

Сегодня все чаще появляются концепции фундаментализма, целью которых является фантастическое стремление кардинально изменить личность и общество, что является наибольшей угрозой для развития мирового сообщества.

На основе тоталитарной идеологии сторонники фундаментализма стремятся создать мир, устроенный по их представлениям. Парадокс этого явления состоит в том, что отвергая многие ценности современного мира: демократию, либерализм, автономию личности и др., фундаменталисты, в то же время, охотно воспринимают и используют все технико-технологические достижения компьютерной эры.

Вера в разум, знания всегда были значимыми факторами духовной жизни человечества. Однако все изменилось, оказалось, что новейшие разработки науки и техники могут быть использованы не только во благо. Так процесс автоматизации постепенно вытесняет из трудового процесса творческое начало, сводя деятельность человека к обслуживанию автоматов. Разделение труда превратило человека в специалиста. Современное общество способствовало рождению общества профессионалов узкой специализации. Это не могло не сказаться на изменении мировоззренческих ориентиров, на формировании замкнутости индивида. Отсюда утрата коммуникативности, рост отчуждения и как следствие увеличение числа психических заболеваний и суицида.

Компьютер, информация являются мощным средством воздействия на общество, человека и массовое сознание. Благодаря достижениям современной науки становятся возможными новые виды преступлений, которые способны подготовить только хорошо образованные люди, владеющие высокими технологиями.

Таким образом, научно-технический прогресс способствует усложнению духовной жизни общества. Его результаты порой весьма не предсказуемы. В этой ситуации человек обязан правильно реагировать на эти изменения.

Анализируя проблему духовности современного общества можно сказать, что духовная жизнь – важная сторона бытия и развития человека и общества, в содержании которой проявляется подлинно человеческая сущность.

Свойства человеческой души, составляющие основу православной культуры, такие как самобытность, уникальность, способность к самовыражению должны лежать в основе человеческих взаимоотношений.

На современном этапе развития общества, необходимо пересмотреть политико-экономические и социально-гуманитарные взгляды на личность.

Духовно-нравственное возрождение должно быть основой современного общества. Цель современного образования должно быть не только развить умственные способности и интеллект человека, но и научить человека познанию самого себя, умению разделять добро и зло.

На образование возлагаются функции приобщения молодого поколения к знаниям, ценностям, которые накоплены столетиями. Молодежь, как потенциал общества, должна включаться не только в процесс собственного становления, но и процесс развития общества.

Одной из важных проблем современности выступает проблема отчуждения и противостояния семейным традициям, общественным устоям, разрушение связей между родителями и детьми. Сюда же можно отнести важность создания общностей людей, имеющих общие национальные, духовные, культурные и социальные ценности.

Духовность представляет собой эмоциональную категорию ее нельзя свести к разносторонне развитому интеллекту. Для одних это способность контролирования своих эгоистичных стремлений, для других это жизнь на основе религиозных принципов. Духовность означает направленность на иные, нематериальные ценности.

УДК 88.4

ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИДЕРСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ НАУКЕ

Лученкова Е.С.¹, доц., Вечер Л.С.,² доц.

*¹Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

*²Академия Управления при Президенте Республики Беларусь,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматривается понятие «лидерство» в социальной науке. Прослеживается эволюция идей лидерства и подходы к его изучению. Особое внимание

уделяется лидеру как харизматической личности, его имиджу, психофизиологическим характеристикам. Рассматривается связь лидера с его последователями.

Ключевые слова: лидерство, межличностное взаимодействие, харизматическое лидерство, имидж политического лидера, современные теории лидерства.

Феномен лидерства занимает особое место в социальной науке в силу своей яркости и занимательности. Это наиболее изучаемая проблема в социальной науке. Именно в ней накоплен основной массив исследований, концепций и попыток теоретического обобщения. Однако исследование этой проблемы не потеряло своей актуальности и в наши дни.

Современные теории лидерства постепенно, за 150 лет изучения данного феномена, пришли к выводу о том, что лидерство обладает двойственной природой: оно является одновременно личностным и социально-интерактивным феноменом. Лидерство есть прежде всего межличностное взаимодействие проявляемое в определенной ситуации с помощью коммуникационного процесса и направленное на достижение специфической цели. Однако, это лишь один пласт лидерства. Рассмотрение других сторон этого явления нашло отражение в современных социальных теориях лидерства.

Все современные социальные теории лидерства можно условно разделить на: интерналистские, экстерналистские, смешанные и интегралистские. Интерналистские теории ориентированы на изучение «внутреннего мира» личности, предпочитая объяснять ее деятельность субъективными факторами или причинами. Экстерналистские теории делают основной акцент на исследовании внешне наблюдаемой активности людей и связанных с ней поведенческих переменных, принижая или игнорируя ее субъективные составляющие. «Смешанные» теории строятся на попытках соединения познавательных возможностей интерналистских и экстерналистских подходов к изучению лидерства. Интерналистские теории предлагают реальные и органичные модели взаимосвязи экстерналистского и интернального, личностного и социального аспектов лидерства.

На вопрос о том, почему одни люди становятся лидерами, а другие нет, ученые отвечают по-разному. Однако никто не спорит о том, что наибольший интерес вызывает харизматическое лидерство. Для этого типа лидерства характерна фанатическая преданность последователей лидеру. Сила харизматической личности заключается в том, что она обладает необыкновенными возможностями или привлекательностью в глазах народа. В этом контексте огромная роль отводится образу политического лидера, или, как его принято называть вслед за англоязычными авторами, имиджу. Имидж – это набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью. Можно выделить три группы составляющих имидж политического лидера: персональные характеристики лидера; социальные характеристики; символическая нагрузка. Остановимся на каждой из них. К персональным характеристикам лидера относятся физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений. Вторая составляющая – «социальные характеристики». Под данной составляющей понимается статус лидера, причем, который включает не только статус, связанный с занимаемой должностью, но и с происхождением, образованием, достатком и т. д. Очень важным в этом аспекте является связь лидера с различными социальными группами, с теми, интересы которых он представляет, и с теми, которые поддерживают его, и с теми, которые являются его оппонентами. Наконец, образ лидера несет большую символическую нагрузку. Лидеры становятся знаками определенных идеологий, того или иного курса действий.

Следует иметь в виду, что «социальные характеристики» достаточно подвижная часть имиджа лидера, так как она связана с требованиями реальности. Они довольно часто конструируются заново на основе анализа сложившейся ситуации. Напротив, символические характеристики являются устойчивыми компонентами, так как они связаны с базовыми ценностями конкретного общества, а также культурными архетипами. Отсюда можно сделать вывод о том, что существует постоянный набор черт и качеств, который должен демонстрировать политик, чтобы в нем увидели лидера, возможно харизматического. Эти качества во многом связаны с лидерским архетипом. Под архетипом понимается объективно существующий идеальный образец. В психоанализе – архетипы структуры «коллективного бессознательного». Коллективное бессознательное не поддается восприятию непосредственно, но обнаруживается в символах, определенном поведении и т.д.

Кроме основных структурных компонентов имиджа, в телевизионную эпоху большой вес приобретает внешность лидера. Многие исследователи отмечают существование некоторого качества, которое делает личность неотразимой в глазах других, особенно в случаях непосредственного контакта с массами. Лебон называл это качество «обаянием»,

М. Вебер – «харизмой». Харизму пытаются понять и объяснить многие поколения ученых, однако, это не всегда удается. Большинство исследователей сходится во мнении, что великие события истории дают толчок к появлению харизматических лидеров. Причем, эти события могут быть созданы с помощью слов. Как считает М. Эдилман, это происходит с помощью конструирования проблем. В обществе и мире всегда сохраняется определенное благополучие. Однако от политического лидера (оратора) зависит акцент на проблеме. Поскольку большая часть населения лишена достоверной и полной информации о действительном положении вещей в стране и в мире, то этот акцент воспринимается на веру.

Второй способ создания критической ситуации – это конструирование врагов.

Причем врагами могут быть отдельные люди, группы людей, страны. Конструирование политических врагов практикуется во все времена и в любых обществах. Реальные или созданные враги заставляют народ сплотиться вокруг своего вождя, укрепить патриотические чувства.

Однако основным механизмом личностного влияния харизматического лидера является идентификация. Механизм идентификации делает возможным для лидера такой способ влияния как воздействие личности примером. В психологии масс существует такое мнение, что управление в значительной мере осуществляется при помощи образцов. Это возможно благодаря тому, что одной из потребностей человека является, склонность к подражанию.

Исходя из вышеизложенного можно сделать следующие выводы. Построение удачного имиджа главным образом зависит от следующих условий:

От знания и понимания настроений, требований и установок своих будущих или настоящих последователей и умения показать, что Вы – именно тот, кто полностью отвечает потребностям народа.

Построение имиджа популярного (харизматического) лидера требует не только учитывать требования момента и действовать по ситуации. Лидер всегда должен демонстрировать некоторые черты и качества, которые в сознании народа однозначно связаны с «лидерскими» качествами. К таким качествам традиционно относятся: деятельность; решительность; справедливость; забота о тех, кто признает его лидерство; беспощадность к врагам; ощущение себя всегда правым.

Чтобы лидера запомнили необходимо создать прочную ассоциацию между своим политическим именем и значимой для народа в данный момент идеей, объявив себя защитником определенного направления.

Для того, чтобы закрепить «удачный» имидж в глазах народа следует:

- а) подчеркнуть черты, которые привлекательны для народа;
- б) избегать упоминания о непривлекательных чертах лидера или указывать их мимоходом;
- в) попытаться улучшить отношение народа к манере поведения лидера и насколько возможно процесс идентификации лидера с массами.

УДК 32:316.77

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Мядель А.П., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье обосновывается продуктивность коммуникативного подхода в исследовании политической сферы общества.

Ключевые слова: власть, цивилизация, коммуникация, рациональность, публичность.

Проблема власти приобретает особую актуальность в период глубоких социальных преобразований. В настоящее время мировая цивилизация переживает глубокий кризис, обусловленный глобальными проблемами современности и отягощенный методологическим кризисом социально-философского знания. Содержание современных концепций власти составляют поиски новой рациональности в сфере властных отношений, осознание пределов рациональности, всеохватность, неустранимость власти и пристальное внимание к человеку как к субъекту и объекту подчинения и властных отношений. Среди них