

Хадаковская Е. В.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕОЛОГИИ: ГЕНЕЗИС И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

*Хадаковская Елизавета Владимировна, студентка 3 курса Белорусского
государственного университета, г. Минск, Беларусь,*

liza.khadakovskaya@mail.ru

Научный руководитель: канд. полит. наук, доцент Михайловский В. С.

Политическая идеология – это важный предмет политических исследований. Идеология представляет собой идеи и взгляды, которые помогают осмысливать окружающий мир. При изучении политической идеологии традиционно указывают на следующие подходы: Антуан Дестют де Траси рассматривал идеологию как науку об идеях, в предмет которой входят всеобщие законы образования, взаимодействия и превращения идей, их влияния на жизнедеятельность различных социальных групп. Карл Маркс утверждал, что идеология – это ложное сознание. Дэниел Белл и Раймон Арон полагали, что на смену идеологии и идеологическому мышлению пришла наука и в 1950-е гг. провозгласили «конец века идеологии».

На современном этапе развития общества идеология стала неотъемлемым атрибутом политических процессов, поэтому имеющегося методологического инструментария недостаточно для ее эффективного познания. Во-первых, идеологий стало больше. Этому способствовали процессы медиатизации и глобализации политики. Во-вторых, возросла роль латентных механизмов идеологического воздействия, благодаря которым происходит организация и разработка политического курса государства. В-третьих, произошла трансформация самого термина «идеология»: идеология стала рассматриваться как часть управления. Такие изменения требуют от политической науки дополнительных методов исследования политической идеологии. Отправным шагом в разработке методологии политической идеологии может послужить экстраполяция методологии исследования политики на исследования идеологии.

В Античности политика исследовалась в рамках ценностного подхода. В своих работах Платон и Аристотель формировали картину (идею) идеального государства. Изучение идеологии может осуществляться в рамках психологизированного подхода. Так в XVIII в. Эдмунд Бёрк и Жозеф де Местр полагали, что в основе развития политики находится человеческая психология. Этим может быть объяснена противоречивая сущность идеологии. В XIX в. в основу исследования политики был положен антропологический подход (Людвиг Фейербах). Антропологический подход может служить инструментом выявления связи между национальным характером и идеологией.

В середине XX в. развился системный метод (Толкотт Парсон, Дэвид Истон), который позволяет рассматривать идеологию как сочетание непрерывно развивающейся системы и ее функционирующих частей.

На современном этапе изучения политической идеологии стоит говорить о возможности применения исторического метода исследования. Данный метод эффективен тем, что предполагает изучение идеологического прошлого государств и позволяет прогнозировать идеологический курс в будущем.

Исследования идеологии необходимы в силу реальной важности идеологии не только в научной сфере, но и в общественной жизни. Идеология позволяет определять политические курсы стран, помогает принимать важные политические, экономические и социальные решения. Собственно, методология исследования идеологии позволит прогнозировать дальнейшие идеологические курсы и более структурированно изучить идеологию как особый предмет политической науки.

Шумская П. А.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В ПЕРИОД ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ

*Шумская Полина Александровна, студентка 2 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь, polina.shumskaya.00@mail.ru
Научный руководитель: канд. филос. наук, доцент Старовойтова Л. В.*

Политическая коммуникация является важным параметром функционирования политического процесса и политических акторов. Она позволяет осуществлять взаимодействие политических интересов путем обмена информационными потоками, обеспечивая принятие осознанных политических решений. Масштабное развитие информационно-коммуникационных систем позволило власти выстраивать диалог между субъектами политики, непрерывно обмениваться политическим текстом с другими подсистемами общества.

Роль средств массовой информации особенно ценна в периоды выборных кампаний, когда информация возрастает в цене и преобразовывается в голоса избирателей. Насущная необходимость власти осуществлять себя через медиа в эпоху информационного общества становится мощным стимулом для максимально активного использования информационных технологий в предвыборной агитации. Доступность информационного ресурса для власти служит залогом успешной кампании, показателем ее активности, способом легитимации ее статуса.

Как показывает практика, Интернет все чаще является средством распространения и источником получения агитационной информации. Предвыборная агитация в Интернете осуществляется посредством организации интернет-рассылки, блогов, форумов и т. д. Немалая часть политически образованного и активного населения все больше доверяет Интернету, а не агитационным листовкам и традиционным средствам массовой информации.

Интернет в качестве средства распространения предвыборной агитации привлекателен по следующим обстоятельствам: 1) возможность доступа к