

УДК 316.774:929

Е. С. Алексенцева-Тимченко

канд. соц. наук, и. о. доцента кафедры социологии

Институт социальных наук,

Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова

к. 40, Французский бул. 24/26, м. Одеса-58, 65058, Украина,

тел. 68-60-92 (сл.т.)

“ПУБЛИЧНЫЕ” БИОГРАФИЧЕСКИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ: СПЕЦИФИКА И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ К ИССЛЕДОВАНИЮ КАРЬЕРЫ

Статья посвящена рассмотрению истоков возникновения “публичных” биографических презентаций, их специфики как источника социологической информации, а также возможностей применения в исследовании успешных карьерных стратегий.

Ключевые слова: средства массовой информации, “публичные” презентации, биографические повествования, карьера.

Информационное общество способствовало повышению популярности в средствах массовой информации (журналах, газетах, ТВ, интернет-изданиях) проектов, внимание которых сфокусировано на биографиях индивидов. Такие биографические проекты ориентированы на широкий круг общественности (массовую аудиторию) и имеют “публичный” характер (т. е. субъектов непосредственного или опосредованного восприятия). Одной из форм “публичных” проектов являются биографические презентации (устные или письменные), в которых представлено повествование о непосредственном жизненном мире героев: прожитом опыте (негативном или позитивном), ценностных ориентациях, стратегиях поведения в различных сферах жизнедеятельности. Популяризация такого вида информации в современном обществе не может игнорироваться социологией, т. к. “публичные” презентации являются неотъемлемым элементом формирования общественного мнения, на основе которого собственно и формируется положительное (доверительное) отношение к личности и той деятельности, которой она занимается.

Специфика биографии как презентации жизненного пути рассмотрена многими зарубежными и отечественными авторами Ж.-П. Альмодавром, В. Берто, П. Бурдые, В. Голофастом, М. Мануильским, Е. Мещеркиной, М. Рустиним, В. Семеновой, Л. Скоковой, В. Фукс-Хайнритцом и др. В работах данных авторов анализируются методологические основания изучения биографий, природа источников получения биографической информации и различные техники её анализа.

В свою очередь, биографические презентации являются объектом анализа очень широкого круга наук: в литературоведении — для выявления соотношения реальных фактов биографии автора и его творчества; в психологии — для исследования различных проявлений личности, например,

авторитарных личностей; в социологии — для исследования процессов личностной адаптации (Е. Головаха, А. Злобина, А. Кроник, Н. Соболева и др.) а также проблем, связанных с реконструкцией различных типов идентичностей: гендерной (А. Тёмкина, Е. Здравомыслова), политической (Н. Бойко и Н. Шульга, А. Резник), религиозной (Л. Скокова), профессиональной (И. Козина, А. Готлиб, В. Семёнова). Несмотря на междисциплинарный характер исследования биографий, не определенными являются специфика и функции, которые выполняет в современном обществе такая форма биографической информации как “публичные” презентации.

Цель данной статьи состоит в том, чтобы рассмотреть истоки возникновения публичного интереса к “приватным” биографиям и определить связанную с ними специфику “публичных” биографических презентаций как источника социологической информации, а также рассмотреть возможности их применения в исследовании успешных карьерных стратегий.

Жанр “публичной” биографии возникает очень давно — ещё во времена античной эпохи (IV век до н. э.). С. Аверинцев описывает этот вид биографии следующим образом: “Ее жизненной атмосферой был дух неразборчивого любопытства или педантичного коллекционирования сведений; иногда это бесстрастное усердие сменялось резкой оценочностью и взвинченной риторской патетикой, и тогда возникало биографически оформленное похвальное слово или, напротив, “поношение” (греч. *псогос*). Естественными и излюбленными героями биографий были личности, принадлежащие либо миру книжной учености (философы, поэты, риторы, грамматик), либо миру уличной сенсации (монархи, разбойники, гетеры, чудачки) — в чём можно усмотреть прообраз современной “желтой прессы” — *прим. Е. А.*). В целом она исходит не из оценочной идеи “великого человека”, но из идеи “знаменитости” в смысле некоего курьеза...” [1, с. 644]. Такая биография несла в себе информативную ценность и была ориентирована в основном на занимательность.

Позднее развитие интереса к биографиям связано с работами классика этого жанра Плутарха. В своих “Сравнительных жизнеописаниях” он рассказывает о государственных деятелях греческой и римской эпохи, отбирая героев по гражданственным критериям (т. е. по их деяниям на благо общественности) и подвергая их поступки морально-психологическому анализу. Благодаря Плутарху индивидуальная жизнь начинает представлять как ценная и поучительная для других: “Надо стремиться к наилучшему, чтобы не только созерцать, но и питаться созерцанием... Даже и пользы не приносят зрителям такие предметы, которые не вызывают в них рвения к подражанию...” Тем самым был заложен новый вид “публичной” биографии, направленный на формирование у людей установки на нравственные образцы для подражания.

Позднее элементы “публичной” биографии представлена в самых разнообразных литературных формах: в форме исповеди, раскрывающей смысл пути человека к Богу, в форме автобиографий, написанных по чьей-либо просьбе (как самопрезентация рассказчика в форме: семейных хроник, повествований о научных открытиях, о путешествиях и т. п.) или в форме ро-

манов (где презентация героя построена от третьего лица). Конечно, такие формы биографических презентаций претерпевали различные трансформации в зависимости от предпочтений биографов той или иной эпохи: какие личности выбирались для биографических повествований; какие события в жизни героев фиксировались авторами как заслуживающие внимания, а какие нет и т. п. Однако данные повествования предоставляют плодотворный материал не только для исторического понимания смысла личности и индивидуальности в конкретную эпоху, но также и технологий, с помощью которых жизненные пути героев становились достоянием публики.

Кроме письменных презентаций уже в те далекие времена люди умело использовали различные устные средства убеждения и влияния (вспомним знаменитых софистов, которые не только обучали искусству красноречия, но и нередко сами выступали перед публикой в определенные дни и прославляли, превозносили достоинства видных деятелей). Еще одним значимым средством презентации, предоставившей человеку возможность умело управлять собственным образом “Я”, послужило появление искусства маски, весьма популярной в XX в. “Маска — не просто кусок раскрашенной бумаги или папье-маше, а определенная модель, тип поведения, который не может быть нейтральным по отношению к “Я”. Человек выбирает маску не совсем произвольно. Маска должна компенсировать то, чего личности, по ее самооценке, не хватает и что ей, по-видимому, нужно” [2] (именно этим может быть объяснено появление в современном обществе такого “публичного” феномена как “виртуальная личность”: например, выбор псевдонимов (*login, user name, nickname*) пользователей интернет-сети и т. п.).

В результате, конец XX — начало XXI вв. предоставили человечеству разветвленную сеть возможностей и средств манипулирования общественным мнением с помощью выстраивания нужного образа, одновременно породив тем самым конкурентную борьбу за наиболее выгодный и привлекательный образ. Всё это, однако, свидетельствует о том, что умение “публично” презентировать себя является для современного человека необходимым условием построения эффективной и успешной профессионально-деловой коммуникации.

“Публичные” биографические презентации в современном обществе создаются с помощью СМИ и подчинены требованиям жанра или определенного заказа (предпочтений публики, её желания или нежелания знать о чем-либо), а также зависят от замысла создателя (в качестве которого может выступать как сам индивид, так журналист или пиэрмен). Такая специфика “публичных” биографических презентаций связана с тем, что, репертуар и рамки интерпретаций, предлагаемые в СМИ, играют важную роль в процессе, посредством которого общество признает или игнорирует те или иные социальные проблемы в качестве фокуса своих интересов, намерений, целей.

Рассказчик конструирует жизненную историю, структурируя её определенным образом по различным плоскостям, выбор которых связан с его информированностью про требования жанра презентации, культуры, эпо-

хи, ситуации. “Публичные” презентации построены на запросах общества к индивидуальной жизни. Они выступают в качестве важного фактора, на основе которого индивид включает в биографию те или иные события. А конструирование позитивного образа предусматривает присутствие в личных историях доказательств, отвечающих этим требованиям (например, социум поощряет получение образования, создание семьи, карьерный рост, гражданскую активность и т. п.) [3, с. 37]. Основной функцией таких презентаций является воспроизводство социума, и в этом смысле они являются социокультурным феноменом. Таким образом, социум через СМИ как институт социализации, поддерживает свое функционирование, презентуя модели успешной профессиональной социализации.

Очень часто “публичные” биографические презентации как источник достоверной информации исследователи критикуют за “мифотворчество”. Например, Е. Омельченко [4] отмечает, что благодаря “продвижению в масс-медиа примеров “Золушек и Иванушек”, которые сделали быструю карьеру и достигли высокого статуса в обществе (богатства, власти, популярности) за счёт собственных личных ресурсов (качественное образование, ранний профессионализм, личное обаяние и т. п.) или по воле случая, создается впечатление, отчасти оправданное, о возможности реализации любых жизненных планов”. Это можно объяснить, на наш взгляд, тем, что с древних времен у людей присутствует потребность в поклонении или подражании какой-либо личности, превосходящей их в физическом или интеллектуальном развитии. В результате, умело оперируя различными приёмами и технологиями создания мифа (акцентируя внимание на одних чертах и маскируя другие) “публичные” биографии остаются неоспоримым и эффективным средством воздействия на формирование желательного общественного мнения. Безусловно, рассказывая про свой жизненный опыт, респондент создает себя, как он хочет, чтобы его воспринимала общественность, отбирая из пережитого те факты, которые, прежде всего, отвечают позитивному образу. В тоже время, нравственная личность, наделенная совестью и способностью к самокритике, владеющая эмоциональным и интеллектуальным потенциалом, не может игнорировать жизненные обстоятельства, не соответствующие данному образу. Они попадают в разряд так называемых “жизненных ошибок, на которых учатся” и в принципе не могут повредить позитивному образу. Даже вышеупомянутый Плутарх, создавая биографии государственных деятелей в качестве примеров, на которые следует равняться, относился к своим героям не без критики, напротив, не упуская случая, говоря о достойном человеке, указать на его недостатки, а у “дурного”, напротив, — отметить достоинства.

В тоже время исследование “публичных” интервью актуально, т. к. их герои пропагандируют собственные модели поведения, стиль и образ жизни, причем не только в сфере потребления и досуга, но и в профессиональной сфере. Исследователь карьеры Ю. Согомонов отмечает, что нарратив как социальный феномен играет огромную роль в сфере профессиональной идентичности человека — выступая своеобразным имиджевым эталоном профессии. В нем отражается профессиональная этика, повествующая о

“стандартах, надеждах, социальных ролях, ответственности и справедливости” [5]. Данные повествования представляют собой образы карьеры, типичные как для определенного типа общества (замысел автора, презентующего биографию, зависит от того социального времени и той эпохи, представителем которой он является) так и для определенного профессионального сообщества. Хотя, подобная типичность вписана в конкретную биографическую ситуацию человека (в категориях Г. Зиммеля, это есть “форма” наполненная своим “содержанием”), данную модель можно освоить и модифицировать в своей жизненной стратегии. С другой стороны, специалисты в области имиджологии справедливо отмечают, что “особенностью функционирования специалиста для внешнего круга является то, что его позитивная интерпретация является своеобразной опорой и гарантией востребованности” [6, с. 118]. В результате, значимым источником информации о карьерном продвижении могут быть “публичные” интервью в специализированных СМИ, в которых индивид непосредственно рассказывает о своем жизненном пути, профессиональной мобильности, своем социальном окружении, отвечая на вопрос “Как я стал тем, кем являюсь сейчас”. Данные интервью публикуются очень часто под заголовками: “История успеха”, “Яркая личность”, “Образ жизни” и т. п. Еще одним значимым элементом “публичной” самопрезентации в современном обществе выступают персональные интернет-страницы, представляющие собой самообъяснение достижений личности в терминах социально значимых этапов развития, анализ которых также может представлять дополнительную информацию о карьерных стратегиях. Российский исследователь Г. Иванченко, рассматривая самоопределение личности как “открытый проект”, отмечает, что “сфера возможного относительно жизненного мира выступает как идеальный прообраз, который предусматривается”. В процессе целеопределения действующий субъект выходит за рамки наличной ситуации и желает практически определить грани своих возможностей. Однако ещё до этого он владеет “представлениями о возможном”, свойственными тем или иным социальным общностям, что в совокупности образует “простор возможностей индивида” [7, с. 9].

В результате, анализ таких “публичных” презентаций позволяет выявить основные требования общества к индивиду, желающему достигнуть успеха, и посмотреть, насколько “заинтересованный субъект” соответствует этим требованиям. Такого рода информация представляет безусловный интерес с точки зрения образов успешной профессиональной карьеры, востребованных на современном рынке труда, механизмов и возможностей построения карьеры для определенного профессионального слоя. Таким образом, стратегии карьерного развития презентуемые в “публичных” биографических интервью выступают значимыми элементами процесса построения идентификационных практик и профессиональных идентичностей.

Литература

1. Аверинцев С. С. Добрый Плутарх рассказывает о героях или счастливый брак биографического жанра и моральной философии / Плутарх. Сравнительные жизнеописания в двух томах. — М.: Наука, 1994. — Т. I. — С. 637–653.
2. Кон И. С. В поисках себя: личность и её самосознание. М.: Политиздат, 1984. //http://psylib.org.ua
3. Мануильский М. А. Биография в структуре жизненного мира индивида // Человек. — 2005. — №5. — С. 30-43.
4. Омельченко Е. Л. Стилиевые стратегии занятости и их особенности// Социологические исследования. — 2002. — №11. — С. 36-47.
5. Согомонов А. Ю. Достижительская культура. — М.: Электронная книга, 2002. — 500с. //http://www.ecsosman.edu.ru
6. Скуднова О. Ю. Формирование имиджа профессионала: технология самопрезентации // Имиджелогия-2005: Материалы третьего международного симпозиума по имиджелогии. — М.: РИЦ АИМ, 2005. — С. 118-121.
7. Иванченко Г. В. Самоопределение личности как открытый проект // Человек. — 2005. — №3. — С. 5-16.

К. С. Алексенцева-Тимченко

кафедра соціології, Інститут соціальних наук
Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова
к. 40, Французький бульвар 24/26, м. Одеса, 65058, Україна

“ПУБЛІЧНІ” БІОГРАФІЧНІ ПРЕЗЕНТАЦІЇ: СПЕЦИФІКА ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАТОСУВАННЯ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ КАР’ЄРИ

В статті розглянуто виникнення публічних біографічних презентацій, їх специфіка як джерела соціологічної інформації, а також можливості застосування у дослідженні успішних кар’єрних стратегій.

Ключові слова: засоби масової інформації, “публічні” презентації, біографічні оповідання, кар’єра.

К. Alexentseva-Timchenko

Sociology department, Institute of Social Sciences
Odessa National University named after I. I. Mechnikov
r. 40, Frantsuzky Boulevard, 24/26, Odessa-58, 65058, Ukraine

THE “PUBLIC” BIOGRAPHICAL PRESENTATIONS: SPECIFICITY AND OPPORTUNITIES OF APPLICATION TO THE RESEARCH OF CAREER

Summary

The scientific article is devoted to consideration the sources of occurrence of public biographical presentations, their specificity as the source of sociological information and their opportunity of application to research of successful career strategy.

Keywords: mass media, “public” presentations, biographic narrative, career.