

8. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. СПб., 2001.
9. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. М., 1992. Т. 3.

### **Методология политического менеджмента как разновидность прикладной политологии**

к.полит.н. доц. Федорченко С.Н., к.и.н. Рыбина М.В.  
Университет машиностроения  
[s.n.fedorchenko@mail.ru](mailto:s.n.fedorchenko@mail.ru), [rybina@mami.ru](mailto:rybina@mami.ru)

*Аннотация.* Статья посвящена разнообразию методологии политического менеджмента в преподавании современной политологии. Рассмотрены теоретические и эмпирические методы. Политический менеджмент исследуется как прикладное направление, органически взаимосвязанное с теоретической политологией, преподаваемой в вузах.

*Ключевые слова:* методология, политический менеджмент, прикладная политология, политические технологии.

#### **Введение**

В современной политической практике многих стран одним из самых популярных видов политического управления становится политический менеджмент. Являясь наиболее гибким способом политического воздействия, политический менеджмент приобретает всё больший спрос и прикладное значение. Однако не всегда берётся в расчёт, что политический менеджмент – корневая структура прикладной политологии, преподаваемой в современных вузах.

За рубежом общественно-политические организации, партии, чиновники государства и местного самоуправления для решения разноплановых политических задач имеют продуктивную практику обращения за помощью к профессионалам политического менеджмента [4].

В России политические авторы также постепенно осознают преимущества менеджерских технологий перед традиционным политическим администрированием. Понимает это и российский бизнес, стремящийся наладить с политической элитой страны взаимовыгодные отношения. Подобную значимость осознают не только современные политические партии, но и политические системы в целом, взявшие на вооружение своей эволюции концепт сервисных технологий e-government (электронного государства). В результате возникают параллельные процессы, стимулирующие развитие политического рынка и маркетинговую политический менеджмента.

Между тем, чиновники в сфере государственного управления и местного самоуправления нередко показывают низкий уровень услуг и профессионализма, которые должны отвечать духу новейшего времени. Абсолютное игнорирование вопросов политического менеджмента, как правило, приводит к системным потрясениям – «бархатным» или «цветным революциям» [3]. Такая ситуация означает необходимость обобщения теоретических разработок и практического опыта современных технологий политического менеджмента. Поэтому в статье уделено особое внимание современным методам политического менеджмента.

В ходе изучения учебного курса прикладной политологии студент может познакомиться с особой политической культурой, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения. Кропотливое освоение дисциплины вырабатывает у обучающегося политолога готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе.

Благодаря политическому менеджменту как составной части политологии проходящий обучение ясно понимает сущность и значение информации в развитии современного общества. Ему становится легче осознавать угрозы, возникающие в информационно-политических процессах, соблюдать основные требования информационной безопасности.

Будущий политолог овладевает навыками работы с компьютером как средством управления информацией, умением работать с традиционными носителями информации, распределёнными базами знаний, получает способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.

Кроме того, скрупулёзное освоение теории и технологий политического менеджмента вырабатывает у обучающегося важнейшие профессиональные компетенции. Он овладевает навыками научных исследований политических процессов, отношений и управленческих технологий, методами анализа и интерпретации представлений о политике, государстве и власти.

Политический менеджмент имеет самостоятельный характер по причине наличия собственной области исследования и прикладного применения. Как учебная дисциплина политический менеджмент относится к базовой части дисциплин профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата по направлению «Политология». Предмет связан с такими важными для освоения специальности дисциплинами, как политический анализ и прогнозирование; сравнительная политология; государственная политика и управление; кратология; политическая конфликтология и политическая психология. Однако политический менеджмент преподаётся в рамках прикладной политологии и студентам непрофильных специальностей. Поэтому от грамотного объяснения сути методологии политического менеджмента зависит корректировка политического сознания, гражданской активности и политического абсентеизма молодёжи.

#### **Анализ методологии**

Важно отметить *методологическую* составляющую политического менеджмента. Так как политический менеджмент тесно связан с другими вышеперечисленными дисциплинами, то он задействует в своём научном инструментарии много смежных научных методов.

Методы политического менеджмента можно условно разделить на теоретические и эмпирические. Разновидности *теоретических методов* представлены концептуальными и поведенческими подходами. Для начала рассмотрим *концептуальные подходы*, к которым относятся системный, структурно-функциональный и критически-диалектический.

*Системный подход* подразумевает рассмотрение объекта как управленческой системы – целостного множества элементов в совокупности отношений и связей между ними. Основными принципами системного подхода в политико-менеджерском исследовании являются: системность, целостность, структуризация и множественность элементов, иерархичность строения. Часто с помощью системного подхода исследуются политические институты социума или феномены политической институционализации [1].

*Структурно-функциональный подход* означает, что изучаемые элементарные структуры выполняют определенные функции внутри управленческой системы или для структур более высокого порядка. Принцип структурности означает деление управленческой системы на структуры. Функциональный принцип исходит из того, что на характер позиций, ролей и стилей поведения политических субъектов существенное воздействие оказывает предназначение каждого из элементов. Причины трансформации политических явлений локализуются в усложнении структурно-функциональных элементов системы управления.

*Критически-диалектический подход* ориентирован на критический анализ политического управления, выявление его внутренних противоречий и скрытых конфликтов как источника его трансформаций. Этот подход исходит из общефилософских диалектических принципов.

К *поведенческим подходам* можно отнести рациональный, когнитивный и бихевиористский.

*Рациональный подход* принимает рациональные мотивы в качестве единственного источника поведения человека в управленческой системе. Как правило, этот подход связан с теорией рационального выбора и основными принципами психологии человека.

*Когнитивный подход* рассматривает человека в управленческой сфере как активно и сознательно конструирующего свою реальность субъекта. Базовый принцип заключается в том,

что большинство человеческих эмоций и видов поведения, рациональных и иррациональных, обусловлены когнитивными процессами – способностью людей думать, воображать и во что-то верить [5].

*Бихевиористский подход* придаёт особое значение поведению субъектов и объектов управленческой системы. Мотивация индивидов и групп в политическом управлении является важнейшим принципом бихевиоризма.

*Эмпирические методы* политического менеджмента существенно отличаются от теоретических. Они делятся, прежде всего, на количественные и качественные подходы. Среди *количественных подходов* можно выделить наблюдение, инвент-анализ, контент-анализ и анкетирование.

*Наблюдением* называют преднамеренное и целенаправленное восприятие исследователя, которое не изменяет условий существования рассматриваемого управленческого объекта, явления. Принципами наблюдения как подхода являются непосредственность и познавательность.

*Инвент-анализ* построен на слежении за ходом и интенсивностью управленческих событий с целью определения их основных тенденций. Учёт принципа событийности управленческого процесса предполагает составление банка данных, деление информации на отдельные единицы наблюдения, кодировку этих единиц по принципу «что-где-когда», а также соотнесение определенных фактов и явлений с принятой в связи с задачами проекта системой сортировки.

*Контент-анализ* представляет собой анализ содержания политической документации с целью выявления или измерения отражённых в ней различных фактов и тенденций. Принципы контент-анализа – формализация и статистическая значимость. Обычно таким способом проводится исследование эффективности функционирования управленческих подразделений, политической направленности газет, интернет-источников (блогов, сайтов, форумов, социальных сетей, видеохостингов), аналитических программ на радио и телевидении.

*Анкетирование* основывается на социологических принципах, выявляя в количественном плане статистические (однократное анкетирование) или динамические (при многократном анкетировании) представления людей о политическом управлении с целью прогнозирования дальнейших событий. С помощью простого анкетирования политолог может познакомиться с политическими, идеологическими и культурными предпочтениями, к примеру, постсоветских народов.

Основными *качественными подходами* в политическом менеджменте являются маркетинговые исследования, case-study, брейнсторминг и SWOT-анализ.

*SWOT-анализ* направлен на определение и оценку сильных и слабых сторон политического управления, выявление его возможностей и потенциальных угроз. Название метода – это аббревиатура четырёх английских слов: Strength (сильные стороны), Weakness (слабые стороны), Opportunities (возможности), Threats (угрозы). Исходя из состояния внешней среды, SWOT-анализ позволяет определить, насколько существенны в политическом управлении сильные стороны и незначительны слабые, а также насколько важны угрозы и возможности исходя из состояния внутренней среды. Оценочный принцип означает, что сравнивать можно количественные оценки сильных сторон между собой и со слабыми сторонами, так же как и угрозы можно сравнивать между собой и с возможностями. Как правило, политическое управление можно оценить благодаря специальной SWOT-матрице (рисунок 1).

	Возможности 1) 2)...	Угрозы 1) 2)...
Сильные стороны 1) 2)...	Поле «Возможности и сильные стороны»	Поле «Угрозы и сильные стороны»
Слабые стороны 1) 2)...	Поле «Возможности и слабые стороны»	Поле «Угрозы и слабые стороны»

**Рисунок 1. Построение SWOT-матрицы**

*Маркетинговое исследование* в политическом менеджменте фокусируется на понима-

нии поведения субъектов и объектов управления, желаний и предпочтений электората, политических конкурентов и политического рынка [6]. Политический маркетинг, как и анкетирование, основывается на принципах опросных методик, но ставит своей задачей выявление качественных характеристик политического управления с целью понимания состояния рынка управленческих услуг и политического рынка, кодируя исследовательские единицы по принципу «как именно-почему». При этом в политико-маркетинговых исследованиях применяются принципы методик «фокус-групп» и глубинного интервью.

<i>Этап I. Создание дескриптивной модели</i>	
<i>Направление исследования</i>	<i>Параметры исследования</i>
Сбор статистических данных о количестве националистических группировок в стране	Выявляются основные влиятельные организации
Описание форм проявления националистического поведения	Формы разделяются на распространённые мероприятия и редкие акции
Выявление политической географии национализма	Локализуются территории, населённые пункты, улицы постоянных прецедентов
Описание обстоятельств проявления националистического поведения	Определяется зависимость акций от мероприятий других организаций, годовщин чего-либо или кого-либо, государственных праздников, политических реформ
Выявление отношения людей к национализму	Обозначается степень осуждения, поддержки и снисхождения различных групп общества к националистам
Изучение институциональных условий	Фиксируются законы, нормативные акты, регулирующие межнациональные и миграционные отношения; определяются газетные источники, радио- и телепередачи, интернет-ресурсы, актуализирующие проблему национализма
Определение групп влияния	Выявляются внутренние и внешние политические акторы, симпатизирующие национализму или заинтересованные в его разжигании; определяются политические и общественные силы антинационалистического характера; поиск «лидеров мнения» - представителей масс-медиа, шоу-бизнеса, научного сообщества; политиков и т.п.
<i>Этап II. Создание экспликативной модели</i>	
<i>Направление исследования</i>	<i>Параметры исследования</i>
Выявление бытовых причин национализма	Выявляется бытовая оценка явления национализма у групп государственных чиновников, предпринимателей, врачей, учителей и т.п.
Определение взаимосвязи национальных конфликтов с межконфессиональной ксенофобией	Отбор «конфликтных зон» - памятников культурного и религиозного значения, поликонфессиональных территорий
Изучение социально-экономического контекста национальной вражды	Выявляются группы населения, наиболее чувствующие свою ущемлённость в национальном вопросе
Анализ корреляции политического популизма с ростом национализма	Контент-анализ националистических высказываний политиков, поиск групп интересов
Исследование системы стереотипов и политической мифологии	Принимаются во внимание анекдоты, народный фольклор, искусственно насаждаемые мифологемы
<i>Этап III. Сегментация политического рынка</i>	
<i>Направление исследования</i>	<i>Параметры исследования</i>
Классификация националистов	Определяются активисты, сочувствующие, пассивные
Классификация политических акторов, поддерживающих или противостоящих национализму	Локализуется взаимосвязь всех этих сил
Классификация «зон национализма»	Определяются урбанистические, географические и др. факторы
Систематизация основных глубинных причин национализма	Все изученные причины подробно классифицируются; между ними устанавливается взаимосвязь

**Рисунок 2. Построение политико-маркетинговой матрицы**

Маркетинговое исследование, к примеру, политического рынка состоит из следующих основных этапов:

- 1) создание дескриптивной модели (описание политической проблемы, явления или процесса);
- 2) создание экспликативной модели (объяснение причин возникновения политической проблемы, явления или процесса);

3) сегментация политического рынка [7].

Для удобства построим программу примерного политико-маркетингового исследования, взяв в качестве анализируемой проблемы межнациональные конфликты (рисунок 2).

Коротко рассмотрим другие популярные методы прикладной политологии. *Case-study* в политическом менеджменте использует описание реальных политико-управленческих и бизнес-ситуаций. Исходя из принципа ситуационности, кейсы руководствуются реальным политико-управленческим материалом и приближены к реальной ситуации. Подход помогает исследователю проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем политического управления, предложить потенциальные решения и выбрать лучшее из них.

*Брейнсторминг* представляет собой групповую экспертизу, особо эффективную при выработке и оценке политико-управленческого решения. Большая роль отведена ведущему, следящему за соблюдением правил аналитической процедуры. Подход предполагает следующие принципы: свободу выбора, отсутствие критики, креативность, объединение идей. И если на первом этапе брейнсторминга эксперты предлагают любые политико-управленческие решения, то на втором этапе происходит критика предложенного и готовится окончательное решение.

### Выводы

Таким образом, политический менеджмент как вид прикладной политологии имеет большое значение в современном процессе политической социализации обучающихся. Его богатая, разнообразная методология призвана снабдить молодого специалиста тем гуманитарным инструментарием, который поможет ему разобраться в объективности обширной политической информации.

Методология политического менеджмента на занятиях по прикладной политологии способна дать импульс дальнейшей политической социализации обучаемых, увеличить гражданскую ответственность и уменьшить их политический абсентеизм.

### Литература

1. Абрамов А.В. Политический институт и политическая институционализация: определение понятий // *Власть*, 2010. №5.
2. Егоров В.Г. Постсоветское пространство как предмет научного осмысления // *Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer*, 2011. Т. 260. №9.
3. Постников Н.Д. Бархатные революции в Польше, ГДР, Чехословакии. Хроника событий // *Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса*. 2010, № 3. С. 21-29.
4. Рыбина М.В., Федорченко С.Н. Электоральные технологии политического менеджмента // *Известия МГТУ «МАМИ»*, 2012. №2(14). Т. 3.
5. Федорченко С.Н. *Современные технологии политического менеджмента*. М.: МГОУ, 2012.
6. Lees-Marshment J. *The Political Marketing Revolution*. Manchester: Manchester University Press, 2004.
7. Lindon D. *Marketing politique et social*. Paris, 1976.

### **Лингвосемиотика комического в англоязычном сказочном дискурсе**

к.филол.н. доц. Плахова О.А.

*Тольяттинский государственный университет*  
8(8482)53-92-93, plahova\_oa@mail.ru

*Аннотация.* В работе комическое как форма манифестации области чудесного наблюдается в новеллистических сказках, сказках-анекдотах и небылицах. Репрезентируемая в рамках комического конфронтация претерпевает трансформацию от экзистенциальной к социальной, представляя собой движение от конфликта между социальным и природным, человеческим и сверхъестественным к конфликту собственно социальному, в основе которого лежит идея социальной справедливости. Важнейшими семиотическими средствами актуализации комического