

Для этого нужно рассмотреть динамику изменения содержания понятий «демократия», «социализм», «авторитаризм» и «гражданское общество» от момента их возникновения до настоящего времени, «очищение их от идеологического налета» и выяснить, реализовали ли воплощенные демократические режимы идеи (потенциал), заложенные в их названиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ларри Даймонд. Прошла ли «3-я волна» демократизации? / Полис, 1999, № 1. С.10-25.
2. М.В.Ильин О грядущей России. Избр.статьи. М., 1993; А.В.Лукин Переходный период России: демократизация и либеральные реформы / Полис, 1999, №2. С.134-154.
3. Ларри Даймонд. Указ. соч.

КУРАКИНА Л.М.

ПАТРИОТИЗМ И (ИЛИ) ПОЛИТИЧЕСКИЙ НИГИЛИЗМ: К ВОПРОСУ О МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКОМ ЗНАЧЕНИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ПОЛИТОЛОГИИ

Небольшой срок преподавания политологии в российских вузах все же дает возможность проанализировать как учебно-педагогические, так и социально-политические, мировоззренческие последствия освоения политических знаний.

В своем гуманитарном, мировоззренческом значении политология, как никакая другая учебная дисциплина, влияет на политические оценки и ориентации студентов. Работая со студентами, наиболее интеллектуально развитой, стремящейся к поиску смысловых ценностей и истин частью молодежи, вольно или невольно преподаватель политологии формирует ее определенную гражданскую позицию. Последствия этого воздействия не всегда однозначно и адекватно прогнозируемы. В частности, проблема «интеллектуальной эмиграции» («утечки мозгов») во многом есть следствие отсутствия элементарного патриотизма. Современная молодежь оказалась без важнейших исторических, гражданских, нравственных корней.

Раскрывая суть политических процессов, происходящих сегодня в России, преподаватель-политолог вынужден давать, в основном, негативные оценки. Характеристика современных политических структур, российской элиты, политических лидеров – это лишь очередной повод негативного отношения к собственной стране, к формированию политического нигилизма.

На значительную неудовлетворенность молодежи жизнью в России указывают многие социологические исследования. Проводимые нами в г. Сызрани ежегодные мониторинговые опросы населения подтверждают эту тенденцию. Если по всему массиву опрошенных не удовлетворены жизнью в городе 2,2% горожан, то среди молодежи эта доля составляет 9,1%, т.е. почти в 4 раза больше (данные исследования 1998 г.).

Критичность студенческой молодежи усиливается также и под воздействием средств массовой информации, ориентированных сейчас в значительной мере на негативную информацию и использующих, как правило, западную политическую лексику.

Таким образом, в настоящее кризисное для страны время в системе политологического образования студентов необходимо смягчать негативные оценки и акцентировать внимание на позитивных изменениях, на необходимости консолидации, объединения, способствующих формированию патриотизма.

В проведенном нами в конце 1998 г. исследовании значительное число опрошенных, отвечая на вопрос «Какие специальности (предметы) необходимо ввести в систему профессионального (начального, среднего, высшего) образования?», высказалось за введение «урока любви к Родине».

Выход из «смутного времени» в России всегда сопровождался всплеском патриотизма. Поэтому, политологическое образование должно строиться не на политическом нигилизме, а на перспективно-позитивном патриотизме.

МАЛАКАНОВА О.А.

ИМИДЖ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА: ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ И ПРЕПОДАВАНИЯ

Проблема изучения имиджа политического института становится все более значимой в связи с проведением различного уровня выборов (например, Государственной Думы, предстоящими выборами Президента России).

Под имиджем политического института следует понимать сложный и противоречивый феномен, отражающий отношение масс к деятельности, целям и задачам этого института в конкретных исторических условиях и включающий в себя такие характеристики, как представления масс об идеале деятельности политического института, оценки, мнения, суждения, иллюзии.

Имидж – это важная характеристика политического института. По результатам экспертного опроса, 63.6% экспертов отметили, что имидж у по-