальной рекламы в политическом процессе.

По мнению автора, социальная реклама в политическом процессе концептуализируется путем определения таких ее характеристик, как:

– динамичность, понимаемую, во-первых, как изменение под воздействием динамики политического процесса, а во-вторых, как фактор динамики политического процесса;

– полисубъектность, включающую власть, бизнес-организации и некоммерческие организации;

– активность в том смысле, что социальная реклама способна определять не только настроения, но и действия людей и групп;

– масштабность, поскольку социальная реклама привлекает внимание к общезначимым, масштабным проблемам, в отличие от узконаправленной коммерческой рекламы.

Дифференциация коммерческой, политической и социальной рекламы оптимально осуществляется посредством определения их целей. Так, цель коммерческой рекламы — прибыль; цель политической — получение или сохранение властных полномочий; цель социальной — приобщение к духовным ценностям.

Для современной России характерна слабая дифференцированность социальной и политической рекламы. Это является результатом относительной неразвитости рекламной сферы, отсутствия ряда важных разграничений в данной сфере. Можно предположить, что по мере развития рекламной деятельности будет усиливаться ее дифференциация. Следует также констатировать, что реклама в России, появившись значительно позже, чем в традиционных рыночных государствах, уже восприняла некоторые современные тенденции. Одной из таких тенденций стало усиление социальных функций коммерческой и политической рекламы.

В России социальная реклама сформировалась в рамках бурного политического процесса конца 1980-х — начала 1990-х гг. До настоящего времени полноценный общественный заказ на социальную рекламу не сформирован. Отсутствуют актуализированные потребности в социальной рекламе, которые должны выражаться в ресурсах для ее создания и распространения, наличии постоянно взаимодействующих заказчиков, изготовителей, распространителей и потребителей такой продукции.

Автор полагает возможным сформулировать следующую рекомендацию: концептуализации социальной рекламы и повышению ее эффективности в современной России будет содействовать уточнение ее определения и основных признаков в действующем федеральном законодательстве по критерию цели.

Библиографический список

1. *Аронсон О. В.* Социальная реклама — это реклама не конкретного товара, а некоторого отношения к миру. Оно может проявиться только в долгосрочной перспективе. URL: http://www.advertme.ru/rek/23.
2. *Артыкуца С. С.* Украинская социальная реклама в структуре коммуникации // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Минск: Изд. центр БГУ, 2008.
3. *Белянин А. Б.* Социальная реклама как коммуникативный ресурс управления: дис.… канд. социол. наук. М., 2007.
4. *Воробьев Ю. Л.* Коммуникации в системе власти: PR и социальная реклама // Социальная политика и социология. 2008. № 1.
5. *Дегтярев А. А.* Основы политической теории. М.: Высшая школа, 1998.
6. *Зайнутдинов И. Ф., Дорожкин Ю. Н.* Социальная реклама в Республике Башкортостан: время институционализации // Вестник Башкирского университета. 2008. Т. 13, № 1.
7. *Ковалева А. В.* Социальная реклама: понятие и основные подходы к определению // Муниципальный мир. 2005. № 2.
8. *Крупнов Р. В.* Социальная реклама как инструмент управления социальными процессами: дис.… канд. социол. наук. М., 2006.
9. *Николайшвили Г. Г.* Социальная реклама в политическом процессе современной России: дис. … канд. полит. наук. М., 2009.
10. *Овчинникова С. Я.* Российский и зарубежный опыт развития социальной рекламы. URL: http://www.hf1.ru/808-rossijskij-izarubezhnyj-opyt-razvitija-sotsialnoj-reklamy.html.
11. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ // Российская газета. 2006. 15 марта.
12. *Паршенцева Н.* Социальная реклама. URL: http://www.gumer.info.php.
13. *Чигидин А. В.* Социальная реклама как антропологическая практика конституирования бытия-с-другим // Человек постсоветского пространства. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2005. Вып. 3.

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ ИЗБИРАТЕЛЯ ПОСРЕДСТВОМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Е. Г. Самородняя[1]

В статье рассматривается использование избирательной комиссией ресурсов сети Интернет, чтобы способствовать избирательному процессу, улучшая правовую культуру и участие в политической деятельности избирателей. Наиболее подробно речь идёт о том, как организовать такие формы взаимодействия с пользователями Интернета, как тест онлайн, голосование онлайн, осуществление передач на web-сайтах региональных избирательных комиссий.

Ключевые слова: интернет-тестирование, интернет-голосование, электронное голосование, онлайн трансляция, web-камера.

This article discusses the use of the electoral commissions of the resources of the Internet to facilitate the electoral process, improving the legal culture and political participation of the voter. The most detailed case of how to organize such modalities of interaction with the users of the Internet, as a test online, vote as online exercise programs on the websites of the regional voter-Commissions.

Key words: Internet-testing, Internet-voting, electronic voting, online translation, web-camera.

Буквально несколько десятилетий прошло с тех пор, как выборы в России начали проводиться действительно на альтернативной основе. Еще меньше времени избирательные комиссии как организаторы этих выборов работают на постоянной основе.

Время не стоит на месте. Уже и избирательный бюллетень — не просто лист бумаги, заверенный подписью члена участковой избирательной комиссии. Теперь это бланк строгой отчетности, защищенный несколькими степенями защиты, водяными знаками или голографическими марками.

Стремительно развивающийся мир информационных и инновационных технологий вступает в законные права. Так, на рубеже XX–XXI столетий в жизнь рядового россиянина прочно вошла глобальная сеть Интернет.

---

[1] Самородняя Елена Григорьевна – магистрант юридического факультета Кубанского государственного университета, главный консультант избирательной комиссии Краснодарского края. Эл. почта: samoro-dok2004@inbox.ru

Особенно восприимчивой к креативным новшествам и техническим новинкам оказалась наиболее социально активная часть населения России — молодежь. На эту категорию избирателей, граждан в возрасте от 18 до 35 лет, зачастую и ориентированы в своей агитационной деятельности претенденты на выборные должности. Накануне очередного избирательного цикла, с целью заручиться поддержкой наибольшего количества избирателей, существенно увеличивается «ассортимент» сайтов политических партий, растет число блогов общественных деятелей различных партийных «пристрастий».

Стремясь соответствовать требованиям, которые диктует современность, избирательные комиссии Российской Федерации — от Центральной до территориальной, активно используют возможности глобальной сети в качестве ключевого источника в деле информационного просвещения избирателей, повышения уровня их политической осведомленности и правовой грамотности. В 2003 г. впервые в соответствии с постановлением Избирательной комиссии Краснодарского края от 4 декабря 2003 г. №218, на портале ГАС «Выборы» (URL: http://www.krasnodar.izbirkom.ru) были размещены данные протоколов участковых избирательных комиссий об итогах голосования по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации IV созыва. Для Кубани это решение стало первым шагом на пути практической реализации посредством Интернета требований п. 5 ст. 3 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». С этого момента деятельность комиссии по подготовке и проведению выборов в полной мере можно назвать открытой и гласной.

К 2010 г. в России не осталось ни одной региональной избирательной комиссии, не обладающей своим интернет-ресурсом. Апробированные временем преимущества этого информационного источника ни у кого не вызывают сомнений. К ним относятся: оперативность размещения информации при практически неограниченных объемах материала, доступность для пользователя, возможность наладить двустороннюю связь с избирателем посредством интерактивных способов общения, применять мультимедийные и иные средства визуализации информации. Причем сайт избирательной комиссии давно перестал выполнять функцию информационного стенда, материалы которого могут не обновляться месяцами. Это «живой» ресурс, своевременность и актуальность материалов которого является залогом заинтересованности избирателей в избирательном процессе, их активности на выборах, вовлеченности в общественно-политическую жизнь региона.

Благодаря использованию ресурсов и возможностей сети Интернет при обучении кадрового резерва организаторов выборов, а также повышении уровня их профессиональной подготовки Избирательная комиссия Краснодарского края избавлена от необходимости тиражирования значительного количества тестовых буклетов и брошюр по избирательному праву. С 2010 г. на сайте крае-

вой избирательной комиссии существует раздел «Тестирование» [14], рассчитанный на различные категории участников избирательного процесса. Свои знания порядка осуществления избирательных действий и процедур дистанционным способом может проверить любой посетитель сайта. Для этого пользователю требуется только выбрать одну из четырех категорий, предложенных для самоконтроля: кандидат, представитель СМИ, избиратель, член избирательной комиссии и пройти регистрацию, указав свое имя и возраст (процесс достаточно формальный, так как необходим лишь для статистического анализа результатов). Ответив на 10 из 60 вопросов (специально составлены для каждого раздела и предложены путем случайной выборки) и ознакомившись с результатами теста, посетитель имеет возможность увидеть разделы, в которых его знаний недостаточно, попробовать свои силы вновь, заново пройдя нехитрую процедуру. За период с февраля по май 2010 г. возможностью дистанционного тестирования на сайте крайизбиркома воспользовались 398 чел. Помимо сайта Избирательной комиссии Краснодарского края возможность проверки правовых знаний (в различных вариантах исполнения) реализована на сайтах комиссий ряда других субъектов РФ (например, Ивановской области) [5], а также сайте Российского центра обучения избирательным технологиям при ЦИК России [15].

Нет смысла также отрицать очевидный факт: возможности Интернета таковы, что он способен изменить даже традиционный механизм демократии — голосование. Сегодня избиратель при помощи Сети может узнать, на каком избирательном участке ему предстоит проголосовать. В Краснодарском крае данная функция успешно реализована на сайте избирательной комиссии муниципального образования город Краснодар [8]. Внедрение данного сервиса в рамках региона в целом станет надежным дублером бумажных извещений с адресами избирательных участков, рассылаемых незадолго до дня голосования. В этом случае существенно снижается риск того, что приглашение не дойдет до адресата.

На сегодняшний день особенно интересна и притягательна для научных сообществ технология электронного голосования, или E-Voting technologies. Как отмечает А. Д. Давывов, под этим термином часто подразумеваются две различные технологии: так называемая «электронная урна» и интернет-голосование. В первом случае избиратель совершает практически те же действия, что и при обычном способе волеизъявления, но вместо бумажных бюллетеней он сталкивается с электронными терминалами, в то время как интернет-голосование дистанционно и мобильно [4, с. 59].

Что касается первого варианта, то практика его применения насчитывает уже около 10 лет. Впервые интернет-голосование было применено на предварительных выборах Демократической партии США в одном из штатов в марте 2000 г., где более 40% от всех участников голосовали через Интернет. В ноябре того же года в рамках Федеральной программы содействия выборам (Federal

Voting Assistance Program) с использованием Интернета проголосовали 84 избирателя, находившиеся за границей [1, с. 131].

Безусловно, к числу преимуществ дистанционного способа голосования следует отнести его доступность, оперативность, мобильность, отсутствие зависимости от погодных и иных неблагоприятных условий, которые могли бы стать препятствием при традиционном способе голосования. В отличие от целого ряда государств, таких как Франция, Швейцария, Канада, Великобритания, Эстония, где практика использования голосования посредством сети Интернет уже считается традиционной и в большинстве случаев закреплена на законодательном уровне, в России подобный способ волеизъявления только проходит свою апробацию, которая ведется с 2008 г. Изначально в качестве экспериментальной площадки были избраны 5 избирательных участков № 550–554 г. Новомосковска Тульской области. Этот факт широко освещался в электронных СМИ [2; 3; 7; 9]. Тогда избиратели после голосования на указанных участках имели возможность проголосовать повторно, только вместо избирательного бюллетеня получали компакт-диски, содержащие индивидуальный код доступа на специальный сайт. Таким образом, интернет-голосование могло быть осуществлено при помощи любого компьютера, подключенного к сети. Учитывая, что данная процедура осуществлялась в тестовом режиме, интернет-голоса, поданные почти 3 тыс. избирателей (около 62% от общего количества проголосовавших), не учитывались при подсчете итогов голосования, а были использованы в качестве эмпирической базы для дальнейших исследований.

В марте 2009 г. в электронном голосовании приняли участие уже 5 регионов РФ: Владимирская, Волгоградская, Вологодская, Томская области и Ханты-Мансийский автономный округ — Югра. Как подчеркнул член ЦИК России Г. И. Райков, в целом явка избирателей на избирательных участках, где проводился опрос, была выше, чем на других. Результаты показали, что люди психологически готовы к голосованию через Интернет, они проявляют интерес к проведению эксперимента [12, с. 19].

Тем не менее, как отмечают специалисты Центра безопасности Интернета в России, «главная опасность заключается в том, что системы онлайн-голосования могут атаковать киберпреступники, нарушая или блокируя весь процесс, а то и фальсифицируя результаты. Так, на указанных мартовских выборах система голосования была подвергнута хакерским атакам — всего их насчитали около 270 тысяч раз. Эта цифра настораживает, так как, если учесть, что проведенный эксперимент не имел юридической силы…» [16]. Эта проблема уже была затронута в 2005 г. руководителем Федерального центра информатизации при ЦИК России В. В. Ященко. Выступая на конференции Глобальной электоральной организации и Ассоциации организаторов выборов стран Центральной и Восточной Европы, он отметил, что на выборах Президента РФ и депутатов Государственной Думы на ГАС «Выборы» было зафиксирова-

но 1800 компьютерных атак через Интернет, причем 20% были из-за рубежа. По мнению руководителя ФЦИ, только физическое разделение базы данных с Интернетом и мощные способы и средства защиты интернет-комплекса позволили исключить искажение информации [17, с. 309].

Что же касается использования так называемой «электронной урны», то и в России данный метод успешно опробован. По заказу ЦИК России созданы и выпущены комплексы для обработки избирательных бюллетеней (КОИБ) и комплексы для электронного голосования (КЭГ). Данные технические средства призваны ликвидировать те непреднамеренные ошибки, которые могут возникнуть при ручном подсчете голосов. Их испытание состоялось в единый день голосования 14 марта 2010 г. в Рязани. Так, один участок был оснащен модернизированными КОИБ, второй — КЭГ, на третьем участке проходило голосование бумажными бюллетенями. Оценивая возможные перспективы оснащения техническими средствами избирательных комиссий, Г. И. Райков, выступая 19 марта 2010 г. на пресс-конференции в медиацентре газеты «Известия» на тему «Единый день голосования: о результатах применения перспективных технических средств на выборах», сказал: «К декабрю 2011 г., скорее всего, 50% избирательных участков будут оснащены модернизированными КОИБ, они лучше всего себя показали» [13].

Также содействовать открытости и гласности в деятельности избирательных комиссий призвано использование на избирательных участках web-камер, осуществляющих в день выборов онлайн трансляцию в Интернете хода голосования. Это решает одновременно несколько задач. Во-первых, таким способом обеспечивается возможность контроля за соблюдением требований действующего избирательного законодательства не только со стороны наблюдателей, доверенных лиц кандидатов, присутствующих в этот день на участке, но и избирателей, которые могут следить за процессом волеизъявления, не покидая своей квартиры, а также иностранных экспертов, находящихся в другом государстве.

Так, например, 1 марта 2010 г. за видеотрансляциями с избирательных участков в Республике Башкортостан, наблюдали пользователи не только России и стран ближнего зарубежья, но и Соединенных Штатов Америки, Германии, Норвегии, Китая и Канады. Трансляция осуществлялась на дополнительных выборах депутата Государственного Собрания — Курултая Республики Башкортостан по Дюртюлинскому одномандатному избирательному округу № 43 в помещениях шести участковых избирательных комиссий в период с 8 до 20 часов. Общее число обращений пользователей к страницам сайта в период трансляции составило чуть менее 25 тыс.

Помимо этого, как отмечает член ЦИК России Н. А. Кулясова, ни от наблюдателей, ни от избирателей, ни от пользователей Интернета в день голосования и в последующие дни не поступило ни одной жалобы на работу участковых избирательных комиссий республики [6, с. 68]. 1 марта 2009 г. по пути использо-

вания на избирательных участках web-камер пошли также избирательные комиссии Ставропольского края, Волгоградской, Ростовской, Томской областей, а также Ямало-Ненецкого автономного округа. Подводя итоги, Н. А. Кулясова положительно оценила результаты применения web-камер. Проведение видеотрансляции в день голосования из помещений участковых избирательных комиссий не только способствует повышению активности избирателей, уровня доверия кандидатов и общественных объединений, представителей СМИ к процессу голосования и подведению их итогов, но и представляет собой дополнительную форму контроля за ситуацией на участках в день голосования и препятствует нарушению избирательного законодательства [6, с. 79].

На территории Краснодарского края практика онлайн трансляций с участков в день голосования еще не нашла своего воплощения. Тем не менее в соответствии с рекомендациями ЦИК России, с учетом финансово-технической возможности на сайте краевой избирательной комиссии реализована возможность транслирования заседаний, посвященных рассмотрению жалоб и обращений граждан. В начале 2010 г. в тестовом, а с конца января в режиме реального времени крайизбирком транслирует свои заседания, не ограничиваясь только теми, которые посвящены рассмотрению заявлений избирателей. Из анонса, размещенного в новостной ленте сайта, посетитель может получить информацию о месте и времени проведения очередного заседания для того, чтобы своевременно выйти в Сеть.

В Краснодарском крае организаторами выборов возможности Интернета используются в самых различных направлениях. Так, например, в Кореновском районе для организации выборов депутата Молодежного парламента, срок полномочий которого истекал в марте текущего года, территориальной избирательной комиссией Кореновская было принято решение о проведении дистанционного голосования. Целью данного мероприятия стало повышение посредством «глобальной паутины» электоральной активности молодежи и интереса к политическим процессам, происходящим в молодежной среде района. Кроме того, это была первая попытка практического применения технологии электронного голосования (E-Voting) при формировании молодежного представительного органа. Для этого был создан специальный сайт, на страницах которого молодые люди, желающие выдвинуть свою кандидатуру, могли найти необходимый для этого перечень форм и бланков. Оформленные документы молодые кандидаты отправляли на электронную почту или лично предоставляли в территориальную избирательную комиссию Кореновская. Таким способом молодежной избирательной комиссией был зарегистрирован 41 кандидат. Сведения о них для ознакомления избирателей размещались на сайте в рубрике «Кандидаты». 14 марта 2010 г. в единый день голосования молодым пользователям Сети предлагалась альтернатива по выбору способа волеизъявления — как на сайте, так и с помощью sms-сообщений. При разработке сайта

были учтены все степени его защиты: невозможность повторного голосования ни с компьютера, ни с мобильного телефона.

Уже на 10 часов утра в день голосования количество посещений молодых избирателей составило 400 чел. В течение дня интерес к предложенной форме голосования значительно возрос. К концу дня количество проголосовавших виртуальных избирателей составило 2700 чел.

Подобного рода виртуальное голосование, пусть и молодежное, а также опросы при помощи лицензионных компакт-дисков, использование web-камер призваны подготовить общественность к серьезным переменам, происходящим в России. Избирательный процесс должен соответствовать духу времени и требованиям технического прогресса. За всю историю выборов избиратель прошел долгий путь от голосования камешками до голосования компьютерной мышью. Последнее видится наиболее актуальным в свете предстоящей отмены института досрочного голосования, инициированной 24 февраля Президентом Российской Федерации. Речь идет о законопроекте № 333279–5, принятом во втором чтении 12 мая 2010 г. депутатами Государственной Думы РФ, в соответствии с которым возможность досрочного голосования сохраняется только на участках, образованных в труднодоступных или отдаленных местах, на судах, находящихся в день выборов в плавании, а также полярных станциях. Внедрение в практику электронного голосования, на наш взгляд, способно разрешить ситуацию, когда избиратель в силу уважительных причин (ранее указанных в Законе) не мог явиться в день голосования на избирательный участок и осуществить свое конституционное активное избирательное право. Дистанционное голосование предоставило бы нашим соотечественникам, проживающим за рубежом, возможность принимать участие в политической жизни России. В настоящее время российская диаспора составляет примерно 26 млн чел., проживающих более чем в ста двадцати государствах мира, в том числе свыше 17 млн — на постсоветском пространстве, в первую очередь в Украине, восточных и северных районах Казахстана, в Киргизии, странах Балтии [11, с. 45]. Такое пополнение рядов российского электората было бы отнюдь не лишним, учитывая довольно низкий уровень активности избирателей на выборах.

Тем не менее на пути внедрения технических новшеств остается ряд препятствий. К числу основных следует отнести отсутствие законодательного регулирования процедуры электронного голосования, порядка использования web-камер и пр. Кроме того, чтобы на Кубани оснастить каждый избирательный участок web-камерой, Избирательной комиссии Краснодарского края понадобилось бы не менее 40 млн р., что представляется трудновыполнимой задачей. Однако будущее, безусловно, за дистанционным голосованием, применением дополнительных технических средств контроля. И деятельность в этом направлении в свете Послания Президента Российской Федерации Д. А. Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации

от 12 ноября 2009 г. [10] войдет в число приоритетных в работе всей системы избирательных комиссий, призванной гарантировать соблюдение избирательных прав граждан России, содействовать построению гражданского общества и развитию демократических институтов государства.

Библиографический список

1. *Алексеев Ю.М.* Интернет-технологии как фактор трансформации механизмов представительной демократии // Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология. 2009. Т. 9, вып. 1.
2. В Новомосковске проведут эксперимент мирового значения. Слобода. URL: http://www.tula.rodgor.ru/gazeta/719/live/4975.
3. Голосование через Сеть повысило явку в Новомосковске/и. а. РОСБАЛТ. URL: http://www.rosbalt.ru/2008/10/12/532053.html.
4. *Давыдов Д.А.* Интернет-голосование как электоральная политическая технология // Вестник Пермского университета. 2010. № 1 (9).
5. Интерактивная игра «Я — гражданин». Сайт избирательной комиссии Ивановской области. URL: http://www.ivanovo.izbirkom.ru.
6. *Кулясова Н.А.* О практике использования веб-камер на избирательных участках // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2009. № 11 (245).
7. Новомосковский эксперимент превзошел самые смелые ожидания. CentL. URL: http://centl.ru/? p=25050.
8. Определение номера избирательного участка/Сайт избирательной комиссии муниципального образования город Краснодар. URL: http://izb.krd.ru/www/izbirkom.nsf/webdocs/AAF43C718DDD5AE7C325738B001DFDB5.html.
9. Пионеры электронного опроса. Официальный сайт избирательной комиссии Тульской области. URL: http://www.tula.izbirkom.ru/way/933071/sx/art/932731/cp/1/br.
10. Послание Президента Д.А. Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации от 12 ноября 2009 года. URL: http://www.kremlin.ru/transcripts/5979.
11. *Раздобаров В.В.* О положении соотечественников в странах СНГ и их поддержке Российской Федерацией // Аналитический вестник. Сер. Межпарламентское сотрудничество. 2005. № 20 (272).
12. *Райков Г.И.* Мы опробовали новые виды опроса // Журнал о выборах. 2009. № 1.
13. Сайт Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. URL: http://www.cikrf.ru/newsite/news/cik/2010/03/19/raikov. jsp.
14. Тестирование. Сайт избирательной комиссии Краснодарского края. URL: http://izbirkom.krasnodar.info/testirovanie/index. shtml.
15. Школа молодого кандидата. Сайт Российского центра обучения избирательным технологиям при ЦИК России. URL: www.rcoit.ru/candidate/school.
16. Электронные голосования. Центр безопасности Интернета в России. URL: http://www.saferunet.ru/ruait/stories/detail. php? SECTION_ID=129&ID=675.

КОНТРТЕРРОРИСТИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СУБЪЕКТОВ В КОНТЕКСТЕ ВОСПРИЯТИЯ ТЕРРОРИЗМА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ

Н. Н. Миллер[1]

Молодежь, в том числе и студенческая, обычно рассматривается в качестве некоего объекта приложения разработанных без ее участия государством и иными субъектами стратегий в области безопасности. Вместе с тем, как показывают результаты исследований, выстраивание субъект-субъектных отношений между студенчеством и экспертами способно повысить эффективность деятельности «профессионального контртеррористического сообщества». Молодежь конфликтогенного Юга России, чьи «образы терроризма» часто рассогласуются с экспертными представлениями, не только служит «системой раннего предупреждения» террористической опасности и индикатором эффективности стратегий противодействия терроризму, но и сама вносит в последние вполне предметные рекомендации.

Ключевые слова: терроризм, стратегии, контртеррористическое партнерство, «образы терроризма», восприятие, студенческая молодежь.

Young people, including students, are usually regarded as an object to apply security strategies of government and other actors, developed without any youth's participation. However, in accordance with the research results, building «horizontal» relations between students and experts could increase the efficacy of «professional counter-terrorism community». The students of the highly conflict south of Russia, whose perception of terrorism often differs from experts'views, are not only able to function as an «early warning system» about incipient problems, or to indicate the effectiveness

---

[1] Миллер Николай Николаевич — кандидат политических наук, доцент кафедры международных отношений, мировой политики и международного права Пятигорского государственного лингвистического университета, руководитель лаборатории «Международные отношения и проблемы безопасности: теоретический и прикладной анализ, экспертиза и образовательные инновации». Эл. почта: millernick@yandex.ru

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда в рамках проекта РГНФ №09-03-00309а «Повышение эффективности «контртеррористических стратегий» заинтересованных субъектов через анализ восприятия терроризма студенческой молодежью».

of counter-terrorism strategies, but can also produce substantial recommendations for concerned actors.

Key words: terrorism, strategies, counter-terrorism partnership, «images of terrorism», perception, students.

Феномен современного терроризма нельзя отнести к числу обделённых научным вниманием. В частности, отечественными авторами детально освещены различные причины терроризма [2], проведён анализ предпосылок вовлечения населения в террористическую деятельность [11; 15]. Значителен пласт исследований процессов десоциализации молодёжи и причин экстремистского поведения [1; 3]. Отдельные авторы затрагивают проблему формирования антитеррористического сознания в молодёжной среде [7; 12]. Особый интерес представляют исследования терроризма как формы политического участия [13]. Анализ роли молодёжи в контексте проблемы противодействия терроризму содержится в ряде работ учёных Юга России, в том числе выполненных в ЮНЦ РАН [5; 6; 14]. Опубликованы материалы нескольких конференций, касающихся роли вуза и студенчества в противодействии терроризму [8].

Вместе с тем нам не встречалось ни одного исследования, посвящённого специфике восприятия феномена студенческой молодёжью, содержащего проработанную идею учёта этих особенностей в процессе формулирования политики противодействия терроризму. Более того, в сложившейся управленческой практике молодёжь зачастую рассматривается исключительно в качестве некоего объекта приложения стратегий, разработанных государством и иными субъектами без ее участия. В рамках полемики с такой позицией, а также с учётом необходимости восполнить пробелы в сведениях о студенческих «образах терроризма» и возник проект, который предполагал продолжение и развитие исследований позиций студенчества по актуальным социально-политическим проблемам, проводившихся в Пятигорском государственном лингвистическом университете в 2007–2008 гг.

Тогда анализировались две группы студенческой молодежи. Первая — участники молодежного симпозиума «Молодежь против экстремизма и терроризма, за гуманизм и сотрудничество», который действовал в рамках Международного конгресса «Мир на Северном Кавказе через языки, образование, культуру», состоявшегося на базе Пятигорского государственного лингвистического университета в октябре 2007 г. [10]. Эта группа, включавшая 25 студентов различных вузов ЮФО, целенаправленно рассматривала проблемы терроризма и экстремизма, проводила научные изыскания, активно участвовала в дискуссии, возникшей в ходе заседаний симпозиума. Вторая группа, исследование которой было призвано зафиксировать характеристики восприятия отдельных аспектов феномена терроризма «средним студентом», в неподготовленной студенческой аудитории, состояла из студентов младших курсов факультетов международных отношений и государственной службы и управ-

ления ПГЛУ, которые хотя и могли получить некоторое представление об указанной проблематике в ходе освоения ряда преподававшихся им дисциплин, но специально ее ранее не изучали.

Сведения о позициях первой группы собирались в результате анализа присланных на симпозиум материалов, выступлений с докладами и в свободной дискуссии. Участники симпозиума в своих работах и выступлениях во многом сформировали «повестку дня» для второй группы, поскольку большая часть вопросов при последующем ее анкетировании воспроизводила наиболее проблемные моменты дискуссии.

Вторая группа была сформирована методом случайной выборки из генеральной совокупности студентов 1–3-х курсов указанных факультетов; выбор факультетов был обусловлен тем, что специальности подготовки предполагали непосредственное участие будущих выпускников в процессах государственного управления, выбор курсов — возможностью анализировать характеристики студенческого сознания на начальных этапах социализации в вузе. Анкета, анонимно заполнявшаяся студентами, была ориентирована на выявление особенностей восприятия феномена терроризма в целом и проблематики взаимоотношений «государство — терроризм» в частности. В анкетировании участвовали 152 студента (39 юношей и 113 девушек) в возрасте 17–19 лет. Студентам предлагалось в течение получаса ответить на 7 закрытых вопросов и 5 вопросов, в которых хотя и имелось несколько готовых вариантов ответа, но в случае их неточного соответствия занимаемой позиции допускался и приветствовался собственный.

Что касается симпозиума, то он выявил глубокую заинтересованность молодежи в решении проблем терроризма и экстремизма и готовность предлагать такие решения. Толерантность стала наиболее часто используемой при обсуждении категорией, что, однако, не мешало участникам иногда высказывать далеко не толерантные суждения. Еще на этапе редактирования материалов симпозиума приходилось встречать предложения «сократить демографическую базу террористов» и тому подобные «решения» проблемы, по сути своей не менее экстремистские, чем действия, с которыми таким образом предполагалось бороться. Следует отметить, что в процессе дискуссии участники, саморефлексируя, пришли к выводу, что они не вполне соблюдают принципы, заложенные в название симпозиума, и существенно скорректировали свои подходы. В этой связи общим для всех стал тезис о необходимости культивировать в себе и окружающих чувство толерантности как активной нравственной позиции, направленной на признание и уважение других.

При поиске возможностей воплотить это требование в жизнь участники в первую очередь касались проблем семейного воспитания. Многие подчеркивали, что именно от «здорового состояния» института семьи как залога успешной социализации и развития гражданского самосознания личности зависит в итоге устранение или, по меньшей мере, снижение угрозы возникновения

экстремистских настроений в обществе. В ходе симпозиума большое внимание уделялось и образованию как одному из основных институтов, в рамках которых протекает процесс формирования мировоззрения молодежи.

При этом «эффективные решения» отнюдь не обязательно связывались с необходимостью внедрения принципиально новых, ранее не использовавшихся схем; напротив, в настроениях аудитории доминировало желание возврата к традициям как далекого, так и относительно недавнего прошлого. В частности, речь шла и о позитивных моментах советской системы образования и поддержки семьи (что было довольно неожиданно слышать от представителей поколения, не заставшего этой системы), о длительном историческом опыте мирного сосуществования и взаимообогащения множества российских народов и культур.

Состояние аудитории при обсуждении данных проблем можно было охарактеризовать как «идеологическую обездоленность» или «обделённость»; на этом фоне не могла не появиться рекомендация-призыв государству: ускорить работу по формулированию и внедрению государственной идеологии. Интересным представляется и то, что на предложение одного из участников симпозиума о коллективизме как ключевом принципе такой идеологии (с предварительной оценкой процесса навязывания российскому обществу индивидуализма и иных западных ценностей как способствующего усилению угрозы экстремизма), первоначально воспринимавшееся им самим как приглашение к острой дискуссии, практически не последовало возражений.

Проблема «государство и терроризм», постоянно возникавшая в процессе обсуждения, имела как внутри-, так и внешнеполитические коннотации. При этом доминирующая линия «терроризм как основная угроза государству» с логичным продолжением, касавшимся конкретных мер, позволяющих государству защититься от этой угрозы, все же не исключала рассмотрения альтернативы «терроризм как инструмент межгосударственной конкуренции и достижения целей государства». Двойные стандарты в решении вопроса о признании тех или иных организаций террористическими, возможность наличия у государств или элитных групп специфических интересов, максимально полно реализующихся только в условиях повышенной террористической опасности, — все эти проблемы не остались без внимания дискутировавших.

Аналогичным образом и позиция «терроризм — аморальный и преступный бизнес», занимаемая большинством участников, не обошлась без пусть и не получившей существенного развития, но все же озвученной оппозиции «терроризм — результат многочисленных несправедливостей нашего мира», предполагавшей если и не сочувствие, то понимание и допущение неких моральных оснований террористической идеологии.

В свою очередь анкетирование в целом не выявило существенных различий в принципиальных подходах опрошенных и участников симпозиума к исследуе-

мым проблемам, однако ряд ответов представлял интерес, в том числе и в плане таких сравнений, давая основания для неоднозначных интерпретаций [9].

Анкета, разработанная для научно-исследовательского проекта РГНФ 2009 г., была существенно расширена и специально сконцентрирована на проблематике терроризма, но включала в себя многие вопросы, которые задавались студентам в ходе предыдущих исследований. Поэтому результаты исследований могут быть количественно сопоставимы (с некоторой долей условности, связанной с различиями в выборках).

В рамках проекта наряду с анкетированием был проведен круглый стол (в отличие от предыдущих исследований — уже после частичной обработки анкет), в ходе которого студенты могли общаться с учеными, представителями органов власти и управления, ответственными за разработку и реализацию политики противодействия терроризму и молодёжной политики, религиозными деятелями [16]. Впоследствии оказалось, что и логика, и повестка обсуждения во многом буквально воспроизводили результаты симпозиума, хотя организаторами это специально не планировалось. Таким образом, был выявлен сохраняющий определенную устойчивость в студенческом сознании комплекс проблем, связанных с терроризмом.

Анкетирование по проекту РГНФ охватило 500 студентов 2–4-х курсов ПГЛУ (100 студентов факультета международных отношений, 100 — факультета государственной службы и управления, 300 студентов шести языковых факультетов). Анкета содержала 76 вопросов смешанного типа, призванных охарактеризовать в числе прочего «портрет студента» (пол, национальность, вероисповедание, материальное и семейное положение), характеристики нравственного сознания, влияние агентов вузовской социализации (для детального анализа последнего аспекта впоследствии был реализован второй этап анкетирования); подробно эти аспекты, а также методика и инструментарий анализа освещены членом исследовательского коллектива О.Ф. Волочаевой в сданной в печать работе [4]. Специфические вопросы по проблематике проекта касались прежде всего понимания сути явлений терроризма и экстремизма, гипотез по поводу детерминации этих феноменов и предпочтительных способов и средств противодействия им.

Значительная часть вопросов анкетирования была посвящена анализу доминирующих факторов в студенческой самоидентификации. «Конкуренция за лояльность» между многочисленными институтами, как следует из результатов, не всегда выигрывалась государством. Исследовались различные разделительные линии, интегрированные в идентичности. Например, показательны ответы на вопрос анкеты «Есть ли среди Ваших близких друзей представители другой этнической группы?» (утвердительно ответили 90%), «…другой конфессиональной группы?» (78%), «…граждане другого государства?» (72%), «…люди, чей уровень доходов существенно отличается от Вашего?» (82%). Очевидны

бóльшие лояльность и толерантность студентов в отношении этнической принадлежности, нежели конфессиональной. Граждан другого государства оказалось довольно мало, с чем и может быть связано то, что процент не так высок; при этом материальные аспекты, как выяснилось, существенно значимы в этом вопросе отнюдь не для мизерной аудитории.

Похожим образом (но с существенно более низкими значениями) распределились положительные ответы на вопрос о вероятности заключения брака с представителем другой этнической группы (62%), другой конфессиональной группы (40%), с гражданином другого государства (64%), с человеком, чей уровень доходов существенно отличается (66%): вновь конфессиональная принадлежность выступила ключевым сдерживающим фактором. При этом спокойно отвечают на вопрос собственной этнической принадлежности 77% респондентов, в то время как на вопрос о конфессиональной — менее 69%.

Внутренне противоречивыми оказались оценки отношений молодежи с государством. Так, к патриотам причисляют себя 82% опрошенных, из которых, однако, 74%, не задумываясь, эмигрируют, если им предложат более хорошую работу и жилье в другом государстве. Необходимо отметить, что активно и безвозмездно участвовать в реализации интересов Родины в меру своих возможностей готовы 74% респондентов (78% девушек и 63% юношей), еще 10% (8 и 21% соответственно) выражают готовность даже пожертвовать жизнью. Если же государство проводит несправедливую политику, то активно, но в рамках закона противодействовать этому собираются 75% аудитории; 16% не исключают возможности применения незаконных методов и только 5% не считают данное обстоятельство основанием для борьбы. В случае противоречия между интересами этнической группы и государства проживания будут придерживаться нейтралитета 48%, 32% примут сторону своей этнической группы и лишь 16% — сторону государства (13% девушек и 33% юношей).

Около 57% респондентов сочувствуют мигрантам и вынужденным переселенцам, что не мешает 43% из них выступать за ужесточение миграционного законодательства. Равнодушны 30% респондентов, из которых 57% высказались за его ужесточение, а 23% — за смягчение. Мигрантами и вынужденными переселенцами являются 6%, две трети из них ратуют за смягчение миграционного законодательства, а треть не видит необходимости в его корректировке. Испытывают неприязнь к данной социальной группе лишь 4% студентов.

Оценки студентами текущих характеристик ситуации в области безопасности не слишком оптимистичны. За последний год проявления экстремизма ощутили 47% респондентов, из которых 27% столкнулись с унижением и оскорблением из-за национальности или вероисповедания; 27% — с осквернением, разрушением памятников, храмов, могил; 21% — с провозглашением преимущественных прав одной нации или религии над другими. Около 18% респондентов стали свидетелями акций протеста с применением насилия:

поджогов, взрывов, уличных беспорядков; 14% — пропаганды фашизма, включая использование фашистской символики, одежды, приветствий; 9% — пропаганды экстремистских или террористических организаций; 6% — призывов к насильственному свержению президента, правительства.

Интерес представляют и образы террористов и экстремистов, рисуемые студенческой молодежью. Так, террористы — это люди, прежде всего преследующие цель решения своих материальных проблем (35% ответов), люди с низким уровнем образования (23%), люди, защищающие интересы своей этнической группы (19%). Ответы на вопрос о сущности экстремистов распределились так: обычными преступниками, осознанно идущими на нарушение закона, их считают 24%; заблуждающимися, безумцами — 17%; наемниками, несамостоятельными в принятии решений — 16%. Борцами за религиозные убеждения видят террористов лишь 6% респондентов; экстремистов как искренних и смелых людей, борцов с несправедливостью воспринимает лишь 1% опрашиваемых.

Причины экстремизма в молодежной среде, на взгляд студентов, заложены в недостатке внимания власти и общественных организаций к проблемам молодежи (11%), в плохом материальном положении (11%), в криминализации молодежной среды (11%); в агитационной работе организаций экстремистского толка (8%), а также в отсутствии организованного досуга (5%). Остальные респонденты указали совокупность перечисленных факторов.

Главным же мотивом, побуждающим молодежь вступать в экстремистские организации, незаконные формирования, респонденты считают отсутствие значимых жизненных целей и интересов (63%); в меньшей мере это материальная выгода, необходимость получения дохода при отсутствии возможностей нормального трудоустройства (24%) и «романтический ореол» идеологии экстремизма (6%). Необходимо заметить, что мнения мужчин и женщин по данному вопросу разошлись. Так, 69% женщин и 47% мужчин главную причину видят в отсутствии значимых целей и интересов, в то время как материальные соображения отметили 47% мужчин и 18% женщин.

Размышляя об эффективных методах борьбы с экстремизмом, респонденты наиболее часто выбирают карательные (37%) и социально-экономические меры (27%), менее действенной молодежи представляется контрпропаганда и идеологическая работа (22%) — это достаточно опасный сигнал ответственным за данную сферу. Вместе с тем студенчество, вероятно, отрефлексировало экономический кризис: по сравнению с итогами предыдущих лет, в 2009 г. наблюдалось заметное увеличение доли тех, кто видит в качестве причин проблемы и предпочтительных способов борьбы с ней экономические факторы и инструменты. При этом государство, по мнению опрошенных, для эффективной борьбы с терроризмом должно повысить качество работы спецслужб (31%), ужесточить наказания за терроризм (18%). Поддерживаются и предложения изменить внешнеполитический курс (14%), так как 39% полагают, что тер-

рористические акты в России связаны с активностью внешних деструктивных сил и целиком и полностью зависят от поддержки из-за рубежа, 46% — в некоторой степени и только 6% никак их не связывают, полагая, что они определяются интересами внутрироссийских акторов.

При этом студенты считают, что в ряду контртеррористических мер правоохранительных органов наиболее полезны перекрытие каналов финансирования террористического подполья (26%) и массовые профилактические мероприятия в среде потенциальных участников незаконных вооруженных формирований (14%). Операции по уничтожению лидеров отметили 11% опрошенных; 9% высказались за регулярные амнистии желающим добровольно отказаться от участия в незаконных организациях.

Необходимо отметить, что в большинстве ответов практически нет различий по гендерному признаку либо они весьма незначительны, в пределах 5%. Вместе с тем существенно расходятся мнения по поводу будущего современных государств. Например, в том, что государства должны сохраниться и остаться в текущих границах, уверены 58% девушек и 44% юношей; объединение в более крупные структуры (аналогичные ЕС) прогнозируют 31 и 44% соответственно. Неактуальность проблемы терроризма отметили всего 4% девушек и 16% юношей. При этом столкновения на национальной почве в месте проживания в ближайшее время прогнозируют 46% девушек и 26% юношей. 72% девушек спокойно отвечают на вопрос о своей конфессиональной принадлежности (80% — об этнической принадлежности), с ними согласны только 58% юношей (63% — относительно этнической принадлежности). Однако 11% юношей не отвечают на данный вопрос, считая его некорректным (против 1% девушек).

Достаточно прогнозируемы были ответы на вопросы о чувстве собственной защищенности. Вариант «безопасно только дома» отметили 42% девушек и 16% юношей. Везде и всегда ощущают себя в безопасности 38 и 58% соответственно. При этом вариант «нигде» выбрали 21 и 26%.

Считают, что все государства должны бороться с терроризмом, вырабатывая единые критерии отнесения организаций к террористическим и не допуская двойных стандартов, 96% девушек и 79% юношей. 21% юношей (против 4%) предоставляют каждому государству право не признавать террористической ту или иную организацию, отнесенную к таковым другими государствами, если это признание не отвечает его интересам.

Мужская часть аудитории более оптимистично смотрит в будущее. Так, в своей востребованности как специалиста уверены 79% юношей против 59% девушек, «поколением надежды» ощущает себя 89 против 79%.

Достаточно неожиданными оказались ответы на вопрос «Интересуются ли Ваши родственники Вашей учебой в вузе?». Варианты «нет» и «иногда» отметили 2 и 4% девушек, в то время как 100% родственников юношей регулярно

проявляют интерес к их учебе. Знают и участвуют в мероприятиях, организованных вузом с целью налаживания межэтнического и межконфессионального взаимодействия среди студенчества, 42% юношей и 22% девушек, в то время как знают и при этом не участвуют в них 32 и 62% соответственно.

Интересно, что материальное положение на первый взгляд крайне слабо влияет на выбор респондентами предпочтительных мер борьбы с терроризмом: и те, кто не испытывает материальных затруднений, и те, кому хватает только на самое необходимое, одинаково ставят на первое место в этой иерархии карательные меры (41,8 и 41,7%, соответственно); вместе с тем почти все ответы тех, кому не хватает даже на самое необходимое, — в пользу социально-экономических мер. Показателен ответ на вопрос «Что Вы готовы сделать ради интересов Родины?»: готовность пожертвовать даже жизнью у тех, кому хватает лишь на необходимое, в три раза выше, чем у полностью обеспеченных (16,2% против 5,3%), однако и все ответы «Ничего, Родина сама должна обо мне заботиться» даны именно первыми; все выборы малообеспеченных — в пользу служения Родине за определенное вознаграждение. «Богатые» высказываются за применение смертной казни к террористам намного чаще, чем «середняки» (57,9% против 36,1%), в то время как все «бедные» не поддерживают эту меру.

В целом результаты исследования позволяют заключить, что большинством студенческой молодежи проблемы терроризма воспринимаются вполне адекватно, хотя есть и меньшинство, уверенное в том, что терроризм — следствие несправедливости, проистекающей, в частности, из деятельности государства и его органов, что «государство само поддерживает терроризм», допускает «двойные стандарты» и не заслуживает того, чтобы принять участие в реализации его интересов. Проблема «устойчивого воспроизводства» этого меньшинства выглядит еще серьезнее, если учесть, что студенчество — отнюдь не самый трудный контингент в деле профилактики терроризма.

Условно можно выделить два направления дальнейшей работы с результатами исследования: первое связано со способами воздействия на некоторые «образы терроризма», продуцируемые студенческой молодежью (те из них, которые действительно следует корректировать), второе — с влиянием на «собственно реальность», ключевые социальные процессы с помощью контртеррористических стратегий заинтересованных субъектов. Успешно реализованная вторая задача при этом опосредованно решает первую или способствует ее решению. К чему же стоит прислушаться отвечающим за борьбу с терроризмом? Как представляется, здесь могут быть востребованы рекомендации, суммирующие и ранее прошедшие мероприятия, и дополнительные комментарии к анкетам, и выводы состоявшегося в рамках проекта круглого стола.

Во-первых, необходимо культивировать в себе и окружающих чувство толерантности, готовности к признанию и уважению других. Поддержка государства в этой области, включающая, в частности, популяризацию сведений

о длительном историческом опыте мирного сосуществования и взаимообогащения народов и культур России, должна быть ориентирована на внедрение толерантности в качестве воспитательного, образовательного и поведенческого эталона. Наряду с государственной политикой большую роль в этом способен сыграть мирный и исполненный взаимного уважения диалог представителей традиционных для России конфессий, который следует всячески поощрять и делать доступным для участия молодежи.

Во-вторых, вакуум, образовавшийся в сфере духовно-нравственного воспитания молодежи и заполняющийся сейчас экстремистскими идеологиями, зачастую прибегающими к неверному истолкованию постулатов религиозных учений, должен быть устранен совместными усилиями религиозных организаций, экспертного сообщества и самой молодежи. В тесном сотрудничестве им, в частности, необходимо создать своего рода памятку, объясняющую мирную сущность традиционных религий и позволяющую научить молодежь четко распознавать попытки введения ее в заблуждения псевдорелигиозной демагогией экстремистских организаций.

В-третьих, государству следует уделять повышенное внимание таким сферам, как семейное воспитание и образование. Укрепление института семьи — залог успешной социализации и развития гражданского самосознания личности, серьезная гарантия невовлечения молодежи в ряды экстремистских организаций, а потому требуется принятие государством мер поддержки семьи, связанных не столько с ростом количественных показателей, сколько с качественным изменением ее статуса. Сфера образования, в рамках которой происходит формирование мировоззрения молодежи, требует дополнительных финансовых вложений, предназначенных для развития теологического образования, а также для введения в образовательные программы комплексной дисциплины, посвященной анализу проблем терроризма и экстремизма и позволяющей в процессе ее преподавания реализовать задачи контртеррористической пропаганды. При этом меры по поддержке семьи и образования должны быть интегрированы в государственную контртеррористическую стратегию.

В-четвертых, с учетом того, что среди основных причин участия молодежи в террористических организациях такие факторы, как «романтический» ореол идеологии экстремизма и отсутствие значимых жизненных целей и интересов, государству следует ускорить работу по формулированию государственной идеологии, основанной на обращении к традиционным ценностям народов России, усилить контрпропагандистскую деятельность. В качестве еще одной из мер может использоваться вовлечение молодежи в организации, ставящие конструктивные, позитивно окрашенные цели. Государство, если и не полностью, то во многом, должно взять на себя ответственность за создание таких организаций, выдвижение идей, способных сделать участие в них привлекательным, а также последующее курирование их работы. В процессе заполне-

ния мировоззренческого вакуума государство, общественные организации, церковь должны выступать партнерами, а не конкурентами.

В-пятых, решение проблем терроризма и экстремизма невозможно без улучшения общей социально-экономической ситуации. Необходимость получения средств к существованию при отсутствии возможностей нормального трудоустройства оценивается самой молодежью как значимый фактор, способствующий вовлечению в террористические и экстремистские структуры. Государству следует сконцентрироваться на увеличении экономической активности молодежи, увеличении занятости, поскольку привлечение к труду может рассматриваться как один из важных способов социализации, позволяющих создать серьезные гарантии неучастия в противоправной деятельности.

В-шестых, контролирующие функции государства должны быть более полно задействованы в вопросах, связанных с деятельностью СМИ. Последние немало способствуют достижению одной из основных целей террористов — получению публичной огласки, а также зачастую культивируют в обществе ложные представления о природе терроризма, наклеивая ярлыки, стимулирующие межнациональную и межконфессиональную неприязнь. Государству необходимо исключить практику манипулирования термином «терроризм» для разжигания межэтнической и межконфессиональной розни, четко обозначить неприятие указанной деятельности и готовность привлекать к ответственности СМИ, ее реализующие. С учетом высокой значимости информационной составляющей проблемы следует создать электронный портал, направленный на привлечение молодежи к обсуждению методов борьбы с терроризмом и экстремизмом, а также на объяснение позиций государства, общества, религиозных организаций по данным вопросам.

Наконец, следует продолжать проведение диалога студенческой молодежи с экспертным сообществом, религиозными деятелями, профессионалами в сфере борьбы с терроризмом и экстремизмом, делать регулярным такое общение, приносящее, как показали контрольные исследования, заметные позитивные плоды. В частности, в стратегию вуза как субъекта противодействия терроризма могут быть интегрированы дополнительные мероприятия, оцененные респондентами как максимально полезные, в том числе встречи с религиозными деятелями и политическими лидерами.

В заключение отметим, что крайне динамичное развитие самого феномена терроризма, во многом питающегося именно за счёт молодежной среды, требует регулярного мониторинга позиций молодежи по этим вопросам и одновременного выстраивания субъект-субъектных отношений между нею и экспертным сообществом как важных факторов успешности любой контртеррористической стратегии.

Библиографический список

1. Беличева С. А. Основы превентивной психологии. М.: Социальное здоровье России, 1994.
2. Боташева А. К. Терроризм как фактор современных политических процессов: детерминация, проявления, стратегия противодействия: автореф. дис. … д-ра полит. наук. Краснодар, 2009.
3. Булатов Р. М., Шеслер А. В. Криминогенные городские территориальные подростково-молодёжные группировки. Казань: Тат. кн. изд-во, 1994.
4. Волочаева О. В. Анализ нравственного сознания студентов, их представлений и позиций по проблемам терроризма в современном обществе // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2010. № 1.
5. Добаев И. П. Эволюция исламского движения на Юге России в контексте социальных трансформаций в конце XX века — начале XXI века. URL: http://evrazia.org/article. php? id=255.
6. Зайналабидов А. С., Черноус В. В. Политический экстремизм и его профилактика у студенческой молодёжи Дона. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ, 2003.
7. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2008.
8. Материалы научно-практической конференции «Противодействие идеологии экстремизма и терроризма в рамках реализации государственной молодежной политики» Ростов-на-Дону, 12–14 октября 2009 г. М.: КРЕДО, 2009.
9. Миллер И. С., Миллер Н. Н. Терроризм глазами студенческой молодёжи: некоторые особенности восприятия феномена // Материалы региональной научно-практической межвузовской конференции «Правовые, политические, социальные и культурно-нравственные аспекты предотвращения террористической деятельности». 19 февраля 2008 г. Пятигорск: Изд-во филиала СевКавГТУ в г. Пятигорске, 2008.
10. Молодежь против экстремизма и терроризма, за гуманизм и сотрудничество. Симпозиум XIX (студенческий): материалы V Междунар. конгресса «Мир на Северном Кавказе через языки, образование, культуру». 8–12 октября 2007 г. Пятигорск: ПГЛУ, 2007.
11. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. М.: Центр, 2003.
12. Хлобустов О. М. СМИ и борьба с терроризмом // Современный терроризм: состояние и перспективы/под ред. Е. И. Степанова. М.: УРСС, 2000.
13. Чичулин Н. А. Терроризм как неконвенциональная форма политической деятельности (опыт, проблемы и пути противодействия): дис. … д-ра полит. наук. М., 2005.
14. Шульга М. М. Патриотизм студенчества как фактор безопасности в регионе // Материалы III Всероссийского социологического конгресса/Институт социологии РАН, Российское общество социологов, 2008. URL: http://www.isras.ru/abstract_bank/1208436510.pdf
15. Щеглов А. В. Анатомия терроризма: проблемно-психологический анализ // Право и политика. 2000. № 5.
16. Эксперты определяют степень восприятия терроризма студенческой молодёжью Пятигорска. URL: http:// www.regnum.ru/news/1168663.html

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КАРЬЕРА ЭКС-ЛИДЕРОВ СТРАН СНГ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

С. В. Дмитрук[1]

В статье исследуются модели политической карьеры экс-лидеров стран СНГ после утраты лидерского статуса. Даётся определение политического экс-лидерства, предлагается авторская классификация моделей экс-лидерства. С её помощью анализируются группы государств с похожими экс-лидерскими моделями. Также указываются основные группы факторов (личностно-психологических, средовых и неформальных), от которых зависит выбор этих моделей.

Ключевые слова: политическое экс-лидерство, модели политического экс-лидерства, личностно-психологические, средовые и неформальные факторы карьеры.

In the article devoted to the phenomenon of political ex-leadership, political career models of CIS states'ex-leaders after losing leadership status. A definition of the political ex-leadership is given, the author suggests a classification of ex-leadership models. Groups of states with similar ex-leadership models are analyzed by means of the classification. Basic groups of factors are also indicated — personal-psychological, environmental and informal ones — which a choice of the models depends on.

Key words: political ex-leadership, political ex-leadership models, personal-psychological, environmental and informal career factors.

Политическое экс-лидерство — это полная или частичная долговременная утрата субъектом политики руководящего воздействия на политические процессы посредством уменьшения объёма властных ресурсов в связи с истечением сроков исполнения властных полномочий. Под политической карьерой понимают перемещение субъекта политики по служебной лестнице, позволяющее найти лучшее соотношение между производительностью труда и условиями существования в политической системе. Пика политической карьеры, который приходится на период обладания лидерским статусом, в политике можно достичь несколько раз. На основании классификации моделей экс-президентства (как частного случая политического экс-лидерства) Дж. У. Чемберса мы предлагаем авторскую классификацию и описание моде-

[1] Дмитрук Сергей Владимирович – аспирант кафедры государственной политики и государственного управления Кубанского государственного университета. Эл. почта: dmitruksergey@mail.ru

лей экс-лидерства [6; с. 425]. В зависимости от интенсивности деятельности и объёма властных ресурсов и полномочий мы выделяем следующие модели: экс-лидер-«пенсионер» (минимальны нагрузки в работе или её отсутствие, никаких властных ресурсов), «чиновник» (малый объём ресурсов, малые объёмы нагрузок), «изгнанник» (почти полное отсутствие ресурсов, изолированность от политической системы; интенсивность работы принципиальной роли не играет); далее следуют более «деятельные» модели: экс-лидер-«эксперт» (небольшая интенсивность работы, большие ресурсы влияния на первых лиц государства, т.е. опосредованное участие в процессе принятия политических решений), «политик» (средний или малый объём властных ресурсов, но высокая интенсивность политической деятельности), «экс-президент в публичной политике» (термин введён Дж.У. Чемберсом; предполагает активную гуманитарную, общественно полезную деятельность и большой объём ресурсов влияния на действующих лидеров различных стран), «повторное лидерство» (лидерские властные ресурсы и статус, обретённый спустя некоторое время после первого периода лидерства), «нью-лидер» (обретение лидерского статуса, но на ином, например, наднациональном уровне). Продолжение политической карьеры по какой-либо из моделей зависит от трёх комплексов переменных: личностно-психологических, средовых и неформальных факторов.

Цель нашей статьи — выявить модели экс-лидерства, наиболее часто встречающиеся в регионе СНГ, и отметить основные причины, влияющие на выбор модели.

Число экс-лидеров исследуемого региона довольно велико, их карьеры развивались по-разному, поэтому возникает необходимость классификации их политических карьер. К первой группе принадлежат страны, где бывшие лидеры освобождали свой пост по истечении сроков исполнения своих обязанностей на руководящей должности и продолжали профессиональную карьеру политика (например, в качестве депутата): Армения, Молдавия, Россия, Украина. Здесь потеря статуса лидера представляет собой очередной этап в жизни, а не крах карьеры. Власть в политических системах этих стран основана больше на рационально-легальном типе лидерства. Наибольшую активность проявили экс-лидеры Украины Л. Кравчук и России В. Путин. После 1994 г. Л. Кравчук воспроизвёл экс-лидерскую модель «политик»: возглавил Социал-демократическую партию Украины (объединённую), в составе которой был избран народным депутатом в Верховную Раду в 1998 и 2002 гг., (с 1994 г. был депутатом Верховной Рады). Тем самым он остаётся среди наиболее активных и опытных политиков страны, а его работа депутатом артикулирует требования избирателей.

Вскоре после выборов 2008 г. В. Путин становится главой правительства (по предложению Д. Медведева) и как второй человек в стране получает фактический контроль над текущими внутриполитическими процессами.

С 1999 г. и после президентства Путин остаётся самым популярным политиком в России [4]. Как второе лицо государства он также регулярно проводит встречи с лидерами других государств, российской правящей элитой и с Президентом РФ. Мы полагаем, что В. Путин не уступает ему по объёмам своих властных ресурсов и полномочий и поэтому может считаться действующим лидером (или, по крайней мере, участником «командного лидерства» в паре с Д. Медведевым). Деятельность В. Путина в правительстве показывает, что экс-президента в России не подвергают преследованиям и не принуждают завершить карьеру. Значит, накал борьбы российских элит нельзя считать антагонистическим.

В Армении и Молдове есть уже соответственно два и три бывших лидера (Л. Тер-Петросян и Р. Кочарян и М. Снегур, П. Лучинский и В. Воронин). Все они воспроизводили более деятельные экс-лидерские модели. Способствовала этому одна особенность: всегда на президентских выборах побеждали довольно молодые политики (в возрасте не старше 50 лет), а значит, даже после двух президентских администраций подряд каждый из них физически мог активно участвовать в политической деятельности. П. Лучинский, экс-президент Молодвы, после отставки основал Фонд стратегических исследований и развития международных отношений «Lucinschi» (модель «экс-президент в публичной политике») [1]. В. Воронин –по-прежнему лидер Партии коммунистов Республики Молдова («политик»), возглавляет собственную партию и Л. Тер-Петросян (та же модель).

Б. Ельцин в первый год после отставки возглавил благотворительный фонд (модель «экс-президент в публичной политике»), в роли «эксперта» по мере сил участвовал в политической жизни (обсуждал с В. Путиным и некоторыми министрами отдельные политические и экономические вопросы), но вскоре отошёл от неё. Основной причиной ухода с поста стало, по его мнению, неудовлетворительное состояние здоровья. Помимо этого, главная цель его второго президентства была достигнута — была найдена кандидатура преемника [2]. Но, по словам М. Касьянова, федеральные власти вели за ним слежку: прослушивали телефоны, ограничивали его встречи и пр. Вскоре В. Путин попросил высокопоставленных гостей Б. Ельцина «не беспокоить» его [3]. Получив накануне отставки гарантии неприкосновенности для себя и семьи (Закон об экс-президенте России), он оставил политику в соответствии с моделью «пенсионер» (активно заниматься политикой не позволяло здоровье). В отставке он занялся написанием воспоминаний и гуманитарной деятельностью. Украинский экс-лидер Л. Кучма в отставке основал благотворительный фонд и первые годы пытался воспроизводить модель «экс-президента в публичной политике», но в силу возрастных причин (личностно-психологический фактор) к 2010 г. его карьерная траектория больше стала напоминать модель «пенсионер».

Наибольшего успеха в публичной политике добился экс-президент СССР М. Горбачёв. Его заслуги в гуманитарной деятельности признают даже за рубежом. Ныне он возглавляет несколько фондов и неправительственных организаций (например, Международный Зелёный крест), поэтому лишь о нём и П. Лучинском можно сказать, что они действуют согласно модели «экс-президент в публичной политике». Но почти все остальные также выбрали активные модели экс-лидерства и не встречали сопротивления со стороны действующего лидера и правящей элиты, что говорит о слабом уровне их конфликтности с экс-лидерами (благоприятный неформальный фактор).

Во второй группе государств (Белоруссии, Азербайджане, Грузии и Киргизии) наблюдается незавершённость политической модернизации: поверхностность политических реформ и их избирательность. В политических режимах этих государств произошёл откат от модернизации, что негативно отразилось и на феномене политического экс-лидерства. Так, с 1996 г., когда новая конституция расширила объём полномочий президента Белоруссии А. Лучкашенко, положение экс-лидеров С. Шушкевича, М. Гриба и С. Шарецкого ухудшилось. Поначалу все трое после утраты лидерского статуса вернулись к работе депутатами (модель «политик»). Но уже через два года С. Шарецкий вынужденно иммигрировал, удалившись из противостоящей ему политической системы (модель «изгнанник»). Сейчас С. Шушкевич, М. Гриб и С. Шарецкий негативно относятся к правлению А. Лукашенко (из-за крена режима в сторону авторитаризма), что подтверждает наличие серьёзного конфликта между лидером и оппозицией. Тем не менее С. Шушкевич сегодня — видный представитель оппозиции в политической системе Беларуси. Он возглавляет неправительственный фонд «Еўрапейская Беларусь — грамадзянская кампанія», совершает визиты по Европе, где критикует действующий режим (модель «экс-президент в публичной политике»), но как и остальные оппозиционеры в республике, реального влияния на власти своей страны не имеет.

Как и в Белоруссии, в Азербайджане при ныне действующем главе государства И. Алиеве тоже была изменена конституция, чтобы устранить ограничения по количеству сроков президентского правления подряд. Первый президент Азербайджана А. Муталибов через полгода после избрания подал в отставку под давлением оппозиционного Народного Фронта Азербайджана (НФА). Ему гарантировалась неприкосновенность, и передача правления произошла спокойно. Но уже через два месяца А. Муталибова восстановили в должности. НФА, не согласный с его мерами по наведению порядка, захватил власть в Баку. А. Муталибов бежал в Москву, где проживал до 2000 г. (модель «изгнанник»). По возвращении он продолжил карьеру политика: возглавил Партию гражданского единства, а в 2003 г. стал сопредседателем Социал-демократической партии Азербайджана. В том же году он участвовал в президентских выборах, но не был утверждён избирательной комиссией

[5]. Второй президент Азербайджана А. Эльчибей из-за несогласия большинства правящего класса с его националистическим курсом на следующий год после избрания покинул пост. После 1993 г. он жил в Турции как экс-лидер-«изгнанник». Видимо, он мог представлять угрозу для правящей элиты во главе с Г. Алиевым, который передал президентскую власть практически «по наследству». Как видно, на рубеже веков политическая система Азербайджана приобрела черты, довольно слабо сочетающиеся с демократическими принципами свободы убеждений, слова и регулярной сменяемости власти. Правда, некоторые признаки оппозиции в лице А. Муталибова всё же имеются.

В середине 2000-х гг. президенты Грузии Э. Шеварднадзе и Киргизии А. Акаев были смещены в ходе государственных переворотов. Массовые акции оппозиции заставили действующих глав государств подать в отставку. Оппозиционные силы не позволили прежним правящим элитам во главе с указанными президентами остаться в политике. Акаев потерял верховную власть в стране в конце марта 2005 г. Он полностью отрезан от политической обстановки Киргизии: по закону он не имеет права участвовать в политической и общественной жизни страны, выступать по первому требованию в киргизских СМИ, что также превращает его, по сути, в экс-лидера-«изгнанника». Преследованиям подверглись и родственники Акаева, занимавшие важные государственные посты.

Выступления оппозиции осенью 2003 г. привели к досрочной отставке президента Грузии, которая больше походила на бегство. Э. Шеварднадзе оставил политику, но иногда даёт интервью отечественным и иностранным СМИ относительно действующего лидера Грузии, но основной экс-лидерской моделью для него является «пенсионер». Сегодня Шеварднадзе с семьёй живёт в Тбилиси. Его дочь работает в Грузии на телевидении, а сын — за рубежом. Бывший президент Грузии не находится в каком-либо противостоянии с правящей элитой, иначе он давно вынужден был бы бежать из страны. Но и вернуться в политику он не может (скорее всего, не только по личным мотивам, но и из-за позиции правящей элиты).

В остальных государствах региона не существует феномена политического экс-лидерства. Реальной и сильной оппозиции там нет, а если и появляется, то её ждут либо уголовные преследования, либо бегство за рубеж. Среди таких примеров — Туркменистан, Узбекистан, Казахстан. В них отсутствие экс-лидеров объясняется патриархальной политической культурой со своими обычаями и укладом жизни, что весьма далеко от демократии. В таких государствах возможность легитимной передачи власти отсутствует. Циркуляция политических элит и лидеров там невозможна, поскольку демократические ценности противоречат местному стилю лидерства, а политическая культура приходского и подданнического типа непоследовательно и весьма своеобразно адаптирует установки политической модернизации. Этим же объясняется и отсутствие политических экс-лидеров. К данной группе можно причислить

Таджикистан, единственный ныне живущий экс-лидер которого К. Макхамов играет, скорее, роль экс-лидера-«чиновника», работая на малоприметной должности в Евразийском экономическом сообществе и даже являясь пожизненным депутатом. Его будущее во многом зависит от воли президента Э. Рахмона, а политический режим Таджикистана сопоставим с другими среднеазиатскими режимами СНГ, идущими по пути тупиковой модернизации. Наиболее вероятно, что в ближайшее десятилетие смена глав этих государств будет происходить либо в форме наследования, либо через свержение правителя.

Таким образом, наличие в политических режимах деятельных моделей экс-лидерства («политик», «экс-президент в публичной политике»), свидетельствует о менее ожесточённой борьбе политических элит в странах СНГ, в то время как преобладание более зависимых и менее самостоятельных моделей «чиновник», «пенсионер» и «изгнанник» (или вообще полное их отсутствие) — показатель меж- или внутриэлитной конфликтности, а утрата лидерского статуса означает крах карьеры и чревато политическими гонениями).

Библиографический список

1. Биография господина Петру Лучински, Президента Республики Молдова (1996–2001 гг.). URL: http://www.president.md/crono. php? lang=rus&page=603 (дата обращения: 10.03.10).
2. *Ельцин Б.* Президентский марафон. URL: http://lib.ru/MEMUARY/ELCIN/marafon. txt (дата обращения: 18.03.10).
3. Касьянов: возглавив Кремль, Путин фактически сделал Ельцина своим пленником «в золотой клетке». URL: NEWSru.com: в России/URL: http://newsru.com/russia/21 sep2009/plennik_print. html (дата обращения: 14.02.10).
4. Что людям нравится и не нравится в Путине // База данных ФОМ. URL: http://bd.fom.ru/report/map/projects/finfo/finfo2002/497_9018/of023704 (дата обращения: 01.02.10).
5. Экс-президент Азербайджана, председатель Партии гражданского единства Аяз Муталибов и сопредседатель Социал-демократической партии (СДПА) Араз Ализаде достигли договоренности об объединении этих партий. URL: http://www.memo.ru/hr/hotpoints/caucas1/msg/2003/08/m10556.htm (дата обращения: 13.03.10).
6. *Chambers J. W.* Jimmy Carter's Public Policy Ex-Presidency // Political Science Quarterly. 1998. Т. 113, № 3.

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ СТАТЕЙ ДЛЯ ЖУРНАЛА «ЧЕЛОВЕК. СООБЩЕСТВО. УПРАВЛЕНИЕ»

Журнал публикует работы в области политологии и политического управления, государственного и муниципального управления, местного хозяйства, менеджмента и управленческого консультирования, социологии управления, общей психологии и психологии личности, социальной и экономической психологии, психологии развития, психологии труда, педагогики и др. областях.

Принимаются научные статьи, рецензии и обзоры объемом до 32 тыс. знаков с пробелами (до 0,8 п.л.) в электронном виде формата Word for Windows приложением («прищепкой») по электронным адресам редакции chsu1999@yandex.ru , journal@manag.kubsu.ru (просьба дублировать отсылку материалов).

Авторская справка. Рукопись должна включать сведения об авторе(-ах): ФИО полностью, ученую степень, ученое звание, место работы и занимаемую должность, номера телефона, электронный и почтовый адрес.

Оформление ссылок. Автор обязан оформлять ссылки на источники, из которых он заимствует цитаты, статистические данные и другую информацию. В конце статьи формируется *Библиографический список*, в котором цитируемые (упомянутые) источники группируются в алфавитном порядке. Каждому источнику присваивается порядковый номер. В библиографическом описании источника обязательно указывается место издания и название издательства (кроме периодических изданий), год издания. Вначале указываются источники, изданные на русском языке, затем – на иностранных.

Внутритекстовая ссылка обозначается квадратными скобками. Она должна содержать номер источника и страница (или страницы), на которую(-ые) делается ссылка. Пример ссылки: [3, с. 67] означает, что цитируется страница 67 источника под номером 3 *Библиографического списка*.

Резюме. Рукопись должна включать резюме статьи объемом не более 800 знаков, содержащее описание сути научного сообщения (основная идея и цель, методы, результаты исследования).

Плата за публикацию с авторов журнала, в т.ч. с аспирантов, не взимается.

Редакция журнала располагается по адресу: Кубанский государственный университет, ул. Ставропольская, 149, к. 412Н.

Распространение журнала. Журнал распространяется по подписке. С отдельными номерами нашего журнала можно ознакомиться и приобрести их в библиотеке факультета управления и психологии КубГУ — 4-й этаж Нового корпуса, к. 414Н. Библиотека открыта в рабочие дни с понедельника по пятницу с 10 до 17 часов..

ПОРЯДОК РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ

В течение 5 дней после отсылки статьи автор получает уведомление о получении и включении ее в цикл рецензирования. Для проведения рецензирования и экспертизы работ в качестве рецензентов и экспертов могут привлекаться как члены редакционной коллегии и редакционного совета, так и другие высококвалифицированные ученые и специалисты, обладающие глубокими профессиональными знаниями и опытом работы по конкретному научному направлению, как правило, доктора наук, профессора. Аспиранты, представляющие свои статьи в журнал, должны также переслать в редакцию внешнюю рецензию с заверенной в установленном порядке подписью рецензента. Рецензентом не может быть автор или соавтор рецензируемой работы.

В течение последующих 30 рабочих дней автору высылается ответ с вариантом мотивированного решения: (1) статья рекомендуется к печати, (2) статья рекомендуется к печати после доработки, (3) статья не рекомендуется к печати.

Образец оформления рецензии:

Рецензия

на рукопись статьи

Иванова Ивана Ивановича, к. пол. н., доц. кафедры политологии НГУ

Текст рецензии, в которой в свободной форме излагается мнение рецензента относительно: 1) научной проблемы, решаемой автором, и ее новизны; 2) актуальности проблемы; 3) теоретической и практической значимости статьи; 4) соответствия или несоответствия положений и выводов автора современным научным концепциям, существующим в данной области исследования; 5) личного вклада автора статьи в решение рассматриваемой проблемы; 6) оценки статьи с точки зрения языка, логики и стиля изложения материала, обоснованности и достоверности выводов и заключений.

Рецензентом дается заключение о целесообразности публикации конкретного материала.

Рецензент

ФИО, научное звание, должность

«____» _____ 20___г.

_____ подпись, заверенная печатью