

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра всеобщей истории

И. Н. ГОМЕРОВ

ЧЕЛОВЕК В ПОЛЕ ПОЛИТИКИ

Лекция

Новосибирск – 2012

УДК 32 (075)
ББК 66.01 я 73
Г 641

Гомеров И. Н. Человек в поле политики: лекция / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2012. 133 с.

ISBN 978-5-94356-793-3

В лекции рассматриваются место, роль и уровни участия человека в политике, его гражданские права и свободы, природа и типология политического лидерства, формирование и продвижение его имиджа в поле политики. Лекция предназначена для аспирантов и студентов высших учебных заведений. Она представляет определённый интерес для слушателей институтов и факультетов переподготовки специалистов, преподавателей средних специальных учебных заведений, учителей общеобразовательных школ и всех интересующихся политологией и политикой.

Рецензенты:

д-р ист. наук, проф., действит. чл. Академии политической науки и Сибирской академии политических наук В. В. Демидов,
д-р полит. наук, проф. Р. Ш. Нуриддинов

Лекция рекомендована к печати кафедрой всеобщей истории. Протокол заседания кафедры № 3 от 24 января 2011 г.

SBN 978-5-94356-793-3

© Новосибирский государственный
университет, 2012
© Гомеров И. Н., 2012

Человек в поле политики

План

1. Субъектность как специфическое свойство человека.
2. Индивиды-подданные и индивиды-граждане.
3. Права и свободы человека и гражданина.
4. Уровни и характер участия человека в политике.
5. Политические лидеры и политические руководители.
6. Имидж политического лидера и политического руководителя.
7. Продвижение индивидов-субъектов в поле политики.

1. Субъектность как специфическое свойство человека

А. Проблема субъектности в философии и науке

Проблема определения человека как субъекта занимала умы многих философов и психологов. Так, уже **Аристотель** отмечает, что «человек – это, конечно, источник поступков. <...> Ни про неодушевлённые, ни про одушевлённые существа, кроме человека, мы не говорим, что они действуют (*prattein*), а [говорим так] только о человеке. Ясно, что человек – сила, порождающая действия»¹. Согласно Аристотелю, «душа есть... начало» человека как живого телесного существа, которая в «большинстве случаев, очевидно, ...ничего не испытывает без тела и не действует без него, например: при гневе, отваге, желании, вообще при ощущениях. Но больше всего, по-видимому, присуще одной только душе мышление. Если мышление есть некая деятельность представления или не может происходить без представления, то и мышление не может быть без тела. <...> душе свойственно познавать, ощущать, думать, а также желать и хотеть и вообще ей свойственны стремления... <...> Таким образом, душа необходимо есть сущность в смысле формы естественного тела, обладающего в возможности жизнью. Сущность же [как форма] есть энтелехия; стало быть, душа есть энтелехия такого тела. Энтелехия же имеет двойной смысл: или такой, как знание, или такой, как деятельность созерцания; совершенно очевидно, что душа есть энтелехия в таком смысле, как знание. <...> Итак, душа есть причина и начало живого тела... в трёх смыслах... А именно: душа есть причина как то, откуда движение, как цель и как сущность одушевлённых тел»². Оценивая вклад Аристотеля в разработку проблемы субъекта, А. Ф. Лосев пишет: «Аристотель внёс в мир платоновских идей не только момент объекта, но и момент субъекта. Аристотель учил, что мир идей, который он назвал Нусом – Умом, обязательно *сам себя мыслит* и является самосознанием. С одной стороны, он то, что мыслит, а с другой стороны, он есть также и то, что мыслится»³.

¹ Аристотель. Соч. Т. 4. С. 103, 310.

² Аристотель. Соч. Т. 1. С. 371, 373, 392, 394, 402.

³ Лосев А. Ф. Эстетика Возрождения. М., 1978. С. 83.

Средневековая философия понимает под субъектом нечто реальное, существующее в самих вещах, а под объектом – нечто существующее лишь в интеллекте. Для данной эпохи было характерно жёсткое подавление индивидуальности, подчинённой общепринятым религиозным канонам, в рамках которого существовал, как считает А. Я. Гуревич, так называемый «архаический индивидуализм»¹, который, по мнению А. Ф. Лосева, с наступлением эпохи Возрождения приобретает новые формы, дающие человеку возможность мыслить себя в качестве самостоятельной личности-субъекта, но чувствующего ограниченность своего фактического существования и беспомощность перед громадой бесконечной жизни и космоса². И только в **Новое время**, как отмечает М. Хайдеггер, «человек становится субъектом», причём «первым и исключительным субъектом»³. Р. Декарт понимает субъекта как **активное начало**, как нечто **отличное от объекта** и резко противопоставляет их друг другу. Тем самым он поставил вопрос об отношении «внутреннего» мира сознания и «внешнего» мира природной реальности. Человеческий индивид представляется ему мыслящим, разумно действующим, имеющим некоторую самостоятельность и внутреннюю стимуляцию своей активности. В **классической немецкой философии** была показана невозможность метафизически-дуалистического противопоставления субъекта и объекта как двух внутри себя замкнутых субстанций. **Субъект** здесь понимается не как некая «идеальная вещь», а как **самостоятельная активность-деятельность (самодетельность) человека**. В философии **И. Канта** проблема человека-субъекта занимает центральное место. «Что такое человек?» – основной вопрос его философской системы, пронизывающий все её элементы. Кант рассматривает человека «не только как цель природы подобно всем организмам, но... также как *последнюю* цель природы, по отношению к которой все остальные вещи в природе составляют систему целей»⁴, и выдвигает идею активности человека-субъекта. Формулируя проблему различия и единства эмпирического (индивидуального), трансцендентального (коллективного) и практического (нравственного) субъекта, Кант закладывает предпосылки для понимания и определения родовой, специфически человеческой (в том числе социальной) природы человека-субъекта. Однако он оставляет открытой проблему объекта. У него вещи «аффинируют» чувствительность субъекта, но существуют «сами по себе», независимо от него. **И. В. Фихте**, как и Кант, полагает, что единство человеческого Я-субъекта независимо от опыта, предшествующего ему, является его априорной, трансцендентальной основой. Но если Кант рассматривает единство человеческого Я-субъекта с точки зрения его отношения к объекту, то Фихте **объявляет этого Я-субъекта абсолютным Я-субъектом, единственной реальностью, всемогущей творческой силой, всё создающей и совпадающей, в конечном счёте, с самосознанием всего человечества**. Фихте утверждает единство эмпирического и абсолютного Я-субъекта, но рассматривает последнего в качестве некоего всеобщего духовного начала, подчиняющего себе любой объект и любого эмпирического Я-субъекта.

¹ Гуревич А. Я. Средневековый мир: культура безмолвствующего большинства. М. 1990

² Лосев А. Ф. Эстетика Возрождения. С. 93, 65.

³ Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления: Пер. с нем. М., 1993. С. 48.

⁴ Кант И. Сочинения: В 6 т. М., 1966. Т. 5. С. 462.

Ф. В. И. Шеллинг, так же как и **Фихте**, считает, что субъект и объект изначально образуют нечто единое, но, в отличие от **Фихте**, **утверждает абсолютное тождество объекта и субъекта**, так как «высшее не может быть ни субъектом, ни объектом, ни тем и другим одновременно, но лишь *абсолютным тождеством...*»¹. Как отмечает Г. В. Ф. Гегель, **если Фихте обосновывает «субъективный субъект-объект», то Шеллинг – «объективный субъект-объект»**. Сам же Гегель рассматривает субъекта в единстве его познавательной и практически-преобразовательной деятельности, трактует субъекта как субстанцию, тождественную абсолютному субъекту-духу, проявляющего самого себя в объекте. Как замечает В. Г. Белинский, для Гегеля «судьба субъекта, индивидуума, личности, важнее судеб всего мира», но этот субъект есть «не сам себе цель, но средство для мгновенного выражения общего, а это общее является у него (Гегеля. – *И. Г.*) в отношении к субъекту Молохом (Богом. – *И. Г.*)»². **К. Маркс** понимает субъекта в первую очередь как субъекта материального и духовного производства, социальных (общественных) отношений и классовой борьбы, как то, что объективируется в объекте, субъективирующемся в субъекте³.

В XX веке доминирующей идеей становится идея творчества и саморазвития человека, наиболее развёрнуто и глубоко разрабатываемая в рамках экзистенциальной философии и психологии, онтологической базой которой стал отказ от картезианской дихотомии души и тела (соответственно – субъекта и объекта) и провозглашение человеческого сознания центральным элементом в системе мироздания⁴. В частности, согласно **Н. А. Бердяеву**, «субъект есть моё "я", душа; моё сознание в противоположность его содержанию. <...> В экзистенциальном смысле субъект коррелятивен не с объектом, а с другим субъектом»⁵. Однако, в отличие от **Н. А. Бердяева**, **М. Хайдеггер** считает, что необходимо «...»пробудить» человека от антропологического забвения и освободить его от власти субъекта – *метафизической формы*, претендующей на синтез всего сущего. Поэтому неискажённая антропология может быть только *антропологией*

¹ Шеллинг Ф. В. И. Соч. Т. 1. С. 462.

² Цит. по: Бердяев Н. А. Русская идея... // Вопр. философии. 1990. № 1. С. 116.

³ Бородай Ю. М. Воображение и теория познания. Критический очерк кантовского учения о продуктивной способности воображения. М., 1966; Он же. Кант и современный иррационализм // Вопр. философии. 1964. № 3; Гулыга А. В. Место эстетики в философской системе Канта // Философия Канта и современность. М., 1974. С. 271, 278; Он же. Философское наследие Шеллинга: Вступительная статья // Шеллинг Ф. В. И. Соч. Т. 1. С. 12; История философии: В 4 т. М., 1957. Т. 2. С. 34–115; М., 1959. Т. 3. С. 11–319; Кармазина Е. В. Философия свободы и проблема идентичности. Новосибирск, 2006. С. 15–71; Лекторский В. А. Проблема субъекта – объекта в теории познания // Вопр. философии. 1964. № 5. С. 24–34; Он же. Субъект, объект, познание. М., 1980; Он же. Субъект // Философская энциклопедия. Т. 5. С. 154–156; Любутин К. Н. Проблема субъекта и объекта в немецкой классической и марксистско-ленинской философии. М., 1981; Митькин А. А. Субъектность человека: грани и границы. Ч. I // Психол. журнал. 2008. Т. 29. № 3. С. 6–14.

⁴ История философии. М., 1965. Т. 6. Кн. 2. С. 10–27; Митькин А. А. Субъектность человека: грани и границы. Ч. I. С. 16–19; Современный экзистенциализм; Соловьёв Э. Ю. Экзистенциализм. С. 216–258; Экзистенциальная психология / Под ред. Р. Мэя. М., 2001.

⁵ Бердяев Н. А. Царство Духа и царство Кесаря. М., 1995. С. 192.

*без субъекта»*¹. Ж.-П. Сартр, рассматривая проблему субъекта, также констатирует: «Мы не находим в сознании никакого субъекта – ни психологического субъекта, который уже есть объект для сознания, каким его открывает редукция и который является внешним и трансцендентальным; ни трансцендентального субъекта, который есть только фикция, производимая исходя из психологического субъекта»².

Проблема субъектности человека занимает важное место в современной отечественной психологии. Её исследуют К. А. Абульханова, Л. И. Анцыферова, Е. А. Аронова, А. В. Брушлинский³, С. Дерябо, А. Л. Журавлёв, Г. В. Залевский, В. В. Знаков, О. А. Конопкин, В. И. Моросанова, В. А. Петровский, Е. А. Сергиенко и многие другие психологи⁴. **Одни авторы в определении субъектности делают акцент на общей способности субъекта к осознанной саморегуляции своей произвольной активности**⁵, **подчёркивают взаимосвязь содержания самосознания субъекта и структуры саморегуляции его поведения, деятельности**⁶, **другие акцентируют внимание личностных аспектах субъектности и субъективности**⁷, **третьи – на особенностях коллективного субъекта, совместной деятельности людей**⁸, **четвёртые подчёркивают значение психологии субъекта в понимании специфики человеческого бытия**⁹, **пятые – взаимо-**

¹ *Постмодерн: Энциклопедия.* Минск, 2001. С. 928–929.

² *Sartre J.-P. La transcendance de l'ego.* Paris, 1966. P. 23, 35.

³ *Брушлинский А. В.* Проблемы психологии субъекта. М., 1994; *Он же.* Субъект: мышление, учение, воображение. М.; Воронеж, 1996; *Он же.* Психология субъекта. СПб., 2003.

⁴ *Проблема субъекта в психологической науке* / Под ред. А. В. Брушлинского, М. И. Володиковой, В. Н. Дружинина. М., 2000; *Психология индивидуального и группового субъекта* / Под ред. А. В. Брушлинского, М. И. Володиковой. М., 2002; *Субъект, личность и психология человеческого бытия.* / Под ред. В. В. Знакова, З. Я. Рябикиной. М., 2005; *Субъект и личность в психологии саморегуляции: Сб. науч. тр.* / Под ред. В. И. Моросановой. М.; Ставрополь, 2007.

⁵ *Конопкин О. А.* Структурно-функциональный и содержательно-психологический аспекты осознанной саморегуляции // Психология. Журн. ВШЭ. 2005. Т. 2. № 1. С. 27–42; *Он же.* Осознанная саморегуляция как критерий субъектности // Вопр. психологии. 2008. № 3. С. 22–34.

⁶ *Моросанова В. И., Аронова Е. А.* Самосознание и саморегуляция поведения. М., 2007; *Они же.* Саморегуляция и самосознание субъекта // Психол. журнал. 2008. Т. 29. № 1. С. 14–22; *Моросанова В. И.* Индивидуальный стиль саморегуляции: феномен, структура и функции в произвольной активности человека. М., 1998; *Она же.* Личностные аспекты саморегуляции произвольной активности человека // Психол. журнал. 2002. Т. 23. № 6. С. 5–17; *Она же.* Категория субъекта: методология и исследования // Вопр. психологии. 2003. № 2. С. 140–144.

⁷ *Дерябо С.* Личность: от субъективности к субъектности // Развитие личности. 2002. № 3.

⁸ *Журавлёв А. Л., Емельянова Т. П.* Психология больших социальных групп как коллективных субъектов // Психол. журнал. 2009. Т. 30. № 3. С. 5–15; *Журавлёв А. Л.* Психология совместной деятельности. М., 2005; *Он же.* Психология коллективного субъекта // Психология индивидуального и группового субъекта / Под ред. А. В. Брушлинского, М. И. Володиковой. М., 2002. С. 51–81.

⁹ *Знаков В. В.* Психология субъекта как методология понимания человеческого бытия // Психол. журнал. 2003. Т. 24. № 2. С. 95–106; *Он же.* Психология понимания. М., 2005; *Он же.* Понимание в мышлении, общении, человеческом бытии. М., 2007; *Он же.* Психология человеческого бытия – одно из направлений развития психологии субъекта // Психол. журнал. 2008. Т. 29. № 2. С. 69–77.

связь субъекта и фиксированных форм его поведения¹. При этом категории «субъект» придан придается научный статус **новой субъектной парадигмы, нового методологического принципа**, который, как считает К. А. Абульханова, служит «соотнесению теории, знаний и эмпирического исследования», является ориентиром «для выработки стратегии всего исследования, проверки и подтверждения гипотез», содействует «установлению самых различных соотношений предмета и объекта познания», выполняет «не только науковедческую, но и научно-практическую роль»². Свой вклад в развитие идеи творческой сущности субъекта внёс Э. В. Ильенков³. О социально-активной роли субъекта пишет Г. С. Афанасьев⁴.

А. А. Митькин, завершая предпринятый им обзор исследований проблемы субъектности человека, отмечает её сложность, глубокую антиномичность и парадоксальность. По мнению **М. Фуко**, использование термина «субъект» – не более чем дань классической философской традиции, а **исследование субъекта на деле есть анализ «условий», при которых возможно выполнение неким индивидом функций субъекта**⁵. Именно таким образом проблема субъекта и субъектности исследуется и в данной работе.

Б. Субъектность как специфическое свойство человека

Определяя субъектность человеческих индивидов, в том числе возникающую на определённой стадии своего исторического (филогенетического) и онтогенетического развития, мы исходим из того, что субъекты и контрсубъекты политики обладают определённым телесным, ментальным, духовным, социальным, вещественным (в том числе техническим), экономическим, пространственно-временным и политическим потенциалом, когда

$$(C_{\Pi} \wedge C'_{\Pi}) = (C_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Эо}, \Pi, Tt} \wedge C'_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Эо}, \Pi, Tt}). \quad (1.1)$$

Мы исходим также из того, что **субъектность – это особого рода функциональное качество, свойство человека, которое присуще исключительно только ему и никому более.**

$$\{(C_{\Pi} \wedge C'_{\Pi}) = f[(\text{ч}_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Эо}, \Pi, Tt} \wedge \text{ч}'_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Эо}, \Pi, Tt}) \vee (K_{\text{О}} \wedge K'_{\text{О}})]\}. \quad (1.2)$$

¹ Залевский Г. В. Теория субъекта и фиксированные формы поведения // Психол. журнал. 2003. Т. 24. № 3. С. 32–36.

² Абульханова К. А. Принцип субъекта в отечественной психологии // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2005. Т. 2. № 4. С. 19.

³ Ильенков Э. В. С чего начинается личность. 2-е изд. М., 1984. С. 319–358; Он же. Философия и культура. М., 1991. С. 369–414.

⁴ Афанасьев Г. С. Социальная активность. М., 1974.

⁵ Митькин А. А. Субъектность человека: грани и границы. Ч. I. С. 19–20; Он же. Субъектность человека: грани и границы. Ч. II // Психол. журнал. 2008. Т. 29. № 4. С. 41–42.

Быть человеком – значит быть потенциальным или в той или иной мере актуальным (актуализированным) субъектом. Иначе он не человек, а животное. Бытие человека – это его бытие как потенциального или актуального (актуализированного) субъекта. Говоря конкретнее, **субъектом (потенциальным или актуальным) может быть и является исключительно только человеческий индивид или коллектив. Однако не всякий человек, не всякий человеческий индивид или коллектив является актуальным субъектом.** Таковым он может стать и быть лишь при определённых условиях, а именно

(1) тогда и только тогда, когда является элементом своего специфически человеческого бытия, реального процесса своей жизни, когда

$$(C_{To, Po, Io, Co, Bo, Эo, П, Tt} \wedge C'_{To, Po, Io, Co, Bo, Эo, П, Tt}) \in Ч \in M. \quad (1.3)$$

когда **находится внутри этого бытия** (рис. 1.1).

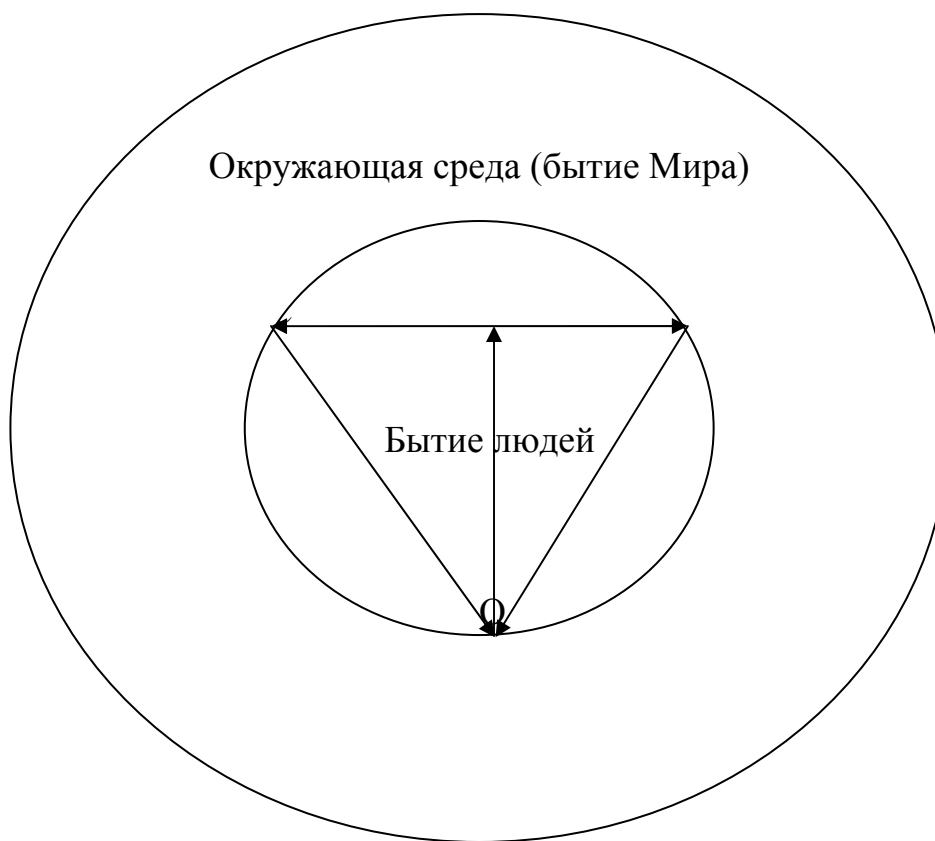


Рис. 1.1. Место человека внутри бытия

Поэтому всякий человеческий индивид или коллектив, находящийся внутри данного бытия, – это потенциальный субъект. Его собственное бытие является *исходным* (первым, но не единственным) *условием* его субъектности, условием становления и существования его как потенциального или актуального субъекта. **Вне этого бытия нет и не может быть субъекта – ни потенциального, ни актуального, но может быть его прах, его образ – ментальный (сигнально-психический) или идеально-знаковый, его Имя.** Иначе говоря, человеческий индивид или коллектив

является потенциальным или актуальным субъектом тогда и только тогда, когда он не просто существует в окружающем его Мира, а живёт в нём.

Всякий человеческий индивид или коллектив, находящийся внутри своего специфически человеческого бытия, – это потенциальный субъект, но не каждый из них становится и является актуальным субъектом. Таковым, т. е. актуальным субъектом, он становится и является

(2) тогда и только тогда, когда выделяет из своего бытия и окружающего Мира самого себя в качестве относительно самостоятельного субъекта, а также различные объекты и других субъектов (контрсубъектов), находится с ними соответственно в субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношениях, которые вместе с включёнными в них объектами, субъектами и контрсубъектами представляют собой основное содержание его специфически человеческого бытия (рис. 1.1 и 1.2).

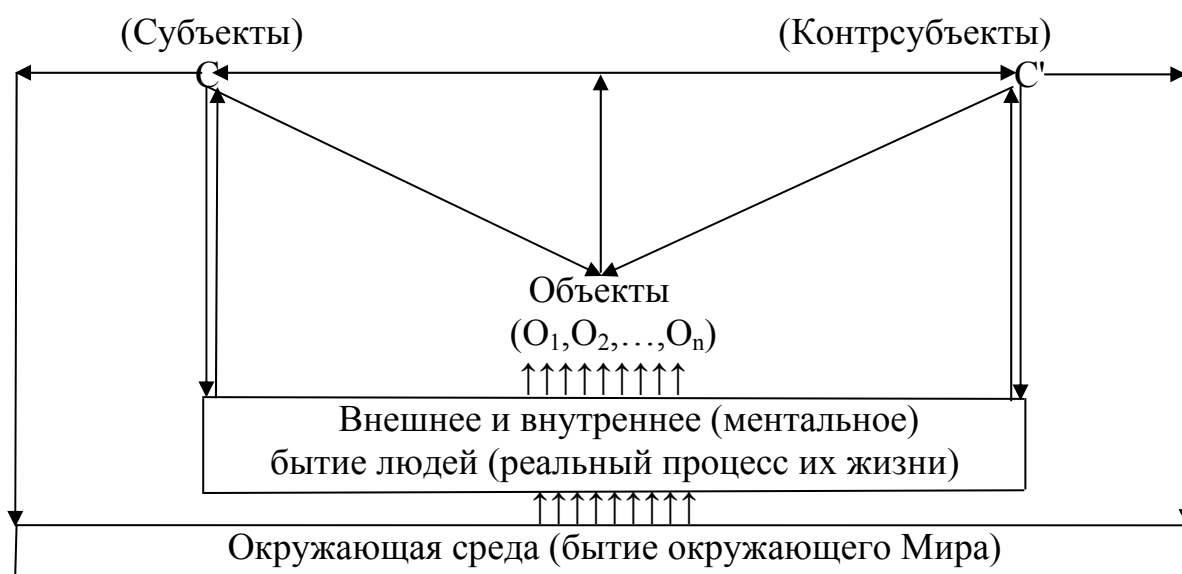


Рис. 1.2. Соотношение субъектов, контрсубъектов, объектов, бытия людей и окружающей их среды (бытия Мира)

Специфика человеческого бытия, следовательно, определяется тремя основными и взаимосвязанными качествами, свойствами входящих в него элементов Мира: их субъектностью, контрсубъектностью и объектностью. Не бывает субъектов без контрсубъектов (других субъектов), а тех и других – без объектов. Поэтому человеческие индивиды и коллективы не могут быть субъектами вне их отношений к объектам и вне их отношений с контрсубъектами, т. е. вне субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношений. Быть субъектом – значит быть субъектом своих субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношений и, следовательно, субъектом своего собственного бытия, элементами которого, согласно рис. 1.1 и 1.2, являются эти отношения.

Однако,

(3) субъектность человеческого индивида или коллектива необходимо отличать от его объектности, т. е. качество, свойство человеческого инди-

вида или коллектива быть субъектом и контрсубъектом не может быть сведено к качествам, свойствам объекта, от которого оно существенным образом отличается. Различия между субъектностью человеческих индивидов или коллективов, с одной стороны, и их объектностью, с другой стороны, – это функциональные различия, различия по их функциональному содержанию.

И субъекты, и контрсубъекты, и объекты, будучи элементами специфически человеческих отношений и человеческого бытия, занимают в этих отношениях и в этом бытии *различные функциональные места* и выполняют *различные функции*, или *роли*. Если объект, в том числе человек-объект (индивид-объект или коллектив-объект), пассивен относительно субъекта или контрсубъекта, осуществляющего субъект(контрсубъект)-объектные отношения, то субъект (индивид-субъект или коллектив-субъект) или контрсубъект (индивид-контрсубъект или коллектив-контрсубъект) всегда в той или иной мере активен в отношении соответствующего объекта.

Если субъект относится к другому человеку, человеческому индивиду или коллективу не как к другому субъекту, не как к контрсубъекту, а как к объекту, то тем самым он объективирует, овеществляет его, в том числе объективирует, овеществляет его психические образования. В этом случае он относится к нему, в том числе к его психическим образованиям, как к вещи, как к овеществлённому, вещественному, телесно-психическому существу, телесные и психические образования которого являются для него лишь объектом его отношений, а сами эти отношения являются субъект(контрсубъект)-объектными отношениями. Если же субъект относится к другому человеку, человеческому индивиду или коллективу не как к объекту, не как к вещи, а как к другому субъекту, как к контрсубъекту, то его отношения к нему являются субъект-контрсубъектными. «Субъект взаимодействует с другими людьми прежде всего как с субъектами (контрсубъектами. – И. Г.), а с вещами и предметами – как с объектами. Объект выделяется внутри бытия только субъектом в ходе деятельности и общения и потому существует для него, т. е. нет объекта без субъекта»¹. Как отмечает Е. А. Сергиенко, «взаимодействия людей могут быть только тогда эффективны, когда учитывается субъектность объекта воздействия, уровень и особенности его внутренних моделей, степень понимания, индивидуальная специфика его контроля и т. д.»².

На необходимость различения субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношений, в том числе в отношениях между людьми, указывает М. М. Бахтин. Он выделяет: «1. Отношения между объектами: между вещами, между физическими явлениями, причинные отношения, математические отношения, лингвистические отношения и др. 2. Отношения между субъектом и объектом. 3. Отношения между субъектами – личностные, персоналистические отношения: диалогические отношения между высказываниями, этические отношения и др. Сюда относятся и всякие персонифицированные смысловые связи.

¹ Брушлинский А. В. Психология субъекта и его деятельности // Современная психология: Справочное руководство / Под ред. В. Н. Дружинина. М., 1999. С. 331.

² Сергиенко Е. А. Психология субъекта: поиски и решения // Психол. журнал. 2008. Т. 29. № 2. С. 18–19.

Отношения между сознаниями, правдами, взаимовлияния, ученичество, любовь, ненависть, ложь, дружба, уважение, благоговение, доверие, недоверие и т. п.»¹. Для Бахтина субъект – это личность и, наоборот, личность – это не объект, а субъект². Когда говорят о субъекте, то говорят «о личности, а не о вещных пластах человека, о свободном самораскрытии, а не о заочном объектном анализе овеществлённого человека»³. В точных науках «интеллект созерцает вещь и высказывается о ней. Здесь только один субъект – познающий (созерцающий) и говорящий (высказывающийся). Ему противостоит только *безгласная вещь*. Любой объект знания (в том числе человек) может быть воспринят и познан как вещь. Но субъект как таковой не может быть восприниматься и изучаться как вещь, ибо как субъект он не может, оставаясь субъектом, стать безгласным....»⁴. «Личность, – пишет **Н. А. Бердяев**, – не может познаваться как объект, как один из объектов в ряду других объектов мира, как часть мира. <...> Так познаётся человек частично, но не тайна человека как личности, как экзистенциального центра мира. Личность познаётся лишь как субъект, в бесконечной субъектности, в которой скрыта тайна существования»⁵. Об этом же пишет и **К. Ясперс**: «Социология, психология и антропология учат рассматривать человека как объект, который следует изучить на основании опытных данных, позволяющих модифицировать его посредством ряда мероприятий; таким образом можно на самом деле узнать кое-что о человеке, но не самого человека; человек же, как возможность своей спонтанности, противится пониманию его как результата»⁶.

В связи с этим необходимо напомнить о различении экзистенциалистами «подлинного» и «неподлинного» способов существования человека. «Неподлинный» способ существования человека – это его существование в сфере «*Man*», а под «*Man*» понимается повседневная и обыденная действительность человеческого существования, в которой человек действует так, как действуют другие, видит так, как видят другие, и чувствует так, как другие. «Мы наслаждаемся так, как наслаждаются (*wie man gehißt*), мы читаем, смотрим, судим о литературе и искусстве, как смотрят и судят... *Man*, которое не есть что-то определённое и в то же время есть Всё, хотя и не как сумма, предписывает человеку способ бытия повседневности»⁷. В этой сфере «обыденности» человек выступает не как личность, а скорее как вещь, не как субъект деятельности, определяющий сам себя, а как объект деятельности чего-то, находящегося вне его и чуждого ему, – т. е. «*Man*», которое и выступает здесь как субъект деятельности. «*Man*» безлично – и это основная его характеристика. Погружаясь в «*Man*», человек обезличивается. Сфера «*Man*» охватывает всякую деятельность – и научную, где деятельность человека, по Ясперсу, всегда безлична, и область государственной и политической жизни, правовых отношений, всякой общественной жизни вообще, – ибо, здесь человек

¹ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. С. 342–343.

² Там же. С. 326, 363, 370.

³ Там же. С. 321.

⁴ Там же. С. 363.

⁵ Бердяев Н. А. Царство Духа и царство Кесаря. С. 13.

⁶ Ясперс К. Смысл и назначение истории: Пер. с нем. М., 1994. С. 386.

⁷ Heidegger M. Sein und Zeit. Tübingen, 1960. S. 126–127.

всегда поступает сообразно определённым нормам и законам. Быть субъектом-личностью неизмеримо труднее для человека, чем погрузиться в вещественный мир обыденности. В последнем человек живёт как все, ответственность за его поступки ложится не на него самого, а на «Ман», ибо, живя в этой сфере, человек не свободен в своих поступках, не определяет сам себя, а определяется извне. Если же человек покидает мир повседневности, то он сам выбирает, сам решает за себя, руководствуясь внутренним голосом своей экзистенции (внутренним соотношением человека с самим собой), голосом совести, поэтому и ответственность за все поступки ложится на него самого, ибо теперь он свободен. В мире «Ман» нет свободы, нет ни выбора (за человека выбирает «Ман»), ни вины (во всём виновато «Ман»), ни ответственности (за совершённое действие не по своей вине человек ответственности не несёт)¹.

На наличие в отношениях между людьми «овеществлённых отношений» указывает и **К. Маркс**: «Превращение индивидуального отношения в его противоположность – в чисто вещное отношение... представляет собой... исторический процесс и принимает на различных ступенях развития различные, всё более резкие и универсальные формы. В современную эпоху господство вещных отношений над индивидами, подавление индивидуальности случайностью приняло самую резкую, самую универсальную форму, поставив тем самым перед существующими индивидами вполне определённую задачу. Оно поставило перед ними задачу: вместо господства отношений и случайности над индивидами, установить господство индивидов над случайностью и отношениями», которое возможно «только при условии всестороннего развития индивидов...»², когда «свободное развитие каждого является условием развития всех»³. Для установления такого господства необходимо, чтобы произошло «уничтожение... частной наживы, наёмного труда», «провозглашение общественной гармонии, превращение государства в простое управление производством», «устранение классовых противоречий»⁴. Лишь в этом случае осуществится «подлинное присвоение человеческой сущности человеком и для человека»; «полное, происходящее сознательным образом и с сохранением всего богатства достигнутого развития, возвращение человека к самому себе как человеку *общественному*, т. е. *человечному*»; «подлинное разрешение противоречия между человеком и природой, человеком и человеком, подлинное разрешение спора между существованием и сущностью, ... между свободой и необходимостью, между индивидом и родом»⁵.

(4) Человеческий индивид или коллектив становится и является субъектом и контрсубъектом своего специфически человеческого бытия тогда и только тогда, когда относительно самостоятельно (как осознанно, так и неосознанно) актуализирует свои субъект(контрсубъект)-объектные и субъ-

¹ История философии. Т. 6. Кн. 2. С. 18–20; Ср.: Габитова Р. М. Концепция личности и общественной жизни в немецком экзистенциализме // Современный экзистенциализм. С. 125–145; Мысливченко А. Г. Экзистенция и бытие – центральные категории немецкого экзистенциализма // Там же. С. 51–63.

² Маркс К., Энгельс Ф. Избранные произведения: В 9 т. М., 1985. Т. 2. С. 412.

³ Там же. М., 1985. Т. 3. С. 160.

⁴ Там же. С. 168.

⁵ Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений. М., 1956. С. 588.

ект-контрсубъектные отношения, в том числе свою специфически человеческую активность, в частности, деятельность и общение, когда¹

$$\begin{aligned}
 & (C_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Э}o, П, Tt} \wedge C'_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Э}o, П, Tt}) = \\
 & = f[(\text{Ч}_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Э}o, П, Tt} \wedge \text{Ч}'_{To, Po, Io, Co, Bo, \text{Э}o, П, Tt}) \vee (K_o \wedge K_o')] = \\
 & = a(O_{\text{Ч}} \wedge \text{Ч}) = a[(O_{(C, C') \rightarrow O} \wedge O_{(C-C')}], \quad (1.4)
 \end{aligned}$$

т. е. когда сам является их **актуализатором**. В этом случае он в той или иной мере **самостоятельно детерминирует эти отношения, выступает в качестве их источника (начального, исходного пункта) и носителя (основания, фундамента), в качестве их детерминанта**. «Субъект... носитель предметно-практич. деятельности и познания..., источник активности, направленной на объект»², причём «не просто как источник активности (согласно Гегелю), но как источник ”причинения” всего бытия»³, поэтому, как отмечает Л. И. Анцыферова, в мировой психологической науке «субъектное начало человека связывается с его способностью **самому инициировать активность на основе внутренней мотивации**, порождать движения и действия»⁴. Самостоятельность человеческого индивида или коллектива в актуализации этих отношений предполагает и означает, следовательно, его **относительную независимость, свободу**⁵ от внешних (нементальных) детерминирующих обстоятельств (условий) своего бытия, существующей жизненной ситуации.

Будучи актуализатором субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношений, в том числе своей специфически человеческой активности, в частности, деятельности и общения, человеческий индивид или коллектив не только относительно самостоятельно детерминирует, но и в той или иной мере **самостоятельно репрезентирует, конструирует, программирует, организует (в том числе регулирует), оценивает, корректирует и реализует и, следовательно, формирует и развивает эти отношения**. Он, следовательно, является не только их детерминантом, но и **их репрезентатором, конструктором, программистом, организатором (в том числе регулятором), критиком-оценщиком, корректором и реализатором**.

Человеческий индивид или коллектив становится и является субъектом и контрсубъектом своего специфически человеческого бытия тогда и только тогда, когда он относительно **самостоятельно** (как осознанно, так и неосознанно) **детерминирует свои субъект(контрсубъект)-объектные и субъект-контрсубъектные отношения**, в том числе свою специфически человеческую **активность, в частности, деятельность и общение**, т. е. когда выступает в качестве

¹ Здесь и далее: f – функции.

² Субъект // Философский энциклопедический словарь. С. 661.

³ Абульханова К. А. Рубинштейн – ретроспектива и перспектива // Проблема субъекта в психологической науке / Отв. ред. А. В. Брушлинский, М. И. Воловикова, В. Н. Дружинин. М., 2000. С. 21.

⁴ Анцыферова Л. И. Психологическое содержание феномена субъекта и границы субъектно-деятельностного подхода // Там же. С. 33–34.

⁵ О понятии свободы см.: Гомеров И. Н. Государство и государственная власть... С. 369–375; Он же. Политическая деятельность... С. 335–341.

их *источника* (начального, исходного пункта) и *носителя* (основания, фундамента)¹.

Вместе с тем, актуализируя эти отношения, каждый человеческий индивид или коллектив

(5) относительно самостоятельно (как осознанно, так и неосознанно) актуализирует – детерминирует, репрезентирует, конструирует, программирует, организует (в том числе регулирует), оценивает, корректирует и реализует и, следовательно, формирует и развивает – самого себя, свой собственный потенциал. Иначе говоря, актуализация субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношений предполагает и означает **само-актуализацию** – в том числе **самодетерминацию, само-репрезентацию (само-рефлексию, само-исследование, самоопределение), само-конструирование, само-программирование, самоорганизацию (включая саморегулирование), самокритику (самооценку), само-корректировку, самореализацию и, следовательно, само-формирование и саморазвитие – самого человеческого индивида или коллектива,** актуализирующего эти отношения, в том числе его «самости» (самостоятельности).

Как видно из формулы (1.4), **субъектность – это особая функция, особое функциональное качество, свойство** человеческих индивидов и коллективов, **проявляющееся в осознаваемой и неосознаваемой ими их собственной потребности и способности относительно самостоятельно актуализировать – детерминировать, репрезентировать, конструировать, программировать, организовывать (в том числе регулировать), оценивать, корректировать и реализовывать, следовательно, формировать и развивать – свои субъект(контрсубъект)-объектные и субъект-контрсубъектные отношения, свою специфически человеческую активность, в том числе деятельность и общение, а также самих себя, свой собственный потенциал и, следовательно, своё собственное бытие.** При этом *субъектность* как особого рода функциональное качество, свойство человеческого индивида или коллектива **необходимо отличать от субъективности** его субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношений, их зависимости от находящихся в них субъектов и контрсубъектов, от их психических образований (в том числе от их сознания) и их активности. Точно так же как необходимо отличать *объектность* элементов человеческого бытия и окружающего людей Мира, выступающих в качестве объектов субъект(контрсубъект)-объектных отношений, **от объективности** этих элементов, а также от объективности субъект-контрсубъектных отношений, когда они не

¹ «Субъект... носитель предметно-практич. деятельности и познания..., источник активности, направленной на объект» (см.: *Субъект* // Философский энциклопедический словарь. С. 661), причём «не просто как источник активности (согласно Гегелю), но как источник ”причинения” всего бытия» (см.: *Абульханова К. А. Рубинштейн – ретроспектива и перспектива* // Проблема субъекта в психологической науке / Отв. ред. А. В. Брушлинский, М. И. Воловикова, В. Н. Дружинин. М., 2000. С. 21), поэтому, как отмечает Л. И. Анциферова, в мировой психологической науке «субъектное начало человека связывается с его способностью самому инициировать активность на основе внутренней мотивации, порождать движения и действия» (см.: *Анциферова Л. И. Психологическое содержание феномена субъекта и границы субъектно-деятельностного подхода* // Там же. С. 33–34).

зависят от находящихся в них субъектов и контрсубъектов, от их психических образований (в том числе от их сознания) и их активности. Необходимо также учитывать, что самостоятельность человеческого индивида или коллектива предполагает и означает его относительную *независимость, свободу*¹ от внешних (нементальных) обстоятельств (условий) своего бытия (жизненной ситуации), необходимую ему для само-актуализации своего потенциала и своих субъект(контрсубъект)-объектных и субъект-контрсубъектных отношений.

(6) Субъектность – это такое функциональное качество, свойство человеческих индивидов или коллективов, которое является системным и системообразующим. «Субъект – это человек, люди на высшем (для каждого из них) уровне активности, целостности, автономности и т. д.; творец собственной истории, вершитель своего жизненного пути; тот, кто осуществляет деятельность, общение, поведение, созерцание и другие виды специфически человеческой активности: творческой, нравственной, свободной и т. д. В самом полном и широком смысле слова субъект – это всё человечество в целом, представляющее собой противоречивое единство субъектов иного уровня и масштаба... Субъект и его психика – это не две системы, а одна. Субъектом является не психика человека, а человек, обладающий психикой, не те или иные психические свойства и вообще формы активности, а сам человек – деятельный, общающийся и т. д. Целостность субъекта есть основание для системности всех его психических качеств – часто весьма противоречивых, не всегда гармоничных и т. д. Субъект – качественно определённый способ самоорганизации, саморегуляции, согласования внешних и внутренних условий активности, центр координации всех психических процессов, состояний, свойств, способностей, возможностей (и ограничений) личности соотносительно с объективными и субъективными (цели, притязания, задачи) условиями деятельности, общения и т. д. Таким образом, субъект – важнейшее из бесконечно многообразных противоречивых качеств человека»². «Именно субъект на каждом этапе своего развития выступает как носитель системности, раскрывающейся во взаимодействии с миром. Субъект становится системообразующим фактором создания сложной многоуровневой системы психической организации»³.

В. Уровни развития и проявления субъектности

(7) Субъектность – это такое функциональное качество, свойство человеческих индивидов или коллективов, которое развивается (как в филогенезе, так и в онтогенезе) и является многоуровневым. Человеческие индивиды и коллективы не рождаются субъектами и контрсубъектами, таковыми они становятся в результате своего развития, развития своего бытия, своих отношений с окружающим Миром и другими человеческими индивидами и коллективами, проходя в этом становлении ряд *фаз* (моментов, стадий, ступеней, звеньев, этапов, пе-

¹ О понятии свободы см.: Гомеров И. Н. Государство и государственная власть... С. 369–375; Он же. Политическая деятельность... С. 335–341.

² Брушлинский А. В. Психология субъекта и его деятельности. С. 331.

³ Сергиенко Е. А. Психология субъекта: поиски и решения. С. 16.

риодов) и уровней. Это такое их качество, свойство, которое может актуализироваться, проявляться в различных формах и на различных уровнях.

Уровень развития и проявления (актуализации) субъектности может быть либо нулевым, когда человеческий индивид или коллектив является лишь *потенциальным субъектом*, когда

$$\{a(C \wedge C') = a[(ч-C \wedge ч-C') \vee (K_0-C \wedge K_0-C')]\} = 0 = \\ = \{(C \wedge C')^{-a} = [(ч-C \wedge ч-C') \vee (K_0-C \wedge K_0-C')^{-a}]\}, \quad (1.5)$$

либо минимальным (минимизированным), когда

$$\{a(C \wedge C') = a[(ч-C \wedge ч-C') \vee (K_0-C \wedge K_0-C')]\} < 10 \%, \quad (1.6)$$

либо низким (ниже среднего), когда

$$\{a(C \wedge C') = a[(ч-C \wedge ч-C') \vee (K_0-C \wedge K_0-C')]\} \approx 10-40 \%, \quad (1.7)$$

либо средним (посредственным), когда

$$\{a(C \wedge C') = a[(ч-C \wedge ч-C') \vee (K_0-C \wedge K_0-C')]\} \approx 40-60 \%, \quad (1.8)$$

либо высоким (выше среднего), когда

$$\{a(C \wedge C') = a[(ч-C \wedge ч-C') \vee (K_0-C \wedge K_0-C')]\} \approx 60-90 \%, \quad (1.9)$$

либо максимальным, максимально высоким (максимизированным, сверхвысоким, гипервысоким), когда

$$\{a(C \wedge C') = a[(ч-C \wedge ч-C') \vee (K_0-C \wedge K_0-C')]\} \approx 90-100 \%. \quad (1.10)$$

Так, уровень развития и проявления (актуализации) субъектности человеческого индивида может быть либо нулевым, когда индивид проявляет себя лишь в качестве естественно-природного (биотического) существа – как *индивид-особь*, оставаясь лишь **потенциальным индивидом-субъектом**, когда¹

$$\{[a(C \wedge C') = a(ч-C \wedge ч-C')] = 0 = [(C \wedge C')^{-a} = (ч-C \wedge ч-C')^{-a}]\}, \quad (1.11)$$

либо минимальным (минимизированным), низким (ниже среднего) или средним (посредственным), когда индивид является **неличным индивидом-субъектом**, когда

$$[a(C \wedge C') = a(ч-C \wedge ч-C')] > 0 < 60 \%, \quad (1.12)$$

¹ Здесь и далее: $^{-a}$ – потенциальное, неактуализированное, $(C \wedge C')^{-a}$ – потенциальный субъект и контрсубъект.

либо высоким (выше среднего) или максимально высоким (максимизированным), когда индивид является личностным индивидом-субъектом, субъектом-личностью, когда

$$[a(C \wedge C') = a(\text{ч-}C \wedge \text{ч-}C')] \approx 60\text{--}100 \%. \quad (1.13)$$

Таким образом, можно предположить, что существуют следующие *типы индивидов-субъектов и коллективов-субъектов*: потенциальный субъект, минимально развитый (минимизированный, «первичный») субъект (протосубъект), слаборазвитый субъект, среднеразвитый (посредственно развитый) субъект, высокоразвитый субъект и сверхразвитый (максимально развитый – для данного исторического периода развития человечества) субъект, которые соответствуют фазам (моментам, стадиям, ступеням, звеньям, этапам, периодам) и уровням филогенетического и онтогенетического развития и филогенетической и онтогенетической актуализации индивидуальной и коллективной субъектности¹. Причём потенциальному, минимизированному, слаборазвитому и среднеразвитому типу индивидов-субъектов соответствует неличностная, в том числе *доличностная* и *постличностная*, форма их субъектности, а высокоразвитому и сверхразвитому типу – личностная форма их субъектности. Иначе говоря, существуют такие неличностные формы индивидуальной субъектности, как потенциальный индивид-субъект, минимизированный (минимально развитый) индивид-субъект, слаборазвитый индивид-субъект и среднеразвитый (посредственный) индивид-субъект (субъект-посредственность), а также такие личностные формы индивидуальной субъектности, как высокоразвитый индивид-субъект (индивид-личность) и сверхразвитый (выдающийся) индивид-субъект (индивид-личность).

Человеческие индивиды, как и всё человечество, в своём историческом развитии прошли несколько фаз (этапов, стадий, ступеней). Каждой такой фазе присуща соответствующая форма проявления индивидов. В каждой такой фазе они меняют своё собственное содержание и свою собственную форму в соответствии с содержанием и формой того конкретного бытия, в котором они живут, формируют и проявляют себя как существа деятельные и вступающие в определённые отношения друг с другом. В результате мы имеем различные типы индивидов. Наука пытается обнаружить, описать и объяснить их, создав множество самых разных типологий этих индивидов². Часть этих типологий известна довольно широкому кругу читателей и представляет определённый интерес для политологов. Например, типология К. Юнга³ или типология группы психологов Стэнфордского иссле-

¹ Близкую позицию занимает А. Л. Журавлёв, который выделяет три уровня коллективной субъектности: уровень *потенциальной* субъектности (предсубъектности), уровень *реальной* субъектности и уровень *развитой* субъектности (см.: Журавлёв А. Л. Коллективный субъект: основные признаки, уровни и психологические типы. С. 76–77).

² Обзор некоторых из них см., например: Корнеев М. Я. Проблемы социальной типологии личности. Л., 1971; Лазурский А. Ф. Классификация личностей; Смирнов Г. Л. В. И. Ленин и проблемы типизации личности // Вопр. философии. 1969. № 10.

³ Юнг К. Психологические типы // Психология индивидуальных различий. Тексты / Под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, В. Я. Романова. М., 1982. С. 19–9-218.

довательского института (США), известная как «Программа ВАЛС¹» и описанная несколько лет назад в научной литературе (в том числе нами²). Важное значение для понимания *генезиса личности как субъекта политики* имеет различение таких форм проявления и типов индивидов, как **индивиды-особи (этно-индивиды), индивиды-родственники, индивиды-соседи и индивиды-личности**, когда

Индивиды-особи (этно-индивиды) → Индивиды-родственники →
→ Индивиды-соседи → Индивиды-личности. (1.14)

Исторически и логически исходным типом, исходной формой проявления индивидов являются **индивиды-особи (этно-индивиды)**, которые появляются на исторической арене первыми и лежат в основе всех прочих форм проявления и типов индивидов. Они образуют и составляют основу, т. е. субстрат, «исходный материал», всех возможных человеческих общностей, объединений, организаций, в том числе и этносов, и народов, и наций, и семей, и общин, и обществ, и государств, но, прежде всего, этносов. Как таковые, как индивиды-особи (этно-индивиды), все человеческие индивиды представляют собой *живые организмы*, состоящие, если использовать традиционную терминологию, из *тела и души* (психики).

В научной литературе существуют различные определения этноса³. Согласно одной точке зрения, этнос – это особый, исторически возникший вид социальной группировки, вид социального общения и объединения людей, представленный племенем, народностью или нацией. Его возникновение и существование основано на общности территории, общности или близости языка, быта, материальной и духовной культуры, обычаев, нравов и других психических характеристик, на осознании общности происхождения и исторической судьбы, отличий своего этноса от всех других. Любой этнос самовоспроизводится путём внутренних браков (эндогамности⁴) и передачи всех своих основных признаков - языка, культуры, традиций, этнических ориентаций - новому поколению⁵.

Иную точку зрения на природу этноса предлагает и обосновывает Л. Н. Гумилёв. Для него этнос – это форма существования вида *Homo sapiens* (человека разумного) и его особей, которая отличается как от социальных образований, так и от чисто биологических характеристик, какими являются расы или популяции. Несомненно, что вне этноса нет ни одного человека на Земле⁶. Индивиды, образующие этносы и составляющие основу (субстрат, «исходный материал») этносов, – это *индивиды-особи*. Как таковые, т. е. как индивиды-особи, образующие и со-

¹ Англ. «values and life styles» – ценности и стили жизни.

² См.: Гомеров И. Н. Архитектура выборов: маркетинговый подход. С. 87–92.

³ Обзор некоторых из них см.: Бромлей Ю. В. Очерки теории этноса. М., 1983.

⁴ От греч. *endon* – «внутри» и *gamos* – «брак».

⁵ См., например: Козлов В. И. О понятии этнической общности // Советская этнография. 1967. № 2; Он же. Что такое этнос? // Природа. 1971. № 2; Он же. Пути околоэтнической пассионарности: о концепции этноса и этногенеза, предложенной Л. Н. Гумилёвым // Советская этнография. 1990. № 4; Он же. Этнос // Российская социологическая энциклопедия. С. 644–645; Он же. Этнос. Нация. Национализм: Сущность и проблематика. М., 1999.

⁶ Гумилёв Л. Н. Конец и вновь начало. М., 1997. С. 42, 46–47; Он же. Этногенез и биосфера Земли. М., 1997. С. 36.

ставляющие основу этносов, они представляют собой существа *биотические, естественно-природные*. Л. Н. Гумилёв неоднократно подчёркивает эту мысль. В частности, он пишет, что организм человека входит в биосферу Земли и участвует в конверсии биоценоза. Никто не может доказать, что профессор дышит иначе, чем бушмен, или размножается неполовым путём, или нечувствителен к воздействию на кожу серной кислоты, что он может не есть, или, наоборот, съесть обед на 40 человек, или что на него иначе действует земное тяготение. А ведь это всё зависимость от природы того организма, который действует и мыслит, приспосабливается к изменяющейся среде и изменяет среду, приспосабливая её к своим потребностям, объединяется в коллективы и в их составе создаёт государства. Мыслящая индивидуальность составляет единое целое с организмом, и, значит, не выходит за пределы живой природы, которая является одной из оболочек планеты Земля. Этнос – это явление энергетическое, феномен биофизический, системная целостность дискретного типа, работающая на геобиохимической энергии живого вещества, в согласии с принципом второго начала термодинамики¹.

Вместе с тем, люди принципиально отличаются от всех других существ², что *человек отличается от прочих позвоночных радикально*, точно также как и этносы не похожи на коллективы других животных. Этнос – система, состоящая не только из особей, разнообразных как генетически, так и функционально, но и из продуктов их деятельности в течение многих поколений: техники, антропогенного ландшафта и культурной традиции³. Любой живой человеческий индивид с принадлежит определённому этносу. Справедливо и обратное утверждение, что любой реальный этнос состоит из живых человеческих индивидов-особей, включает их в свой состав. Поскольку это так, то можно предположить, что любой этнос представляет собой *связанное множество*, или *общность индивидов-особей*. Этнос – это особого рода *гиперустойчивая общность*, коллектив, группа людей, или, как пишет Л. Н. Гумилёв, устойчивый коллектив особей, противопоставляющий себя всем прочим аналогичным коллективам, имеющий внутреннюю структуру, в каждом случае своеобразную, и динамический стереотип поведения⁴. Относ не совпадает ни с семейной ячейкой, ни с уровнем производства и культуры. Ни общность идеологии и культуры, ни происхождение от одного предка не являются основными и решающими признаками этносов. Это – не «аморфное состояние», не «социальная категория» и не «комплекс общностей языка, экономики, территории и психологического склада», а фаза процесса этногенеза⁵. Этносы возникают в

¹ Гумилёв Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. С. 37, 393, 427, 28.

² А. А. Зиновьев, например, считает, что «люди выделились из животного мира и образовали качественно новый уровень в эволюции живой материи благодаря таким трём способностям: 1) сохранять, накапливать и использовать результаты и средства познания окружающего мира независимо от биологически прирождённых средств; 2) сохранять, накапливать и изобретать материальную культуру независимо от биологических способностей и готовых даров природы; 3) самоорганизовываться независимо от биологически наследуемой способности поведения» (Зиновьев А. А. На пути к сверхобществу. М., 2000. С. 106).

³ Гумилёв Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. С. 285, 275.

⁴ Там же. С. 217.

⁵ Там же. С. 105, 73, 78, 304–305.

результате изменений уровня пассионарности¹. Они проходят в своём становлении и развитии фазу *подъёма*, *акматическую* фазу («когда этническая система набухает энергией»), фазу *надлома*, фазу *инерции* (когда происходит «спад пассионарности этнической системы и интенсивное накопление материальных и культурных ценностей»; «для неё выдумали почётное название – «цивилизация»...»), фазу *обскурации* («царство субпассионарных теней», когда наступают «сумерки» этноса, вызванные «серией резких изменений уровня пассионарности, хотя и незначительных по абсолютной величине», и «этнос гибнет как системная целостность»), фазу *регенерации*² и, наконец, становятся реликтами. Фазы этногенеза переходят одна в другую столь плавно, что для современников они незаметны. Полное затухание процесса этногенеза без посторонних нарушений укладывается в 1200–1500 лет. Вся фаза подъёма длится примерно 300 лет. Надлом длится меньше и занимает по времени от 150 до 200 лет, а весь цикл этногенеза занимает от момента оформления этносоциальной системы до превращения этноса в реликт около 1200 лет, конечно, при отсутствии внешнего смещения, которое может нарушить процесс этногенеза в любой фазе³.

Отметим, что «один этнос может жить в разных государствах или несколько – в одном»⁴. Почти все современные *государства*, как правило, *полиэтничны*. В них организовано определённое множество представителей различных этносов. Так, Французское государство уже в XIV в. охватывало не только французов, но также кельтов-бретонцев, басков, провансальцев и бургундов. Сегодня здесь 94 % населения – французы, а остальная его часть – португальцы, алжирцы, итальянцы, марокканцы, турки. В современной Великобритании проживают: англичане – 81,5 %, шотландцы – 9,6 %, ирландцы – 2,4 %, уэльсцы – 1,9 %, ольстерцы – 1,8 %, а также индийцы, пакистанцы, китайцы, арабы, африканцы. Одним из самых полиэтнических государств являются США. Здесь живут потомки многих коренных европейских, африканских, азиатских этносов. Если подразделить всё население США по расовым признакам, то белые составляют здесь 83,4 % (среди них особенно выделяются диаспоры ирландцев, итальянцев, евреев, русских, поляков, украинцев), африканцы (в основном потомки рабов, завезённых с Африканского континента в XVIII в.) – 12,4 %, азиаты и жители тихоокеанских островов – 3,3 %, американские индейцы (коренные жители США) – менее 1 %⁵.

¹ Под пассионарностью Л. Н. Гумилёв понимает «избыток биохимической энергии живого вещества, обратный вектору инстинкта и определяющий способность к сверхнапряжению» (*Там же*. С. 608).

² От позднелат. *regeneratio* – «возрождение, возобновление».

³ *Там же*. С. 498, 502, 506, 545–546, 518, 531, 523, 95, 416.

⁴ *Там же*. С. 134.

⁵ *Страны мира*: Краткий энциклопедический справочник / Составитель В. И. Аникеев. С. 10–11, 40–41, 167–168.

Русь, Россия всегда была и остаётся полиэтничной¹. Русские сегодня живут не только в Российской Федерации, но и во многих других государствах. В частности, в Казахстане русские составляют 37 % населения, Латвии – 33,8 %, Эстонии – 30,3 %, на Украине – 22 %, Кыргызстане – 21,5 %, Белоруссии – 13,2 %, Молдове – 13 %, Туркменистане – 12 %, Литве – 8,6 %, Узбекистане – 8,3 %, Грузии – 6,3 %. В свою очередь Российская Федерация объединяет (и организует!) представителей самых разных этносов. Точно также как до этого объединяли (организовывали!) определённую их часть СССР в 1922–1991 гг., Российская империя в XVIII–XX вв. или Московское государство в XV–XVII вв. По оценкам демографов, в 1999 г. 80,58 % населения российского государства (117883,5 тыс.) – русские. Ещё одна часть населения России (14,35 %) состоит из представителей этносов, насчитывающих менее 6 млн., но более 500 тыс. человек. В их числе: 3,98 % (5820,9 тыс.) – татары, 2,94 % (4301,6 тыс.) – украинцы, 1,26 % (1836,6 тыс.) чуваша, 1,01 % (1473,4 тыс.) – башкиры, 0,79 % (1152,0 тыс.) – белорусы, 0,74 % (1085,0 тыс.) – чеченцы, 0,70 % (1027,1 тыс.) – мордва, 0,59 % (874,7 тыс.) – армяне, 0,49 % (727,2 тыс.) – удмурты, 0,47 % (691,2 тыс.) – казахи, 0,45 % (669,0 тыс.) – марийцы, 0,44 % (657,2) – аварцы, 0,39 % (584,6 тыс.) – немцы. Оставшаяся часть населения России (5,07 %) состоит из представителей этносов, число которых не превышает 480 тыс. человек. К ним относятся: осетины, азербайджанцы, буряты, кабардинцы, даргинцы, якуты, коми, лезгины, кумыки, евреи, ингуши, тувинцы, молдаване, калмыки, грузины, карачаевцы, коми-пермяки, узбеки, адыгейцы, лакцы, табасараны, балкарцы, ногойцы, хакасы, алтайцы, таджики, литовцы, черкесы, туркмены, латыши, эстонцы, киргизы и прочие. За последние три четверти XX в. в этническом составе российского государства произошли некоторые изменения. Главная тенденция здесь – это снижение доли русских², представителей финских и

¹ Так, И. В. Дубов считает, что для этнических процессов Северо-Восточной Руси переломным является период раннего средневековья, IX–XI вв., когда в Волго-Окском междуречье на базе нескольких этнических компонентов формировалась новая этническая общность – древнерусская. С середины I тыс. до н.э. и до середины I тыс. н.э. обширную территорию между Волгой и Окой небольшими островками или группами занимали так называемые племена дьяковской культуры, которую большинство исследователей связывают с финно-угорской этнической общностью (мери). Они занимались скотоводством, земледелием, охотой, рыболовством, а также литейным делом, ювелирным производством, ткачеством и другими ремёслами, поддерживали связи, носившие характер обмена, с балтами Северо-Запада и ананьинскими племенами Прикамья. Жизнь на дьяковских городищах продолжалась вплоть до IX в., то есть до начала заселения северо-восточных земель новгородскими и иными славянами (восходящими своими корнями к индоевропейской языковой общности), а также скандинавами, ассимилировавшими живших здесь мери и других этносов, в результате чего обрусевшая финно-угорская группировка мери становится в IX–XIII вв. важной частью русского населения Волго-Окского междуречья. В X в. славяне расселяются по всему Суздальскому ополью вплоть до реки Клязьмы, в Белозерский край, южные районы Волго-Окского междуречья. Например, в X в. в погребениях Тимеевского могильника (Ярославское Поволжье) фиксируется 13 % скандинавских погребальных комплексов, 75 % – финских, 12 % – славянских, а в XI в. картина несколько меняется: 3,5 % – скандинавских погребальных комплексов, 72,5 % – финских, 24 % – славянских (см.: Дубов И. В. Спорные вопросы этнической истории Северо-Восточной Руси // Вопросы истории. 1990. № 5. С. 15–27).

² В 1926–1959 гг. наблюдалась обратная тенденция: роста доли русских с 78,31 % до 83,26 %.

других европейских этносов, а также рост доли представителей северокавказских этносов. По сравнению с 1926 г. из первых двух десятков этносов, проживающих в России, выбыли поляки, коми, карелы и евреи (занимавшие 18-е, 17-е, 14-е и 9-е место), понизились в ранге немцы и мордва (соответственно с 6-го и 4-го мест на 14-е и 8-е места). В число этносов, занимающих первые два десятка мест, вошли осетины (в 1939 г.), кабардинцы (в 1970 г.) и даргинцы (в 1989 г.), которые в 1999 г. заняли соответственно 15-е, 18-е и 20-е места. Сильно повысились в ранге чеченцы и аварцы, передвинувшиеся с 13-го и 20-го мест на 7-е и 13-е места¹.

В мире, например, на отдельных островах Тихого океана, существуют этносы, которые никогда не жили и до сих пор не живут в каком-либо государстве. Некоторые этносы, хотя и живут в пределах территории определённых государств, но либо вообще не знают никакой государственности², либо не имеют своей собственной государственности, независимой от государственности других этносов³. Благодаря сложившимся историческим и иным объективным условиям не все этносы *могут* иметь своё собственное государство. Более того, не все они и *должны* его иметь⁴, даже в том случае, когда у них есть формально-юридическое *право на* своё собственное *государственное самоопределение*.

Согласно Л. Н. Гумилёву, «объединиться в этнос» нельзя⁵, т. е. этносы не есть объединения, интегрированные общности и, следовательно, не есть организованные общности и, тем более, не есть организации. Этносы – это *неинтегрированные* и *неорганизованные* общности. Все же конкретные государства, наоборот, представляют собой не только специфические антропные объединения, но и особого рода организации, которые объединяют (интегрируют) и организуют людей в нечто целое.

Этнос – это, как считает Л. Н. Гумилёв, не состояние, а процесс⁶. Государство же, наоборот, есть определённое состояние (положение), определённый статус че-

¹ Рассчитано автором по: *Население России 1999*. Седьмой ежегодный демографический доклад / Под ред. Вишневого А.Г. М., 2000. С. 30–31, 33–34; *Национальный состав населения СССР: По данным Всесоюзной переписи населения 1989 г.* – М., 1991; *Страны мира: Краткий энциклопедический справочник* / Составитель В. И. Анисимов. С. 6, 20–21, 26, 38, 46, 55, 64, 72, 88, 90.

² Например, в джунглях Бразильской Амазонки.

³ Некоторые исследователи считают, что лишь 7 % состава проживающих в России этносов имеют свои собственные государственно-территориальные образования. На 93 % жителей России право на государственное самоопределение как бы не распространяется. Не имеют «своей» собственной государственности население «русских» областей России, то есть 82,4 % всего её населения. Нельзя с полным основанием считать, что живёт в «своём» государственном образовании и «некоренное» население бывших автономных республик (10,6 % всего населения России), в полтора раза превосходящее по численности «коренных» жителей этих образований (см.: *Вдовин В. И. Этнополитика и формирование новой государственности в России* // Кентавр. 1994. № 2. С. 18).

⁴ В научной и публицистической литературе давно идёт дискуссия о том, нужна ли русским своя республика в составе России (см., например: *Независимая газета*. – 4 февраля 1993; *Русские дома. Беседы Михаила Гелфанда и Глеба Павловского* // *Ожог родного очага*. – М., 1990; *Тишков В. А. Что есть Россия? (перспективы нации-строительства)* // *Вопросы философии*. 1995. № 2; *Чернов П. В. Россия. Этногеополитические основы государственности*. М., 1999).

⁵ Гумилёв Л. Н. *Этногенез и биосфера Земли*. С. 69.

⁶ Гумилёв Л. Н. *Этногенез и биосфера Земли*. С. 93–96.

ловеческого бытия. Понятие состояния, следовательно, применимо не только к природе, в которой, как известно современной науке, существуют четыре основных состояния: твёрдое, жидкое, газообразное и плазменное, но и к человечеству, например, сословия¹ или записываемые специальным органом – загсом – акты гражданского состояния.

Этносы существовали всегда, после того, как на Земле появился неолит². Государства же возникают лишь на определённой, более поздней фазе развития человечества. Они есть результат длительной и кропотливой «работы» человеческой истории, в процессе которой человеческие индивиды, образующие определённые этносы, наряду с этим, образуют и определённые государства. При этом необходимо учитывать, что это есть не прямой, а опосредствованный процесс. Между этносами и государствами существуют опосредствующие исторические звенья. Для того чтобы члены определённых этносов могли образовать соответствующие этим этносам государства, они должны до образования государств *образовать* какие-то *другие общности*, в частности семьи и общества, которые не являются ни этносами, ни государствами. Любой этнос или группа этносов *потенциально* выступает в качестве естественной предпосылки и основы соответствующего государства, но не всякий этнос или группа этносов реализует возможность стать таковой в действительности, становится *реальной* – действительной, актуализированной – предпосылкой и основой этого государства³.

В определённый «момент» времени и определённом «месте» пространства человеческой истории *этническая линия развития* того или иного множества людей и различные *другие линии* его развития, например, социальная, экономическая, духовно-психическая, властная, словно ручейки, пересекаются, совмещаются и соединяются (сливаются) друг с другом в единый поток, образуя сначала *семьи* и *общества*, а затем *государства*. Здесь же, то есть в «месте» пересечения, совмещения и соединения этнической и различных других линий развития, в определённый «момент» времени, кроме семей, обществ и государств, образуются, складываются, формируются ещё и такие антропные множества, как *нации* (обозначим их символом *N*). В этом случае человеческие *индивиды* выступают уже не только как *члены* определённого *этноса*, определённой *семьи*, определённого *общества*⁴ и определённого *государства*, но, кроме того, и как члены определённой *нации*. Они же, то есть человеческие индивиды, *образуют* и этот *этнос*, и эту *семью*, и это *общество*, и это *государство*, и эту *нацию*, являются тем исходным *материалом*, субстратом, элементом, из которого все эти антропные множества – этнос, семья, общество, государство, нация – и образуются, складываются, формируются.

¹ Уместно напомнить, что французское слово *etat* означает не только государство или состояние, положение, но и сословие, звание. Английское же слово *estate*, означающее сословие, этимологически связано со словом *state*, которое, как уже отмечалось, произошло от лат. слова *status* и означает не только государство, но и состояние, положение.

² Гумилёв Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. С. 157.

³ Этнос «сам в себе (курсив наш. – И. Г.) не имеет оснований претендовать на собственную государственную организацию» (Бородай Ю. М. Этнос, нация, государство // Политические исследования. 1992. № 5–6. С. 21).

⁴ «Каждый человек одновременно – член социума и член этноса, а это далеко не одно и то же» (Гумилёв Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. С.32).

Не этносы, семьи, общества или государства превращаются, трансформируются, преобразуются в нации, как иногда считают¹, а человеческие *индивиды*, составляющие эти этносы, семьи, общества и государства, *образуют*, кроме того, ещё и соответствующие *нации* как специфические человеческие множества, отличные и от этносов, и от семей, и от обществ, и от государств. Причём, образование, складывание, формирование всех наций, равно как всех этносов и всех обществ, а также некоторых государств и даже иногда некоторых семей, происходит преимущественно *стихийно*, непреднамеренно, самопроизвольно, независимо от желаний, воли и намерений (целей) образующих их индивидов.

Образование и существование наций не отменяет существование соответствующих этносов, семей, обществ, государств. Образую определённую нацию, человеческие индивиды не только становятся её членами, но, вместе с тем, продолжают, как правило, оставаться членами определённого этноса, определённой семьи, определённого общества, определённого государства.

Тем не менее, с образованием наций происходят определённые *изменения*, трансформации, преобразования и образующих их *индивидов*, и ранее образованных этими индивидами *этносов, семей, обществ, государств*. Это уже не те индивиды, этносы, семьи, общества, государства, что были до образования наций, а существенно, принципиально иные – изменённые, трансформированные, преобразованные – индивиды, этносы, семьи, общества, государства. В частности, этнос, члены которого образуют определённую нацию, не тождественен этносу, члены которого не образуют определённой нации.

Исторически нации возникают, образуются, формируются, складываются значительно позднее этносов. Человеческие индивиды, образующие определённую нацию, могут образовать её лишь тогда и постольку, когда и поскольку являются членами соответствующего этноса. Для того чтобы образовать нацию *стать* нацией, они должны *быть* членами этноса, быть этносом. Существование определённого множества человеческих индивидов в качестве членов этноса есть условие образования ими нации, есть условие их существования в качестве нации.

Следовательно, не только человеческие индивиды, но и такие их общности, как *этносы* являются тем исходным *материалом* (субстратом), из которого образуются, складываются, формируются нации. Без этносов нет, и не может быть наций. Точно также как без этносов нет, и не может быть семей, обществ или государств. Этносы – это не только естественная, но и *исходная* – первичная, исторически и логически первая - антропная общность, лежащая в *основе* всех других человеческих множеств, включая семьи, общества, государства и нации. Этносы – это не только естественная, но *необходимая* предпосылка образования и основа существования всех других человеческих множеств.

Предпосылкой образования и основой существования нации часто является не только какой-то один этнос, но определённое множество этносов.. Причём, члены одного этноса могут образовать несколько наций, а члены нескольких этносов – одну нацию².

¹ Бородай Ю. М. Этнос, нация, государство. С. 19.

² На это обстоятельство обратил внимание, например, В. М. Межуев: «Нации могут возникнуть из смешения разных этносов или, наоборот, один и тот же этнос может расщепиться на

С возникновением наций соответствующие им этносы становятся не только их предпосылкой, но и их – наций – *подмножеством*¹. В этом случае каждый индивид, принадлежащий определённому этносу, является вместе с тем и членом, или элементом, соответствующей нации. Именно поэтому понятия «этнос» и «нация» иногда рассматриваются как равнозначные, хотя, разумеется, «*этнос и нация – феномены принципиально разные*»². Если этнос – это, согласно Л. Н. Гумилёву, прежде всего, *естественная* общность людей, то нация – это уже не только и не столько естественное, сколько *социальное* множество людей. Не этносы, а именно нации, наряду с некоторыми другими человеческими множествами, например, семьями, классами, составляют содержание (материал) той части, или подсистемы, антропосферы, которая определяется как *социальная сфера*, или *социосфера*.

Исторически нации возникают, образуются, формируются, складываются не только позднее этносов, но также позднее семей и обществ. Семьи и общества выступают в качестве опосредствующих звеньев между постоянно изменяющимися этносами и нациями. Они *опосредствуют* их и *исторически* – во времени, и *структурно* – в пространстве. Ни отдельные этносы, ни группы этносов, ни образующие их индивиды, существующие «сами по себе», в «чистом виде», не могут «произвести» ни одну нацию³. Чтобы образовать нацию, члены соответствующих этносов, кроме того, должны обладать рядом других качеств, признаков, характеристик, свойств. В частности, чтобы человеческие индивиды, образующие определённую нацию, могли образовать её, они должны быть не только членами определённого этноса или определённого множества этносов, но, кроме того, членами определённых *семей*, а также членами *общества или обществ*. Не только человеческие индивиды и этносы, но семьи и общества являются тем исходным *материалом* (субстратом), из которого образуются, складываются, формируются нации. Без семей и обществ, также как и без этносов, нет, и не может быть наций. Семьи и общества – это, как и этносы, *необходимая* предпосылка образования и основа существования наций. При этом, однако, необходимо учитывать, что, однажды возникнув, нации, имея в качестве своей предпосылки и основы соответствующие семьи и общества, сами становятся, наряду с образующими их индивидами, предпосылкой и основой образования возникающих после них семей и обществ. Все современные семьи и общества возникают уже при наличии определённых наций, имея их в качестве своей предпосылки и основы.

Исходным материалом образования наций, как уже отмечалось, прежде всего, являются человеческие индивиды, образующие и этносы, и семьи, и общества. Они, как правило, несут в себе качества, свойства, признаки, характеристики при-

несколько наций» (см.: Межуев В. М. Идея национального государства в исторической перспективе // Политические исследования. 1992. № 5–6. С. 15).

¹ Однако этносы не становятся элементом или подмножеством семей, обществ и государств или каких-либо человеческих общностей, объединений, организаций. Они остаются лишь предпосылкой их возникновения и основой их существования. При этом члены одного и того же этноса могут быть членами различных семей, обществ и государств, точно также как эти семьи, общества и государства могут состоять из членов различных этносов.

² Бородай Ю. М. Этнос, нация, государство. С. 19.

³ «Сам по себе этнос никогда не родит из себя нацию» (см.: Межуев В. М. Идея национального государства в исторической перспективе. С. 15).

сущие соответствующим этносам, семьям, обществам. Эти качества могут быть самыми разными. Не все из них способствуют образованию и существованию наций. Среди тех качеств человеческих индивидов, которые обеспечивают образование и существование наций, особое место занимают характеристики, качества, свойства их *информационного, вещественно-энергетического и территориального* (пространственного) *потенциала* – потенциала *информации, вещества, энергии и территории*. Более того, сам процесс образования наций осуществляется, прежде всего, как *преобразование*, изменение, трансформация *формы* данного потенциала.

Для человеческих индивидов, образующих определённую нацию, и, следовательно, для неё самой, как можно предположить, наиболее характерным является *общность*, во-первых, достаточно *развитого информационного потенциала*, т. е. *культуры*¹ и *психики* (психического склада²), во-вторых, *вещественно-энергетического потенциала*, представляющего собой содержание – исходный материал, средство и результат – *экономической деятельности*, и, в-третьих, *территориального* (пространственного) *потенциала*, лежащего в основе их *организации*. Данное обстоятельство нашло отражение в широко известном в своё время определении нации. Согласно этому определению, нация – это исторически сложившаяся устойчивая общность людей, возникшая на базе общности языка, территории, экономической жизни и психического склада, проявляющегося в общности культуры³. Кроме того, для неё характерны и другие признаки. В частности, подчеркнём ещё раз, предпосылкой образования и основой существования любой нации являются *этноты*. Как свидетельствует М. Гунель, в Германии широкую поддержку находит та концепция нации, которая основана на преимущественном значении *родства по крови*, а также *общности языка, религии и культуры*. Французские представления о нации гораздо более идеалистичны: единство нации основано на *общем прошлом* и на *общем представлении о будущем*. В этом плане важную роль играет также *территория*, которая определённым образом связана с коллективным сознанием. С этой точки зрения, чувство собственности и *чувство принадлежности* к территории проживания выступают важным фактором *сплочённости* и *единства* нации. Подобные коллективные представления содействуют укреплению национальных чувств и внедрению в сознание национальной концепции (М. Дюверже). Чувство принадлежности к единой культуре представляет собой важный элемент концепции нации, тогда как язык выступает проводником национального сознания. Язык доминирующей группы становится *общим языком* нации⁴, например, русский язык в России¹, английский – в США². В дискуссиях,

¹ По мнению Ю. М. Бородай, «необходимой предпосылкой нации является развитая культура (курсив наш. – И.Г.)», добавим, *общая* (единая) для составляющих данную нацию людей. Всякая же культура «имеет религиозно-культовое основание»; «этнос, в своей самобытности, опирается на культ, но это, как правило, языческий, «естественный» культ; для нации же опорным культом выступает, как правило, мировая религия» (см.: Бородай Ю. М. Этнос, нация, государство. С.19).

² Соболевников В. В. Этнопсихологические особенности китайцев. Новосибирск, 2001.

³ Сталин И. В. Соч. Т. 2. С. 296.

⁴ Гунель М. Указ. соч. С. 33–34.

развернувшихся в отечественной науке в 1960–1990 гг., неоднократно отмечалось, что сталинское определение нации является неполным. Указывалось, что необходимым признаком нации является наличие у неё определенного *самосознания* и *самоназвания*³. Нация, как и этнос, будучи его производной, обладает особым динамическим *стереотипом поведения*, выделяет себя из всех других человеческих множеств, а также, в отличие от этноса, *осознаёт* себя в качестве нации (В. И. Козлов).

Поскольку *государства* представляют собой разновидность территориальных организаций, то можно предположить, что они, достигнув определённого уровня развития, также выступают в качестве *предпосылки* возникновения и *основы* существования *наций* (но не этносов!). Государства, наряду с духовно-психической (культурно-психической) и экономической сферами, а также наряду с семьями и обществами, представляют собой опосредствующее звено, промежуточную историческую ступень между этносами и нациями⁴. Для того *чтобы* *образовать* определённую *нацию*, человеческие *индивиды* *должны* *предварительно* *образовать* определённое *государство*. Возникновение, существование и развитие государств – одно из исторических условий, наряду с другими условиями, формирования (возникновения) наций, а также одно из условий их дальнейшего существования и развития. Нация «вне государства существовать не может»⁵. Она есть нечто непременно предполагающее опыт государственно-правового строительства; такой опыт составляют уже не просто нравы и обычаи, но государственное право и систематизированная нравственность⁶.

Исторически нации возникают, образуются, формируются, складываются не только позднее этносов, семей и обществ, но, кроме того, ещё и позднее государств. Для образования наций необходимо существование не только этносов, семей и обществ, но, кроме того, ещё и существование государств⁷. Чтобы человеческие индивиды, образующие определённую нацию, могли образовать её, они должны быть не только членами определённого этноса или определённого множества этносов, членами семей и общества или обществ, но, кроме того, ещё и членами *государства* или *государств*. Не только человеческие индивиды, этносы, семьи и общества, но, кроме того, ещё и государства являются тем исходным *материалом* (субстратом), из которого образуются, складываются, формируются нации.

¹ Хотя различные этнические группы жителей России разговаривают на более чем 100 других языках: украинском, белорусском, армянском, татарском, узбекском, грузинском и т. д. (см.: *Страны мира: Краткий энциклопедический справочник* / Составитель В. И. Аникеев. С. 33).

² Хотя здесь около 32 млн. жителей пользуются вторым языком, в частности, испанским, китайским, русским, польским, корейским, вьетнамским, португальским, японским, греческим, арабским, хинди, урду, идиш, тайским, армянским, навахо и т.д. (см.: *Там же*. С. 168).

³ Обзор некоторых аспектов этих дискуссий см.: *Вопросы истории*. 1966. № 4, 6, 12; *Там же*. 1967. № 1, 6, 7; *Там же*. 1970. № 8.

⁴ Для перехода от этносов к нациям «требуется пройти ряд промежуточных ступеней, в том числе и тех, которые представлены имперскими (и не только имперскими. – И. Г.) формами государственности» (см.: *Межуев В. М. Идея национального государства в исторической перспективе*. С. 15).

⁵ *Бородай Ю. М. Этнос, нация, государство*. С. 21.

⁶ *Там же*. С. 19.

⁷ Одним из первых на это обстоятельство обращает внимание М. Вебер.

Без государств, также как без этносов, семей и обществ, нет, и не может быть наций¹. Государства – это, равно как этносы, семьи и общества, *необходимая* предпосылка образования и основа существования наций.

Государства, возникшие и существующие на основе определённых этносов, в свою очередь, выступают в качестве фактора, способствующего образованию и существованию соответствующих наций². Иными словами, нации являются следствием, а не предпосылкой возникновения и основой существования государств (как считают некоторые исследователи³). Тем не менее, однажды возникнув, нации, имея в качестве своей предпосылки и основы соответствующие государства, сами начинают составлять *социальную основу*, социальный субстрат этих *государств*⁴, которые, в свою очередь, имеют в качестве своей собственной естественной предпосылки и основы соответствующие этносы. Поэтому существование современных (но не исторически первых!) государств, как правило, неразрывно связано не только с существованием соответствующих этносов, но и с существованием соответствующих наций⁵. При этом сами нации, не являясь, как и этносы, организациями представляют собой, в отличие от этносов, антропные *объединения*, интегрированные и *стихийно*, непреднамеренно, самопроизвольно *организованные* антропные общности.

Особо подчеркнём, что индивиды, образующие определённую нацию и составляющие её основу, субстрат, «исходный материал», – это всегда одновременно и *члены* определённого *государства*. Являясь таковыми, т. е. членами определённого государства, они всегда одновременно выступают в качестве его *граждан* или *подданных*. Поэтому всякая *нация* есть не просто *объединение* индивидов, а *объединение индивидов-граждан* (индивидов, выполняющих функции граждан) или *индивидов-подданных* (индивидов, выполняющих функции подданных) определённого государства. Вне этих индивидов-граждан или индивидов-подданных нет, и не может быть ни наций, ни государств. Однако, в отличие от государств, которые включают в свой состав не только индивидов-граждан или индивидов-

¹ Не случайно Г. Гегель отмечает, что «государство составляет с нацией одно целое» (Гегель Г. Работы разных лет: В 2 т. М., 1971. Т. 2. С. 50).

² При этом следует учитывать, что образование нации, имеющей в своей основе определённый этнос или определённую группу этносов, может происходить в рамках государства, имеющего в своей основе и иные этносы. Так произошло с некоторыми этносами (например, казаками, белорусами), которые длительное время не имели своей собственной государственности. Они приобрели её и образовали соответствующую нацию лишь тогда, когда оказались на территории российского государства и тем самым приобрели российскую государственность.

³ Например, тот же Ю. М. Бородай пишет, что *этнос, «созревший в нацию, создаёт тем же часом и государство; вернее, это, как правило, не обособленный этнос, а группа этносов, сложившихся в одну, общую им нацию»* (Бородай Ю. М. Этнос, нация, государство. С. 19). Примерно такую же позицию занимает Ж. Кабнне (Cabanne), утверждая, что нация создаёт государство (см.: Cabanne G. Introduction a l'étude de droit constitutionnel et de la science politique. – Toulouse, 1981. – P. 25).

⁴ М. Гунель, рассматривая проблему соотношения нации и государства, отмечает, что «можно сделать вывод о наличии отношений диалектического характера, существующих между этими двумя понятиями» (Гунель М. Указ. соч. С. 34).

⁵ Именно поэтому, например, в английском языке для обозначения понятия государства используется не только слово *stat*, но и слово *nation*.

подданных, но, кроме того, ещё различные другие общности, объединения и организации этих индивидов, нации включают в свой состав только индивидов - индивидов-граждан или индивидов-подданных, а не их общности, объединения или организации. Нации *не есть объединения* каких-либо других *объединений, организаций* или общностей. Они *есть объединения индивидов* – индивидов-граждан или индивидов-подданных – *и только индивидов*.

Нации являются *гипермногочисленными* и *гиперустойчивыми* антропными объединениями, которые занимают в антропосфере Земли *гипербольшие площади*. Они объединяют (интегрируют) и организуют определённое – гипермногочисленное и гиперустойчивое – множество человеческих индивидов – индивидов-граждан или индивидов-подданных. Эти индивиды, образуя нации, одновременно являются членами соответствующих этносов, семей, обществ и государств.

От этносов, равно как и от наций, а также от семей, обществ и государств, необходимо отличать такие множества людей, как *народы*¹ (обозначим их символом P^2). Они, как и нации, образуются человеческими индивидами, представляющими определённые этносы. В каждом из них могут быть представители либо одного этноса, либо нескольких этносов. Народы – это, как и нации, *гипермногочисленные, гиперустойчивые объединения индивидов*, занимающие *гипербольшие площади*. Но, в отличие от наций, они *есть объединения не индивидов-граждан или индивидов-подданных, а индивидов-личностей*, которые, как правило, обозначаются символом, то есть точно также как и народы, или публика. Это *есть целостное (но не суммарное!) объединение индивидов-личностей* Именно *индивидов* (индивидов-личностей) *и только индивидов*, а не их общностей, объединений или организаций. Эти индивиды-личности, как уже отмечалось выше, и, следовательно, образуемые ими народы имеют *биосоциальную* природу (этносы же, по Гумилёву, в отличие от народов и наций, это явление чисто биотическое, «феномен биосферы», «феномен природный», «явление, лежащее на границе биосферы и социосферы и имеющее весьма специальное назначение в строении биосферы Земли»³). Народ, пишет, А. А. Зиновьев, существует как *целое* в течение жизни *множества поколений* и *воспроизводится* с определёнными устойчивыми чертами как его представителей, так и всей их совокупности. Народ *есть, с одной стороны, образование биологическое*, то есть возникающее и воспроизводящееся из людей как животных определённого вида, а с другой стороны – образование *социальное*, то есть возникающее и живущее по социальным законам. Народ не есть всего лишь разросшая-

¹ В научной литературе указывается, что понятие «народ» относится к числу тех, которые чрезвычайно трудно определить. В частности, органам ООН, специально занимающимся этой проблемой, так и не удалось выработать единого определения понятия «народ». Абсолютное большинство членов Комитета ООН по ликвидации расовой дискриминации пришло, тем не менее, к общему заключению, что слово «народ» следует понимать в самом широком смысле, что в его конкретизации нет необходимости (см.: Вдовин В. И. Этнополитика и формирование новой государственности в России // Кентавр. 1994. № 2. С. 24; Старушенко Г. Б. Против извращения принципа самоопределения народов и наций // Советское государство и право. 1958. № 1. С. 67).

² От начальной буквы латинского слова *publica* – «публика».

³ Гумилёв Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. С. 28, 34, 38.

ся семья, племя, союз племён и родов. Это – новый тип и новый уровень человеческих объединений¹.

Если нации присущи государствам, то народы – *обществам*. Исторически нации образуются с возникновением и развитием государств, народы же – с возникновением и развитием обществ, то есть раньше (до) государств и наций. Как и нации, народы составляют содержание (материал) той части (подсистемы) антропосферы, которая называется социосферой. Но, если нации являются содержанием (материалом) социосферы государств, то народы, наряду, например, с семьями, – *содержанием* (материалом) *социосферы обществ*. Вместе с тем, народ не тождественен тому обществу, в котором он живёт. Народ, равно как и каждый образующий его индивид (индивид-личность), есть лишь элемент (часть) общества.

Народы, также как нации или также как образующие их индивиды, *имеют* свои собственные, особые, специфические черты, свойства, характеристики, или, как иногда говорят, свой собственный, *особый*, специфический *характер*. Каждый народ характеризуется тем, что все его индивиды-личности, как и все члены каждой нации, имеют *общий* (единый) *язык*, *общую* (единую) *культуру*, *психику* (психический склад), *историческую судьбу* (историческое прошлое и будущее), *территорию*, *экономику*. Социальные (в том числе, брачные), экономические и духовно-психические связи между ними, то есть образующими народ индивидами-личностями, как правило, устанавливаются в пределах данного объединения. Любый народ, как и этнос, будучи его производной, обладает особым динамическим *стереотипом поведения*, *выделяет* себя из всех других человеческих множеств, а также, в отличие от этноса, *осознаёт* себя в качестве народа. При этом народ, как пишет А. А. Зиновьев, рассматривается по тем же признакам, что и отдельные люди, - с точки зрения интеллекта, творческих потенций, смелости, предприимчивости, жестокости, доброты, склонности к панике и предательству, стойкости, чувства собственного достоинства, общительности, сдержанности, степени организованности и других социально значимых признаков².

Таким образом, человечество имеет в своём составе такие исторически сложившиеся множества, как этносы, народы и нации. Все они являются целостными (а не суммарными!), гипермногочисленными, гиперустойчивыми множествами, как правило, занимающими гипербольшие площади. Все они состоят из индивидов, которые, однако, проявляются и представлены в них различными своими сторонами. Если в *этносах* индивиды проявляются преимущественно как *индивиды-особи*, представляющие биологический вид *Homo sapiens*, то в *народах* и, следовательно, в *обществах* – как *индивиды-личности*, а в *нациях* и, следовательно, в *государствах* – как *индивиды-граждане* или *индивиды-подданные*. Все они – и образующие этносы индивиды-особи, и образующие народы индивиды-личности, и образующие нации индивиды-граждане или индивиды-подданные – выступают в качестве естественно-человеческой основы существования государств, но образующие этносы индивиды-особи и образующие народы индивиды-личности – ещё и в качестве естественно-человеческой основы существования обществ. Кроме того, как будет показано в дальнейшем, индивиды-особи, образующие этносы, вы-

¹ Зиновьев А. А. На пути к сверхобществу. С. 114.

² Там же. С. 115.

ступают в качестве естественно-человеческой основы существования как семей и родовых общин, так и территориальных (соседских) общин, в которых эти индивиды-особи начинают проявлять себя соответственно ещё и в качестве *индивидов-родственников* или *индивидов-соседей*. В любом случае, какую бы единицу, форму и фазу коллективного существования (бытия) человечества мы не рассматривали – этносы, народы, нации, семьи, общины, общества, государства, иные общности, объединения, организации, мы видим, что их основу, субстрат, «исходный материал» составляют индивиды, но индивиды, проявляющие себя строго определённым образом, образующие и представляющие собой соответствующие специфически человеческие множества.

Каждый из индивидов-особей (этно-индивдов), сосуществуя с другими такими же индивидами-особями (этно-индивидами) и образуя с ними определённые совокупности индивидов, проявляет себя не только в качестве индивида-особи (этно-индивида), но ещё и в качестве совершенно иного индивида, т. е. индивида, существенным образом отличающегося от индивида-особи (этно-индивида). Ближайшей совокупностью индивидов, окружающим любую человеческую особь с первых секунд её рождения (и до него!), является её *семья* – организация, включающая родителей (мать и отца), дедушек и бабушек, других *родственников* (братьев, сестёр и т.д.) а также – как это было на первых фазах исторического развития человечества – *род* и *родовая община*. Поэтому, появившись на свет (и даже до своего рождения!), каждый человеческий индивид предстаёт не только в качестве индивида-особи (этно-индивида) как представителя определённого этноса, но, кроме того, ещё и в качестве *индивида-родственника*, т. е. члена определённой семьи, а на ранних фазах исторического развития человечества, кроме того, ещё и членом определённого рода и определённой родовой общины. Следовательно, следующим типом, формой, уровнем индивида – следующим за индивидом-особью и ближайшим к нему – является **индивид-родственник**. Он сохраняет и несёт в себе все свойства, признаки, качества индивида-особи, характеризующие его как *биотическое существо*, но, кроме того, он приобретает и несёт в себе уже совершенно иные, новые свойства, признаки, качества, характеризующие его уже как *существо социальное*, в данном случае, как *родственника* – члена семьи, рода и родовой общины. Между ним и определённой совокупностью других человеческих индивидов существуют *родственные отношения*, отношения родства, в которых доминируют, как правило, неразрывно слитые (соединённые) друг с другом *социальные, экономические и духовно-психические связи*.

На определённой фазе, или ступени, исторического развития человечества, когда на смену родовой общине приходит территориальная, т. е. соседская, община, индивиды-родственники становятся, кроме того, ещё и **индивидами-соседями**. Они сохраняют в себе свойства, признаки, качества индивидов-особей и индивидов-родственников, но, наряду с этим, приобретают и несут в себе новые свойства, признаки, качества, характеризующие их как *соседей*. Индивиды-соседи – это индивиды, которые, сохраняя в себе свойства индивидов-родственников и индивидов-особей, тем не менее, существенным образом отличается от тех и других, иногда даже противостоят им, выступают в качестве их противоположности. Каждый такой индивид является человеческой особью и чьим-то родственником, но при

этом он обязательно является и чьим-то соседом, вступает с определённым – достаточно большим – числом других индивидов в *отношения соседства*, которые доминируют над всеми другими отношениями этого индивида и придают ему совершенно новые свойства, определяющие его в качестве индивида-соседа. *Соседство* – это исторически и логически новое, принципиально отличающееся от родства отношение и свойство индивидов. Его суть состоит в том, что оно характеризует человека не со стороны его родственных связей с другими индивидами, а со стороны его *пространственных* – территориальных – *связей* с ними, т. е. связей, вытекающих из их совместного и одновременного сосуществования в пределах определённого общего пространства, определённой общей территории. Соседство – это свойство индивидов, приобретённое ими в результате их пространственной, территориальной, а не родственной связи с другими индивидами. Вместе с тем, соседство – это не только пространственная, территориальная, но, кроме того, как и родство, *социальная, экономическая и духовно-психическая характеристика* существования человеческих индивидов и человечества в целом. Однако, в отличие от родства, эти – социальные, экономические, духовно-психические – характеристики *определяются и ограничены (!)* не столько биотическими или родственными, сколько *пространственными*, территориальными *связями* между людьми. Возникнув ещё в древнейшей истории, соседство существует до сих пор, хотя и в существенно изменённой, переработанной, преобразованной форме. Оно, следовательно, имеет разные формы, меняющиеся на протяжении веков и тысячелетий.

С появлением на арене исторического развития человечества первых *обществ* (протообществ) формируется и совершенно новый тип индивида – ***индивид-личность***¹. Он сменяет предшествующий ему тип индивида-соседа, характерный для территориальной (соседской) общины. Он сохраняет и интегрирует в себе в снятой – переработанной, преобразованной – форме определённые свойства, признаки, качества, характеристики всех предшествующих ему типов индивидов:

¹ О природе, элементах, свойствах, структуре и других проблемах личности см., например: Ананьев Б. Г. Человек как предмет познания. Л., 1969; Он же. О проблемах современного человекознания. М., 1977; Асмолов А. Г. Психология личности: принципы общепсихологического анализа. М., 2001; Бодалев А. А. Личность и общение. М., 1995; Замошкин Ю. А. Кризис буржуазного индивидуализма и личность. М., 1966; С чего начинается личность / Под общ. ред. Р. И. Косолапова. 2-е. изд. М., 1984; Какабадзе З. М. Человек как философская проблема. Тбилиси, 1970; Ковалёв А. Г. Психология личности. 2-е. изд. М., 1965; Кон И. С. Социология личности. М., 1967; Котова И. Б. Психология личности в России. Столетие развития, Ростов-н/Д, 1994; Лобковиц Н. Что такое личность? // Вопр. философии. 1998. № 2; Проблема человека в современной философии. М., 1969; Петровский В. А. К пониманию личности в психологии // Вопр. психологии. 1981. № 2; Он же. Личность в психологии: парадигма субъектности. Ростов-н/Д, 1996; Проблемы психологии личности / Отв. ред. Е. В. Шорохова, О. И. Зотова. М., 1982; Психология личности / Под ред. П. Н. Ермакова, В. А. Лабунской. М., 2008; Психология личности и образ жизни / Отв. ред. Е. В. Шорохова. М., 1987; Современная психология: Справочное руководство. М., 1999. С. 397–465; Социальная психология личности / Отв. ред. М. И. Бобнева, Е. В. Шорохова. М., 1979; Социальная психология личности / Под ред. А. А. Бодалева. М., 1974; Сэв Л. Марксизм и теория личности: Пер. с франц. М., 1972; Теоретические проблемы психологии личности. М., 1974; Теории личности в западноевропейской и американской психологии / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский. Самара, 1996; Холл К. С., Гарднер Л. Теория личности. М., 1997; Ярошевский Т. М. Личность и общество. М., 1973.

и индивида-соседа, и индивида-родственника, и индивида-особи (этно-индивида). Являясь личностью, этот индивид одновременно является человеческой *особью*, *родственником* и *соседом* определённого числа каких-то других человеческих индивидов. Однако присущие ему свойства – это не просто арифметическая сумма свойств индивидов-особей, индивидов-родственников и индивидов-соседей, а совершенно *новая органическая система свойств*. Эта система личностных свойств *определяется свойствами той деятельности*, которую осуществляет данный индивид как её *субъект*¹, свойствами тех *отношений*, в которые он вступает с другими индивидами-личностями как своими *контрсубъектами*, свойствами того *общества*, в котором живут эти индивиды-личности², а также свойствами того *места*, которое они в структуре этого общества занимают. При этом особо важно подчеркнуть, что индивид-личность – это *биосоциальное существо*³. Однако многие его даже чисто естественно-природные, в том числе биотические, свойства существуют и проявляются в нём, как правило, в снятом – переработанном, преобразованном – виде. Например, даже отдельные части его тела – волосы на голове, брови, ресницы, губы, конечности рук и ног и т. д. – могут быть обработаны и преобразованы в соответствии с требованиями моды и имиджа, что особенно характерно для женщин и необходимо политикам. Важно также указать на органическую, неразрывную *связь*, взаимозависимость и взаимообусловленность *индивида-личности* и *общества*. Как не существует индивида-личности вне общества⁴,

¹ На связь деятельности и её субъекта с понятием «личность» обращает внимание ещё Т. Гоббс. В частности в его «Левиафане» находим следующее: «Слово *личность* (person), – пишет Т. Гоббс, – латинское, ... обозначающее *лик* или *вид*, подобно тому как латинское *persona* обозначает *наряд* или *внешний вид* человека, представленного на сцене, а иногда специально ту часть этого наряда, которая скрывает лицо, например маску. С театральных подмостков это название было перенесено на всякого, представляющего речь или действие как в судилищах, так и в театрах. *Личность*, таким образом, есть то же самое, что *действующее лицо* как на сцене, так и в жизненном обиходе, а *олицетворять* – значит *действовать* или *представлять* себя или другого, а о том, кто действует за другого, говорится, что он носит его личность или действует от его имени... и называется в разных случаях различно: *представитель*, *заместитель*, *наместник*, *поверенный*, *депутат*, *прокурор* и т. п.» (Гоббс Т. Соч.: В 2 т. Т. 2. С. 124). С. Л. Рубинштейн указывает: «В деятельности личность и формируется, и проявляется. Будучи в качестве субъекта деятельности её предпосылкой, она является вместе с тем и её результатом» (Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии: В 2 т. М., 1989. Т. 2. С. 98). А. Н. Леонтьев также пишет о «необходимости ввести понятие о конкретном субъекте, о личности как о *внутреннем моменте деятельности*», как понятии, которое, «также как и понятие индивида, выражает целостность субъекта жизни» (Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. 2-е изд. М., 1977. С. 159, 175).

² Б. Г. Ананьев пишет: «Единичный человек как индивидуальность может быть понят лишь как единство и взаимосвязь его свойств как личности и субъекта деятельности, в структуре которых функционируют природные свойства как индивида. Иначе говоря, индивидуальность человека можно понять лишь при условии полного набора характеристик человека. Следовательно, человек как вид (*Homo sapiens*) и как человечество (общество в его историческом существовании) составляет основание для любого определения состояний каждого отдельного, единичного человека, являющегося индивидом, личностью и индивидуальностью» (Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды. М., 1980. Т. 1. С. 178).

³ См., например: *Биологическое и социальное в развитии человека*. М., 1977; Дубинин Н. П. Социальное и биологическое в современной проблеме человека // *Вопр. философии*. 1972. № 10.

⁴ А. Н. Леонтьев пишет: «Личность ≠ индивид; это особое *качество*, которое *приобретается* индивидом в обществе, в целокупности отношений, общественных по своей природе, в кото-

так не существует и общества без индивида-личности. Поэтому, как верно отмечает М. С. Каган, понятие «личность» находит свою диалектическую пару в понятии «общество»¹.

Говоря об индивиде-личности, мы неизбежно приходим к вопросу, который Э. В. Ильенков формулирует так: **«В каком пространстве существует личность»**². Нам представляется, что *личность существует не в одном*, как считают многие, *и не в трёх*, как считают А. В. Петровский и В. А. Петровский³, *а, по меньшей мере, в пяти пространствах*, измерениях или аспектах, причём во всех сразу, *одновременно. Во-первых, личность существует во внутреннем пространстве своей собственной индивидуальной жизни*⁴. *Во-вторых, личность существует во внутреннем пространстве своих собственных межличностных отношений, отношений с другими индивидами-личностями*⁵. *В-третьих, личность существует во внутреннем пространстве своих собственных личностно-групповых отношений, отношений с реальными, а не мнимыми, воображаемыми, статистическими группами, коллективами людей. В-четвёртых, личность существует во внутреннем пространстве межгрупповых*

рые индивид *вовлекается*: сущность личности в «эфире» (Маркс) этих отношений... личность есть *системное* и потому «*сверхчувственное*» качество, хотя носителем этого качества является вполне чувственный, телесный индивид со всеми его прирождёнными и приобретёнными свойствами» (Неопубликованная рукопись А. Н. Леонтьева. Цит. по: Асмолов А. Г. и др. О некоторых перспективах исследования смысловых образований личности // Вопр. психологии. 1979. № 4).

¹ Каган М. С. Человеческая деятельность: Опыт системного анализа. М., 1974. С. 256.

² Ильенков Э. В. Философия и культура. С. 404;

³ Петровский А. В., Петровский В. А. Индивид и его потребность быть личностью // Вопр. философии. 1982. № 3.

⁴ Здесь «личность трактуется как свойство, погруженное в пространство индивидуальной жизни субъекта», «выступает в аспекте её индивидуальности, в её отличиях от других людей» (см.: Петровский А. В., Петровский В. А. Указ. соч. С. 45).

⁵ Поскольку человек, пишет К. Маркс, «родился без зеркала в руках и не фихтеанским философом: «Я есмь я», то человек сначала смотрится, как в зеркало, в другого человека. Лишь относясь к человеку Павлу как к себе подобному, человек Пётр начинает относиться к самому себе как человеку. Вместе с тем и Павел как таковой... становится для него формой проявления рода «человек»...» (Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 23. С. 62). Цитируя это место из «Капитала» К. Маркса, Э. В. Ильенков подчёркивает, «Философ-материалист, понимающий «телесность» личности не столь узко, видящий её, прежде всего, в совокупности (в «ансамбле») предметных, вещественно-осязаемых отношений данного индивида к другому индивиду (к другим индивидам), опосредствованных через созданные и создаваемые их трудом вещи, точнее, через действия с этими вещами (к числу которых относятся и слова естественного языка), будет искать разгадку «структуры личности» в пространстве, вне органического тела индивида, и именно поэтому, как ни парадоксально, – во внутреннем пространстве личности. В том самом пространстве, в котором сначала возникает человеческое отношение к другому индивиду (именно как реальное, чувственно-предметное, вещественно-осязаемое отношение), которое «внутри» тела человека никак заложено не было, чтобы затем – вследствие взаимного характера этого отношения – превратиться в то самое «отношение к самому себе», опосредствованное через отношение «к другому», которое и составляет суть личностной – специфически человеческой – природы индивида. Личность поэтому и рождается, возникает (а не появляется!) в пространстве реального взаимодействия, по меньшей мере, двух индивидов...» (Ильенков Э. В. Философия и культура. С. 404).

отношений, отношений между группами, коллективами людей¹, в которых она определённым образом, непосредственно или опосредствованно, в большей или меньшей мере представлена. В-пятых, личность существует во внутреннем пространстве других индивидов-личностей и их групп, коллективов, в пространстве результатов своей собственной деятельности и деятельности других людей, а также посредством этой деятельности в пространстве природы².

И во всех этих случаях индивид-личность формируется и проявляется не только в качестве субъекта определённой деятельности, но и в качестве *члена* определённого общества, несущего внутри и вне себя определённую часть общественного потенциала. Однако при этом личность может и должна сохранять свою индивидуальность, ту или иную меру своей автономии (самостоятельности, независимости) от общества, от всех других его членов. Личность, как отмечает И. Кант, может и должна выступать – при условии соблюдения законов нравственности, норм морали – не как средство, а как «цель сама по себе», так как сама по себе она не имеет цены, потому что её ничем и никем нельзя заменить, ей нет эквивалента, лишь она сама может рассматриваться как свой собственный эквивалент. Не существует цены, которая была бы достаточно высока, чтобы оплатить издержки потери статуса личности, потому что с этой потерей теряют своё значение все другие акты выбора или альтернативы бытия индивида. Для бытия личности

¹ В. С. Мерлин, кроме системы индивидуальных свойств организма личности (биохимических, общесоматических, нейродинамических) и системы её индивидуальных психических свойств (в том числе, психодинамических – свойств темперамента), выделяет в ней систему социально-психологических индивидуальных свойств – *социальные роли в социальных и социально-исторических группах, коллективах, общностях* (см.: Мерлин В. С. Очерк интегрального исследования индивидуальности. М., 1986).

² А. В. Петровский и В. А. Петровский отмечают, что «по-видимому, существует ещё одно (третье, а в нашей интерпретации, пятое. – И. Г.) пространство, в котором развёртывается личность как системное качество индивида. Личность при этом выносится не только за рамки самого индивидуального субъекта, но и перемещается за пределы его актуальных связей с другими индивидами (и их группами. – И. Г.). Здесь как бы вновь происходит погружение личностного в пространство бытия индивида, но на этот раз – в «другого» («других»)), происходят «вклады в других людей, которые субъект вольно или невольно осуществляет посредством деятельности. ...Инобытие индивида в других людях – это не статический отпечаток. Речь идёт об активном процессе, о своего рода «продолжении себя в другом». Здесь схватывается важнейшая особенность личности (если она действительно личность) обрести вторую жизнь в других людях, производить в них долговечные изменения, имеющие свою динамику. ...Индивид как носитель личности уходит из жизни, но, персонализированный в других людях, он продолжается... Безличность – это характеристика индивида, *безразличного* для других людей, человека, от которого «не жарко и не холодно», чьё присутствие или отсутствие ничего не меняет в их жизни, не преобразует их поведение, не обогащает и не обездоливает их, и тем самым лишает его самого личности. ...Подобно тому, как индивид стремится продолжить себя в другом человеке чисто физически (продолжить род, произвести потомство), личность индивида стремится продолжить себя, заложив идеальную представленность, своё инобытие в других людях» (см.: Петровский А. В., Петровский В. А. Указ. соч. С. 46–48, 50). А. Н. Леонтьев однажды делает примечательную запись: «Я нахожу, имею своё «Я» не в себе самом (его другие находят во мне!), а в других, в другом, вне меня существующем – в собеседнике, в любимой, в природе и... в компьютере...» (цит. по.: Там же. С. 47).

не существует никакого ценностного эквивалента. Она не может рассматривать себя как плату за достигнутое благо, потому что только для личности вообще существуют и блага и плата за эти блага. В противном случае индивид, например, ведущий себя как крепостной, перестаёт быть личностью. Сама же нравственность и её законы, определяющие всякую ценность и являющиеся условием, соблюдение которого только и позволяет человеку как разумному существу стать самоцелью, должны обладать достоинством, то есть безусловной, несравнимой ценностью. Единственно подходящее выражение для той оценки, которую разумное существо должно дать этому достоинству, это – слово *уважение*. *Автономия* есть, таким образом, основание достоинства человека как индивида-личности¹.

На разных ступенях общественно-исторического развития возникают и различные *идеалы*, идеальные или идеализированные модели человека, прежде всего, *индивида-личности*. Например, Конфуций считает, что в человеке как личности (цзюньцзы) должно быть достигнуто, формироваться и проявляться *гармоническое сочетание различных качеств*, в частности, человечности (жэнь), нравственности, образованности, непосредственности, культуры, терпимости, многосторонности понимания жизни, отвращения к любым разновидностям фанатизма и максимализма. Эта *гармония*, или *мера*, которую он называет «средним путём», возможна, когда люди следуют правилам (ритуалам) благопристойности («ли»), играющим роль масштаба, помогающим избежать крайностей. Не зная ритуала, нельзя утвердить себя в обществе. Почтительность без ритуала приводит к суетливости, осторожность без ритуала приводит к боязливости, смелость без ритуала приводит к смутам, прямота без ритуала приводит к грубости. Знание «ли», проникновение в их смысл становится необходимостью, и любовь к знанию рассматривается как звено, которое, связывая между собой нравственное и культурное развитие личности, обеспечивает гармоничное сочетание этих сфер. Любовь к человечности без любви к обучению вырождается в тупость, любовь к мудрости без стремления учиться вырождается в то, что человек разбрасывается. Цзюньцзы не должен выполнять любой приказ правителя. Напротив, он должен сопротивляться ему в тех случаях, когда находит его линию безнравственной, а если наставления не оказывают воздействия, если в государстве утверждается беспринципность и погоня за наживой, благородному человеку следует отказаться от службы, ибо не к лицу ему почести и богатства, полученные нечестным путём. Цзюньцзы не орудие, он гармоничен, но не подобен другим. Тот, кто способен проявлять в Поднебесной почтительность, обходительность, правдивость, сметливость и доброту, тот является человеколюбивым. Если человек почтителен, то его не презирают. Если человек обходителен, то его поддерживают. Если человек правдив, то ему доверяют. Если человек сметлив, он добивается успехов. Если человек добр, он может использовать других. Благородный муж в доброте не расточителен, принуждая к труду, не вызывает гнева, в желаниях не алчен, в величии не горд, вызывая почтение, не жесток².

¹ Кант И. Соч.: В 6 т. Т. 4. Ч. 1. С. 275–278; Козловски П. Общество и государство: неизбежный дуализм: Пер. с нем. М., 1998. С. 215–217.

² Древнекитайская философия: В 2 т. Т. 1. С. 139–174; Рубин В. А. Указ. соч. С. 93–94.

Взгляды Конфуция, характеризующие идеал личности, нашли своих приверженцев во всём мире. Так, в «Конституции из 12 статей» Сётоку Тайси, (574–622 гг.), правящего Японией более 30 лет, можно обнаружить нечто вроде внутреннего диалога с Конфуцием, книга которого «Беседы и суждения» была к тому времени одной из самых читаемых в среде образованных японцев. В этом диалоге Сётоку Тайси адаптирует мысли Конфуция к состоянию дел в своём государстве и придаёт им соответствующее звучание. Он, как и Конфуций, считает, что во всём, в том числе и в человеке (индивиде-личности), необходимо *читать гармонию (ва)*, под которой понимается состояние *подвижного равновесия, уравнищенности* одного другим, позволяющее не распадаться целому. Тот, кто проникся принципом «ва», есть гармоничный человек, уравнивающий всё, с чем имеет дело¹. В Европе о всестороннем и гармонически развитом человеке мечтали Ф. Шиллер, К. Маркс и многие другие мыслители. Стремление человека к гармонии, непротиворечивости своего внутреннего мира посредством выбора действий, которые соответствуют его совести и внутренней правде, подчёркивают и современные экзистенциалисты². Особенно актуальной проблема формирования всесторонне и гармонически развитой личности становится в современную эпоху – в эпоху, как отмечают многие исследователи, перехода человечества от индустриального общества к информационному обществу.

Наиболее значимыми и известными в современной науке формами проявления коллективной субъектности, исторически сложившимися в ходе развития человечества, являются такие, как *общинно-родовая, территориально-общинно-родовая и территориально-общинная субъектность*, а также их неотъемлемая часть – *семейно-общинная субъектность*. В первом случае коллективом-субъектом является *родовая община-субъект*, во втором – *территориально-родовая община-субъект*, в третьем – *территориальная (соседская) община-субъект*, в четвёртом – *общинная семья-субъект*. Им соответствуют определённые формы и уровни индивидуальной субъектности, индивида-субъекта – *индивида-общинника*, в том числе *общинника-родственника, общинника-соседа и общинника-семьянина*. Всем этим индивидам-общинникам присуща неличностная – минимальная (минимизированная) или более-менее умеренная, посредственная – субъектность и существенная (максимальная или более-менее умеренная, посредственная) зависимость от соответствующего коллектива-субъекта. У общинников-родственников родовой и территориально-родовой общины, а также у общинников-семьянинов зависимость от соответствующей общины-субъекта максимальная, индивидуальная субъектность минимальная (минимизированная), а её неличностный характер максимален. У общинников-родственников и общинников-соседей, существующих в территориальной общине, уровень их зависимости от общины-субъекта ниже, чем у общинников-родственников родовой и территориально-родовой общины, но остаётся весьма высоким (выше среднего), а индивидуальная субъектность выше, чем у общинников-родственников родовой и терри-

¹ Григорьева Т. П. Мудрецы, правители и мастера // Человек и мир в японской культуре. М., 1985. С. 141–143.

² Современный экзистенциализм. Критические очерки / Ред. коллегия: Л. Н. Митрохин и др. М., 1966; Мысливченко А. Г. Указ. соч. С. 132.

ториально-родовой общины, но проявляется весьма посредственно (на среднем уровне), оставаясь неличностной, хотя и в меньшей степени, чем у общинников-родственников родовой и территориально-родовой общины. Во всех этих случаях коллективная субъектность, коллектив-субъект существенным образом доминирует над индивидуальной субъектностью, индивидом-субъектом. Однако, если общинно-родовая и территориально-общинно-родовая, а также семейно-общинная субъектность доминируют над субъектностью соответствующего общинника-родственника максимально и нередко подавляет её, то территориально-общинная субъектность доминирует над субъектностью соответствующего общинника-родственника и общинника-соседа в меньшей, относительно умеренной форме, но всё ещё весьма значительной (высокой) степени. Лишь после распада (разложения) данных форм коллективной субъектности и с возникновением новых – не общинных, а подлинно *общественных* – её форм, лишь с возникновением и развитием общества некоторые индивиды-субъекты получают определённую возможность стать личностным индивидом-субъектом – субъектом-личностью, для которого характерен более высокий (оптимальный, оптимизированный, либо максимизированный) уровень субъектности, чем для индивида-общинника¹. С возникновением государств появляются также *государства-субъекты*, в которых могут существовать как *индивиды*, проявляющие себя как *неличностные индивиды-субъекты*, так и *индивиды*, проявляющие себя как *личностные индивиды-субъекты*, *субъекты-личности*.

Данная точка зрения в значительной мере совпадает с тем пониманием соотношения категорий «субъект–личность», который рассматривает личность как высший уровень, высшую фазу развития индивидуальной субъектности, индивида-субъекта². Так, Н. А. Бердяев различает *человека-индивидуума* (человеческого индивида), представляющего собой неотъемлемую часть целого – естественно-природного и социального (рода, общества), зависимую от него, вне которого он не является индивидуумом, несмотря на все его попытки эгоистического самоутверждения внутри этого целого, и *человека-личность*, представляющего собой микрокосм, универсум, которому присущи свобода и независимость от материального мира, природы, общества, государства и чуждо эгоистическое самоутверждение³. Согласно А. В. Брушлинскому, каждая личность является субъектом, но субъект не сводится к личности⁴.

¹ «Человек, – пишет К. Маркс, – обособляется как индивид (индивид-личность. – И. Г.) лишь в результате исторического процесса. Первоначально он выступает как *родовое существо, племенное существо, стадное животное*. «Чем дальше назад уходим мы в глубь истории, тем в большей степени индивид... выступает несамостоятельным, принадлежащим к более обширному целому» – семье, роду, общине (см.: Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 46. Ч. I. С. 486, 18).

² Анцыферова Л. И. Психологическое содержание феномена субъекта и границы субъектно-деятельностного подхода. С. 27–42; Она же. Развитие личности и проблемы геронтологии. М., 2006.

³ Бердяев Н. А. О рабстве и свободе человека. М., 2006. С. 38–39.

⁴ Брушлинский А. В. О критериях субъекта... С. 9–33.

Однако существует и иная точка зрения, согласно которой субъект является высшим уровнем развития личности¹. Так, например, Е. А. Сергиенко рассматривает личность (персону) как стержневую структуру субъекта, задающую общее направление самоорганизации и саморазвития. Личность задаёт направление движения, а субъект – его конкретную реализацию через координацию выбора целей и ресурсов индивидуальности человека. Носителем содержания внутреннего мира человека выступает личность, а реализацию в данных жизненных обстоятельствах, условиях, задачах – субъект. Человек осуществляет зрелые формы поведения в зависимости от степени согласованности в развитии континуума «субъект–личность». Исходя из этого, она выделяет три уровня субъектности в её онтогенетическом развитии: уровень протосубъекта («первичной субъектности»), уровень агента («вторичной субъектности») и уровень наивного субъекта. Уровень *протосубъекта* («первичной субъектности») формируется на первом году жизни ребёнка и характеризуется тем, что ребёнок начинает выделять себя из окружающей среды. У ребёнка формируется первичное представление о себе, в котором может быть выделено *Я-экологическое*, актуализирующее восприятие самого себя относительно физического окружения, и *Я-интерперсональное*, актуализирующее восприятие самого себя относительно других людей, устанавливающее эквивалентность Я–Другой. Уровень *агента* («вторичной субъектности») формируется и проявляется к 4 годам. Он предполагает «треугольные отношения», включающие и объект, и других людей, и ребёнка, проявляющего себя как агента этих отношений. Ребёнок начинает испытывать общие психические состояния со взрослыми по отношению к объекту или событию, начинает дифференцировать свои представления о том, что собственное психическое отличается от психического других людей. На основе представлений о последствиях собственного поведения у него формируются предсказания поведения других людей. Уровень *наивного субъекта* проявляется в 5–6-летнем возрасте ребёнка. Он характеризуется способностью ребёнка сопоставлять разные аспекты жизненной ситуации и их значение для себя и других людей, что позволяет ему на новом уровне анализировать человеческие контакты и их смысл².

С нашей точки зрения, согласно формулам (1.11)–(1.13),

¹ Абульханова–Славская К. А. Стратегия жизни. М., 1991; Абульханова К. А. Мировоззренческий смысл и научное значение категории субъекта // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики. М., 1997. С. 56–75; Она же. Принцип субъекта в отечественной психологии... С. 3–22; Она же. Сознание как жизненная способность личности // Психол. журнал. 2009. Т. 30. № 1. С. 32–43; Асмолов А. Г. Психология личности. М., 1990; Петровский В. А. Личность: феномен субъектности. Ростов-на-Дону, 1993; Он же. Личность в психологии: парадигма субъектности. Ростов-на-Дону, 1996; Рубинштейн С. Л. Человек и мир. М., 1997; Рябинкина З. И. Личность как субъект бытия и события: психологический аспект анализа // Субъект, личность и психология человеческого бытия / Под. ред. В. В. Знакова, З. И. Рябинкиной. М., 2005. С. 5–22; Фоменко Г. Ю. Личность в экстремальных условиях: два модуса бытия. Краснодар, 2006.

² Сергиенко Е. А. Природа субъекта: онтогенетический аспект // Проблема субъекта в психологической науке. М., 2000. С. 184–203; Она же. Психология субъекта: поиски и решения. С. 21, 23–25; Она же. Раннее когнитивное развитие: новый взгляд. М., 2006; Она же. Ранние этапы развития субъекта // Психология индивидуального и группового субъекта / Под ред. А. В. Брушлинского. М., 2002. С. 270–310.

каждый человек (человеческий индивид) – это единичное, индивидуальное, уникальное, неповторимое, бесконечное внутри себя образование, отличающееся от любого другого человека-индивида, хотя и имеющее с ним нечто общее, так же как и каждый человеческий коллектив, каждый элемент окружающего людей мира;

каждый человек (человеческий индивид) является потенциальным или актуальным индивидом-субъектом и индивидом-контрсубъектом;

каждый индивид-субъект (индивид-контрсубъект) является потенциальной или актуальной личностью;

каждый человек (человеческий индивид) является потенциальным субъектом (контрсубъектом) и потенциальной личностью, но не каждый человек (человеческий индивид) является актуальным субъектом (контрсубъектом) и актуальной личностью;

каждая личность является индивидом-субъектом (индивидом-контрсубъектом), но не каждый индивид-субъект (индивид-контрсубъект) является личностью.

Личность – это индивид-субъект (индивид-контрсубъект), уровень проявления субъектности которого не минимальный, низкий (ниже среднего) или средний (посредственный), а выше среднего, т. е. высокий или (у особо одарённых индивидов-субъектов, индивидов-контрсубъектов) максимально высокий. Личность – это такое свойство, качество индивида-субъекта, которое определяет и характеризует достаточно высокий (выше среднего) уровень проявления его субъектности, его самостоятельности (самости, независимости, свободы), его потребности и способности самостоятельно актуализировать – детерминировать, репрезентировать, конструировать, программировать, организовывать (регулировать), оценивать, корректировать и реализовывать, формировать и развивать – свои субъект(контрсубъект)-объектные и субъект-контрсубъектные отношения, свою специфически человеческую активность, деятельность и общение, самих себя, свой собственный потенциал, своё собственное специфически человеческое бытие, а также потенциал и бытие других людей. Это такое свойство, качество индивида-субъекта, которое формируется и проявляется в его совместной деятельности и взаимоотношениях с другими индивидами-субъектами в определённые периоды (фазы, моменты) их коллективно-групповой жизни и при наличии соответствующих социальных, культурных, экономических и политических условий. Личность – это не субъект-посредственность, а высокоразвитый индивид-субъект, потенциал, самостоятельность (независимость, свобода), активность которого не только выше потенциала, самостоятельности (самости, независимости, свободы), активности других индивидов-субъектов, но и более длительное время и существеннее проявляется (воплощается) и сохраняется в их потенциале, их деятельности и взаимоотношениях, в окружающем мире. В частности, индивид-личность более самостоятельно, свободно, независимо и нестандартно (неординарно, новаторски, творчески), вариативно, лучше других, неличностных, индивидов-субъектов ощущает, воспринимает, запоминает, вспоминает, представляет, эмоционально переживает, рационально и продуктивно воображает, осмыс-

ливает, понимает, прогнозирует (предвидит) происходящее в самом себе, других людях и окружающем их мире, своими отношениями с ним, своей деятельностью, своим словом и делом (своими высказываниями и действиями) **развивает (преобразует, изменяет) его потенциал, а также свой собственный потенциал и потенциал других людей, сохраняя в нём всё ценное для них, выявляет и решает возникающие при этом противоречия, проблемы, задачи, проявляя присущую ему силу воли.**

Как пишет Э. В. Ильенков, «действительная *личность* обнаруживает себя тогда и там, когда и где индивид в своих действиях и продукте своих действий вдруг проявляет результат, всех других индивидов волнующий, всех других качающий-ся, всем другим близкий и понятный, короче – *всеобщий результат, всеобщий эффект*. Платон или Евклид, Ньютон или Спиноза, Бетховен или Наполеон, Робеспьер или Микеланджело, Чернышевский или Толстой – это личности, которых ни с кем другим не спутаешь, в которых сконцентрировано, как в фокусе, социально значимое (то есть значимое *для других*) дело их жизни, ломающее косные штампы, с которыми другие люди свыклись, несмотря на то что эти штампы уже устарели, стали тесны для новых, исподволь созревающих форм отношений человека к человеку. Поэтому подлинная личность, утверждающая себя со всей присущей ей энергией и волей, и становится возможной лишь там, где налицо назревшая необходимость старые стереотипы жизни ломать, лишь там, где кончается период застоя, господства косных штампов и настала пора *революционного творчества*, лишь там, где возникают и утверждают себя новые формы отношений человека к человеку, человека к самому себе.

Масштаб личности человека измеряется только масштабом тех реальных задач, в ходе решения которых она и возникает, и оформляется в своей определённости, и разворачивается в делах, волнующих и интересующих не только собственную персону, а и многих других людей. Чем шире круг этих людей, тем значительнее личность, а чем значительнее личность, тем больше у неё друзей и врагов, тем меньше равнодушных, для которых само её существование безразлично, для которых она попросту не существует.

Поэтому сила личности – это всегда *индивидуально выраженная* сила того *коллектива*, того «ансамбля» индивидов, который в ней идеально представлен, сила индивидуализированной *всеобщности устремлений, потребностей, целей*, ею руководящих. Это сила исторически накопившейся энергии множества индивидов, сконцентрированная в ней, как в фокусе, и потому способная сломать сопротивление исторически изживших себя форм отношений человека к человеку, противодействие косных штампов, стереотипов мышления и действия, сковывающих инициативу и энергию людей.

Личность тем значительнее, чем полнее и шире представлена в ней – в её делах, в её словах, в поступках – *коллективно-всеобщая*, а вовсе не сугубо индивидуальная её неповторимость. Неповторимость подлинной личности состоит именно в том, что она по-своему открывает нечто *новое для всех*, лучше других и полнее других выражая «суть» всех других людей, своими делами раздвигая рамки наличных возможностей, открывая для всех то, что они ещё не знают, не умеют, не понимают. Её неповторимость не в том, чтобы во что бы то ни стало выпячи-

вать свою индивидуальную особенность, свою «непохожесть» на других, свою «дурную индивидуальность», а в том и только в том, что, впервые создавая (открывая) *новое вообще*, она выступает как *индивидуально выраженное всеобщее*.

Подлинная индивидуальность – личность – потому и проявляется не в манерничанье, а в умении делать то, что умеют делать все другие, но *лучше всех*, задавая всем новый эталон работы. Она рождается всегда на переднем крае развития всеобщей культуры, в создании того продукта, который становится достоянием всех, а потому и не умирает вместе со своим «органическим телом».

С этим же связана и давно установленная в философии и психологии синонимичность «личности» и «свободы». Свободы не в обывательском смысле (в смысле упрямого стремления делать то, что «мне желается»), а в смысле развитой способности преодолевать препятствия, казалось бы, неодолимые, в способности преодолевать их легко, изящно, артистично, а значит, в способности каждый раз действовать не только согласно уже известным эталонам, стереотипам, алгоритмам, но и каждый раз *индивидуально варьировать* всеобщие способы действия применительно к индивидуально-неповторимым ситуациям, особенностям материала.

Поэтому личность и есть лишь там, где есть свобода. Свобода подлинная, а не мнимая, свобода действительного развёртывания человека в реальных делах, во взаимоотношениях с другими людьми, а не в самомнении, не в удовольствии ощущения своей мнимой неповторимости.

Поэтому-то личность не только *возникает*, но и *сохраняет* себя лишь в постоянном расширении своей активности, в расширении сферы своих взаимоотношений с другими людьми и вещами, эти отношения опосредствующими. Там же, где однажды найденные, однажды завоёванные, однажды достигнутые способы жизнедеятельности начинают превращаться в очередные штампы-стереотипы, в непререкаемые и догматически зафиксированные мёртвые каноны, личность умирает заживо: незаметно для себя она тоже превращается медленно или быстро в набор таких шаблонов, лишь слегка варьируемых в незначительных деталях.

И тогда она, рано или поздно, перестаёт интересоваться и волновать другого человека, всех других людей, превращаясь в нечто повторяющееся и привычное, в нечто обычное, а в конце концов в нечто надоевшее, в нечто для другого человека безразличное, в нечто безличное – в живой труп. Психическая (личностная) смерть нередко наступает в силу этого гораздо раньше физической кончины человека, а бывшая личность, сделавшаяся неподвижной мумией, может принести людям горя даже больше, чем его натуральная смерть.

Подлинная же, живая личность всегда приносит людям естественную *радость*. И прежде всего потому, что, создавая то, что нужно и интересно всем, она делает это талантливее, легче, свободнее и артистичнее, чем это сумел бы сделать кто-то другой, волею случая оказавшийся на её месте. Тайна подлинной, а не мнимой оригинальности, яркой *человеческой индивидуальности* заключается именно в этом. Вот почему между «личностью» и «талантом» тоже правомерно поставить знак равенства, знак тождества.

<...> Вот и надо заботиться о том, чтобы построить такую систему взаимоотношений между людьми (реальных, социальных взаимоотношений), которая позволит превратить *каждого живого человека в личность*»¹.

2. Индивиды-подданные и индивиды-граждане

Каждый человек, согласно рис. 1.1 и 1.2, в той или иной мере находится *внутри* определённого *поля политики*, является его элементом и может проявляет себя в нём либо как неличностный индивид-подданный, либо как индивид-гражданин, т. е. индивид-личность. В первом случае его позиция может быть определена как подданическая политическая позиция, тогда как во втором случае – как гражданская политическая позиция (рис. 2.1).

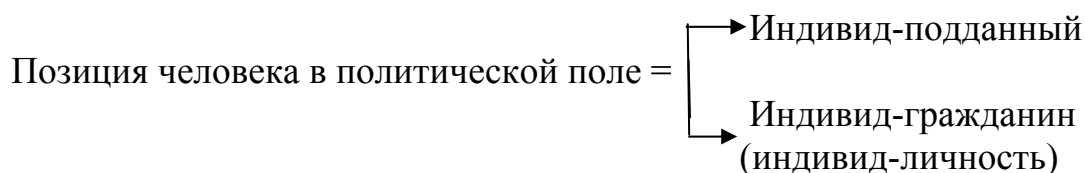


Рис. 2.1. Позиции человека в политическом поле

Индивиды-подданные и индивиды-граждане появляются на исторической арене вместе и одновременно с образованием государств, государственной власти и политики. Исторически им предшествуют индивиды-личности, индивиды-соседи индивиды-родственники и индивиды-особи (этно-индивиды), когда

Индивиды-особи (этно-индивиды) → Индивиды-родственники →
→ Индивиды-соседи → Индивиды-личности →
→ Индивиды-подданные и индивиды-граждане. (2.1)

Индивиды-подданные и индивиды-личности – это такие индивиды, которые сохраняют и несут в себе *свойства*, качества, признаки, характеристики *индивидов-особей* (этно-индивидов), *индивидов-родственников* и *индивидов-соседей*, а также могут *сохранять* и нести в себе свойства *индивидов-личностей*. Однако проявление этих свойств, как правило, в той или иной мере ограничено не только обычаями, традициями, нормами морали, общественным мнением, но и правовыми, юридическими нормами, опирающимися на органы (институты) государственной власти или их полномочных представителей. Отметим также, что уже Ж. Ж. Руссо видит различие между индивидом как частным лицом со своими частными интересами и тем же самым индивидом в качестве гражданина – члена «публичной персоны», носителя общих интересов, видит раздвоение человека как *члена общества – личность*, частное лицо, и как члена *государства – гражданина*² (или

¹ Ильенков Э. В. С чего начинается личность. С. 355–358.

² Руссо Ж. Ж Избр. М., 1961. Т. 1–3; Он же. Трактаты. М., 1969; Дворцов А. Т. Ж. Ж. Руссо. М., 1980; История политических и правовых учений / Под общей ред. В. С. Нерсисянца. 2-е изд. С. 295.

подданного. – И. Г.). И. Кант различает человека, подданного и гражданина. Характеризуя «правовой порядок» развитого, правового государства, он пишет: «Гражданское состояние, рассматриваемое только как состояние правовое, основано на следующих априорных принципах: 1) свободе каждого члена общества как человека; 2) равенстве его с каждым другим как подданного; 3) самостоятельности каждого члена общества как гражданина (курсив наш. – И. Г.)»¹, т. е. на правах человека, на законодательных гарантиях сословного равенства и на гражданских правах.

Термины «гражданство» и «подданство» используются нами в предельно широком их значении, как термины, обозначающие правовую (юридическую) принадлежность индивидов к определённому государству, их устойчивую правовую (юридическую) связь с ним, их правосубъектность. Вместе с тем, эти термины, имея определённое общее (единое) значение, выражают разные формы, способы, стороны, аспекты, разную меру правовой (юридической) связи людей с определённым государством, а также различия в их правовом статусе, или ранге. Каждый образующий государство и входящий в него индивид занимает в нём различные места и выполняет в нём различные роли, имеет различные юридические права и обязанности. Эти различия могут доходить до противоположности и тем самым в значительной мере определять различия между индивидами-гражданами и индивидами-подданными², а также отличия одних (гражданских) государств от других (подданических). Они определяют также и различия в типах политической культуры. Так, осуществлённое Г. Алмондом и С. Вербой различие, с одной стороны, гражданской политической культуры (civic political culture), активистской политической культуры, политической культуры участия (participant political culture), и, с другой стороны, подданической политической культуры, политической культуры зависимости (subject political culture)³, в значительной мере определяется, как нам представляется, су-

¹ Кант И. Соч.: В 6 т. Т. 4. Ч.2. С.79.

² Г. Гегель, проводя такое различие, пишет: «Индивид, по своим обязанностям подданный, находит в качестве гражданина в исполнении этих обязанностей защиту своей личности и собственности, внимание к особенному благу и удовлетворение его субстанциональной сущности, сознание и чувство, что он член этого целого, и в этом исполнении обязанностей как свершений и дел на пользу государства государство обретает основу своей прочности и своего пребывания» (Гегель Г. Философия права. М., 1990. С. 288). С понятием «гражданин», отмечает, например, В. Г. Смольков, особенно «после Французской буржуазной революции XVIII в.», «всё чаще ассоциировались попытки обосновать взаимоотношения между личностью и обществом, государством. «Граждане» в отличие от бессловесных, безропотных «подданных» выступали как равноправные члены общества, начинающие осознавать свои личные интересы и соотносить их с интересами общества, государства» (Смольков В. Г. Проблемы формирования гражданского общества // Социально-политические науки. 1991. № 4. С. 9). Аналогичную мысль высказывает и К. С. Гаджиев, рассматривающий «гражданина как самостоятельного, сознающего себя таковым индивида, наделённого определённым комплексом прав и свобод и в то же время несущего перед обществом моральную или иную ответственность за все свои действия» (Гаджиев К. С. Гражданское общество: концептуальный аспект // Кентавр. 1991. № 2. С. 22).

³ Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии: Пер. с англ. // Политические исследования. 1992. № 4. С. 122–134; Гомеров И. Н. Политическая культура как моделирующая система. Новосибирск, 1995. С. 63–65.

существующими различиями между индивидами-гражданами и индивидами-подданными.

Члены того или иного государства, следовательно, проявляют себя в нём либо как его граждане, либо как его подданные. В качестве *граждан* выступают индивиды, которые достигли установленного возраста и наделены установленными в данном государстве правами и обязанностями в полном объёме. **Согласно И. Канту, члены государства называются гражданами (cives), если они обладают такими основанными на законе атрибутами, как: (1) свободой не повиноваться иному закону, кроме того, на который они дали своё согласие; (2) равенством признавать стоящими выше себя только тех, на кого они могут налагать такие же правовые обязанности, какие те налагают на них; (3) самостоятельностью своего существования, т. е. способностью существовать не благодаря произволу кого-то другого, а благодаря самому себе, своим собственным силам.** В частности, отмечает И. Кант, квалификацию гражданина составляет его способность быть не просто частицей определённой общности, но и её членом, то есть её частицей, действующей по собственному произволу согласно с другими. Различая *активных* и *пассивных* членов государства, И. Кант определяет в качестве граждан тех индивидов, которые могут принадлежать не только и не столько кому-то другому, сколько сами себе, т. е. могут быть своими собственными господами. «Каждый из них сам себе господин и не зависит от абсолютной воли другого лица, равного ему или стоящего над ним». Каждый принадлежит себе, а не другому и может заключать с ним договор. Если же индивид является лишь орудием произвола в руках другого, «если он холоп...», то такой человек не может быть гражданином. Он перестаёт быть и лицом (личностью. — И. Г.). Только тот, кто является господином самого себя и волен распоряжаться собой, является личностью и правомочным субъектом, то есть гражданином. Существует, считает И. Кант, прямая связь гражданских прав индивидов с их экономической самостоятельностью и независимостью. Активное гражданское право, право участие в законотворчестве, обретают лишь те индивиды, которые не зависят от произвола остальных, обладают статусом «самодостаточности» (*sibisufficiencia*)¹. Кроме того, гражданином, в подлинном смысле этого слова, человек становится лишь тогда, когда *сознаёт и реализует свои права и обязанности*². Гражданство предполагает демократию и обусловлено ей. В качестве же *подданных* выступают индивиды, которые являются в большей мере объектами, чем контрсубъектами государственной власти. У них отсутствуют какие-либо права в отношении её субъектов. Они находятся в полном и безусловном подчинении у этих субъектов, полной и безуслов-

¹ Кант И. Соч. Т. 4. Ч. 2. С. 238, 254, 184, 84 и др.; Он же. Критика практического разума. СПб., 1995. С. 355–356; Козловски П. Общество и государство: неизбежный дуализм : Пер. с нем. М., 1998. С. 190–193. Аристотель распространял принцип самодостаточности на всё государство, определяя его как «совокупность таких (автономных, свободных и активных. — И. Г.) граждан, достаточную, вообще говоря, для самодавляющего существования» (Аристотель. Соч.: Т. 4. С. 446).

² Как пишет Л. Петражицкий, «достаточно интенсивное сознание своих прав» ставит человека наравне со всеми, поднимает «малых» до «великих мира сего», прививает человеку чувство собственного достоинства и делает его *гражданином* (см.: Петражицкий Л. Теория права и государства в связи с теорией нравственности. СПб., 1909. Т. I. С. 149–150).

ной зависимости от них. Государство в целом и, в частности, его властвующие субъекты не берут на себя никаких обязательств перед ними. Поэтому название «гражданин», как писал Д. Дидро, не подходит к ним, т. е. к тем, кто живёт в подчинении или в разобщённости¹. Подданство обязывает человека к повиновению государственной власти, к верности ей и государству, т. е. к отказу от любой деятельности, могущей пойти во вред государству² и её властвующим субъектам. Здесь, как пишет Э. В. Ильенков, все, кроме короля (или любого другого верховного правителя. – И. Г.), «другие – его «подданные» – обязаны относиться к нему как к «королю», а к себе соответственно как к «подданным»...»³. **Подданство, в отличие от гражданства, предполагает не демократию, а автократию и в значительной мере обусловлено автократией.**

Исторически подданство, как правило, возникает с образованием в позднем средневековье единых государств и развитием товарно-денежных отношений. Оно сменило вассалитет – систему договорных (!) отношений личной и поземельной зависимости одних феодалов от других, которая сформировалась в VIII–IX веках во Франкском государстве и покоилась на иерархии собственности. В России вассалитет окончательно вытесняется подданством в XV–XVI веках, когда отношения типа государь-холоп приобретают самую жёсткую форму подданства-министриалитета, который не давал возможности феодалам сохранять свои политические права и привилегии, а также гарантии против произвола монарха, как это имело место в Западной Европе, где государственное подданство развивалось преимущественно на прочном фундаменте вассальных прав и привилегий. В конце XV века уже ставится знак равенства между отношением государя всея Руси к боярину и отношением боярина к своим холопам. Хотя трансформация вассальных по своей сути отношений «князь – дружина» в отношения «князь – подданные» начинается значительно раньше – уже в XII–XIII веках, когда при князе появляется реальный административный аппарат, рекрутировавшийся из части младшей дружины и получивший название дворян, т. е. людей княжеского двора, личных слуг князя, а не его друзей и соратников («дружинников»). Смена вассалитета подданством сопровождалась соответствующими изменениями в системе ценностей, формированием во всё большей части членов государства холопского менталитета. Не случайно, что именно в XII–XIII веках в Северо-Восточной Руси возникает «Моление» и «Слово» Даниила Заточника – подлинный гимн княжеской власти. В XV веке в официальных обращениях служилых людей высокого ранга к Ивану III доминирует самоназвание «холоп твой», которое в XVII веке сознаётся уже как привилегия⁴. В государствах же Азии подданство возникает на много

¹ История в Энциклопедии Дидро и д'Аламбера / Под общ. ред. А. Д. Люблицкой. Л., 1978. С. 85.

² Бабурин С. Н. Территория государства: правовые и геополитические проблемы. М., 1997. С. 159.

³ Ильенков Э. В. Философия и культура. М., 1991. С. 405.

⁴ Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры. М., 1964. С. 199; Кобрин В. Б., Юрганов А. Л. Становление деспотического самодержавия в средневековой Руси (К постановке проблемы) // История СССР. 1991. № 4. С. 54–64; Колесницкий Н. Ф. К вопросу о германском министриалитете X–XII вв. // Средние века. М., 1961. Вып. XX. С. 38–54; Назаров В. Д. «Двор» и «дворяне» по данным Новгородского и северо-восточного летописания (XII–XIV вв.) // Восточ-

раньше и существует значительно дольше, чем в Западной Европе и России. Например, в Китае и Индии оно возникает ещё в древней истории, существует в средневековье и новое время, вплоть до новейшего времени.

Что касается гражданства, то его можно обнаружить в отдельные периоды древней истории Греции и Рима. В Западной Европе оно появляется в тех или иных формах вместе с буржуазными революциями. В России гражданство формально провозглашается весной 1917 года. В действительности же и по сей день российское государство остаётся подданическим, т. е. государством подданных, в котором почти все его члены, по сути дела, являются подданными властвующих в нём субъектов, а не их равноправными (и равнообязанными!) согражданами. В нём многие его члены ощущают, воспринимают, вспоминают, воображают, мыслят себя, действуют и высказываются преимущественно не как граждане, а как подданные.

Выделяют два основных способа приобретения гражданства или подданства. Первый – *в общем порядке*, в результате а) *рождения*, б) натурализации, укоренения, *приёма* в гражданство или подданство по просьбе заинтересованного индивида, в) *пожалования* гражданства или подданства по инициативе представителей государственной власти. Второй – *в исключительном порядке*, в результате а) *коллективной натурализации*, б) *добровольного выбора* и в) *восстановления* гражданства или подданства. Приобретение гражданства или подданства в результате рождения основано либо на *праве крови* (*jus sanguinis*), когда индивид приобретает гражданство или подданство родителей независимо от места своего рождения, либо на *праве почвы* (*jus soli*), когда индивид приобретает гражданство или подданство того государства, на территории которого он родился, независимо от гражданства родителей. Коллективное предоставление гражданства или подданства осуществляется либо при переселении на территорию данного государства большой группы граждан или подданных других государств, либо при присоединении к ней части территории других государств, либо при присоединении одного государства к другому. Кроме того, в некоторых государствах может существовать и существует право их граждан на *двойное гражданство*. Однако в любом случае, как было подчеркнуто ещё Дж. Локком, сделать людей «*подданными* (и гражданами. – И. Г.) *или членами данного государства*» может только их «*фактическое вступление в сообщество посредством положительного обязательства и непосредственно выраженного обещания и договора*. Именно... такое *согласие делает любого человека членом* какого-либо государства»¹.

Условия, формы, способы *приобретения, предоставления*, а также автоматической *утраты*, принудительного *лишения* по инициативе властных органов государства гражданства или подданства и добровольного *выхода* по просьбе заинтересованного индивида из гражданства или подданства устанавливаются преимущественно внутренним законодательством государств и частично международны-

ная Европа древности и средневековья. М., 1978. С. 104–123; Тихомиров М. Н. Российское государство XV–XVI вв. М., 1973. С. 327 и др.; Фроянов И. Я. Киевская Русь. Очерки социально-политической истории. Л., 1980. С. 93–95; Юшков С. В. Очерки по истории феодализма в Киевской Руси. М.-Л., 1939. С. 245–246.

¹ Локк Дж. Соч.: В 3 т. Т. 3. С. 334.

ми правовыми актами. Так, например, если гражданин США принял гражданство или подданство, а также принял участие в выборах в качестве кандидата на государственную должность другого государства, то он автоматически утрачивает американское гражданство.

3. Права и свободы человека и гражданина

Каждый человек, будучи членом какого-либо государства, имеет определённые права и обязанности, которые можно подразделить на естественно-человеческие, социальные, экономические, культурные (духовные, информационные) и властно-политические права и обязанности. **Естественно-человеческие права и обязанности** – это права и обязанности человека как особого естественно-природного существа. **Социальные права и обязанности** – это права и обязанности человека в сфере социальной деятельности и социальных отношениях. **Экономические права и обязанности** – это права и обязанности человека в сфере хозяйственной деятельности и хозяйственных отношениях. **Культурные (духовные) права и обязанности** – это права и обязанности человека в сфере духовной деятельности и духовных отношениях. **Властно-политические права и обязанности** – это права и обязанности человека в сфере властно-политической деятельности и властно-политических отношениях. Различают также **естественные права человека (сохраняемые и несохраняемые им в обществе или государстве) и его гражданские права**¹.

К **естественно-человеческим правам** относятся, например, права на жизнь, личную свободу и неприкосновенность, вступление в брак, создание семьи, воспитание детей, личную тайну (включая тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых телеграфных и иных сообщений), защиту чести и достоинства, свободное передвижение, выбора места пребывания и жительства. К **социальным правам** относятся, например, права на определение и указание или не указание своей национальности, социальное обеспечение, жилище, отдых, охрану здоровья, медицинскую помощь, благоприятную окружающую среду, достаточный и достойный жизненный уровень. К **экономическим правам** относятся, например, права на частную собственность, владение, пользование и распоряжение своим имуществом

¹ Например, Т. Пейн в своей работе «Права человека», написанной им в 1792 г., отмечал, что в основе всех гражданских прав лежат права естественные. Естественные права суть те, которые принадлежат человеку по праву его существования. К ним он относит все интеллектуальные права, или права духа (включая, права религии), а равно и право личности добиваться своего благоденствия и счастья, поскольку это не ущемляет естественных прав других. Гражданские же права суть те, что принадлежат человеку как члену общества. В основу каждого гражданского права положено право естественное, существующее в индивидуе, однако воспользоваться этим правом не всегда в его личных силах. Сюда относятся все права, касающиеся безопасности и защиты. Сохраняемые естественные права – это права, которые человек сохраняет после вступления его в общество и способность осуществления которых столь же совершенна в отдельном человеке, как и само право. Несохраняемые естественные права суть все те, которые человек передаёт в общий фонд как член общества, осуществление которых не вполне во власти человека (он просто не может ими воспользоваться), хотя сами эти права присущи ему от природы (см.: Пейн Т. Избр. соч. М., 1959).

(как единолично, так и совместно с другими лицами, т. е. коллективно), предпринимательскую деятельность, участие в кооперативной, акционерной, муниципальной, государственной собственности, свободное распоряжение своими способностями к труду, свободный выбор рода деятельности и профессии, защиту своих экономических интересов. К духовным правам относятся, например, права на пользование родным языком, свободный выбор языка общения, свободу мысли и слова, совести и вероисповедания, образование, художественное творчество, доступ к культурным ценностям, искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. К властно-политическим правам относятся, например, права на гражданство, участие в деятельности органов государственной власти и управлении государственными делами, создание политических организаций, проведение собраний, митингов, демонстраций, пикетов, избрание своих представителей в органы государственной власти, обращение в эти органы с жалобами и обращениями. При этом следует учитывать, что естественно-человеческие права индивида-личности как члена общества стоят выше прав индивида-гражданина или индивида-подданного как члена государства¹.

Б. Констан отвечая на свой собственный вопрос, какой смысл вкладывают в содержание понятия свободы его современники англичане, французы или североамериканцы, по сути дела сводит его к личной независимости членов государства, которая обеспечивается их личными правами и «есть первейшая из современных потребностей». В числе этих прав: право каждого подчиняться одним только законам, не быть подвергнутым ни дурному обращению, ни аресту, ни заключению, ни смертной казни вследствие произвола одного или нескольких индивидов; право каждого высказывать своё мнение, выбирать себе дело и заниматься им; право распоряжаться своей собственностью, даже злоупотребляя ею; право не испрашивать разрешения для своих передвижений и не отчитываться ни перед кем в мотивах своих поступков; право каждого объединяться с другими индивидами либо для обсуждения своих интересов, либо для отправления культа, избранного им и его единомышленниками, либо просто для того, чтобы заполнить свои дни и часы соответственно своим наклонностям и фантазиям; право каждого влиять на осуществление правления либо путём назначения всех или некоторых чиновников, либо посредством представительства, петиций, запросов, которые власть в той или иной мере принуждена учитывать. При этом никто не имеет права сослать гражданина, если он не осуждён обычным судом в соответствии с писанным законом, наказывающим ссылкой за действия, в котором данный гражданин виновен. Никто не имеет права изгнать гражданина с его родины, собственника – с его земель, оторвать торговца от его занятий, супруга – от супруги, отца – от детей, писателя – от его глубоких размышлений, старика – от его привычек².

В. С. Соловьёв одним из первых в Европе формулирует идею «права на достойное существование»: «Чтобы всякий человек имел не только обеспеченные средства к существованию (т.е. одежду и жилище с теплом и воздухом) и доста-

¹ По мнению Ж. Виделя (Vedel), государство не является единственным источником права, так как права личности предшествуют ему, стоят выше государства и последние не вправе их нарушать (см.: *Vedel G. Manuel elementaire de droit constitutionnel*. P., 1949. P. 177).

² Констан Б. Указ. соч.

точный физический *отдых*, но чтобы он мог также пользоваться *досугом* для своего духовного совершенствования»¹. Её подхватывают П. Н. Новгородцев (глава московской школы философии права), Л. Петражицкий (основатель влиятельной петербургской правовой школы), другие мыслители. Из этой идеи В. С. Соловьёв выводит также право на защиту естественной среды обитания человека, на запрет бесконтрольного «завоевания» природы энергичными, но бессовестными предпринимателями. Б. А. Кистяковский, С. И. Гессен² выдвигают идею такого расширения прав человека, которое могло бы привести к «социалистическому правовому государству»³.

Значительная часть этих прав закреплена в Конституции Российской Федерации (гл. 2)⁴, конституциях других государств. Так, Билль о правах Конституции США, в основу которого была положена Вирджинская декларация (1776 г.), гарантирует гражданам США право на свободу исповедания, слова, печати, право мирно собираться и обращаться к правительству с жалобами, хранить и носить оружие, на охрану личности, жилища, бумаг и имущества от необоснованных обысков и арестов, на скорый и публичный суд. При этом перечисление в Конституции определённых прав не должно толковаться как отрицание или умаление других прав. Конституция 1949 г. ФРГ определяет в качестве основных прав граждан право свободно выражать и распространять своё мнение устно, письменно и посредством изображений, беспрепятственно получать информацию из общедоступных источников. Все немцы имеют право мирно собираться без предварительного извещения или разрешения, создавать союзы и общества, свободно избирать профессию, место работы и учёбы⁵.

Права граждан закреплены различными международными актами. Так, **10 декабря 1948 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла Всеобщую декларацию прав человека**. Она отличается от традиционных актов о правах человека, которые содержатся в различных законах XVIII, XIX и начала XX вв., поскольку в ней речь идёт не только о конституционных гражданских и *политических* правах, но и группе прав, которые стали *экономическими, социальными и культурными* правами⁶.

Позднее, **4 ноября 1950 г. в Риме была принята Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод (ЕКПЧ), к которой в 1996 г. присоединилась Россия**. Согласно этой Конвенции, правительства должны обеспечить каждому лицу, находящемуся под их юрисдикцией, определённые права и свободы. В частности, они должны обеспечить право на свободу и личную неприкосно-

¹ Соловьёв В.С. Собр. соч. Т. VII. С. 355.

² Один из участников подготовки проекта принятой ООН в 1948 г. Всеобщей Декларации Прав Человека (наряду с Ганди, Жаком Маритеном, Гарольдом Ласки, Бенедетто Кроче, Тейяр де Шарденом и другими мыслителями).

³ Кистяковский Б. А. Государство правовое и социалистическое; Гессен С. И. Проблема правового социализма // Современные записки. Кн. 22–31. Париж, 1924–1927.

⁴ Конституция Российской Федерации. М., 1993.

⁵ Конституция Соединённых Штатов Америки. Поправка I, II, IV, VI и др.; Основной закон Федеративной Республики Германии 23 мая 1949 г. Ст. 5, 8, 9, 12.

⁶ Деятельность Организации Объединённых Наций в области прав человека. Нью-Йорк, 1974. С. 10.

венность, свободу менять свою религию или убеждения, свободу выражения своего мнения, собраний и ассоциации с другими, право вступать в брак и создавать семью¹.

Комплекс всех прав, которые перечисляются во Всеобщей Декларации и Европейской Конвенции, составляет идеал свободного человека. Не соблюдение указанных прав лишает его этой свободы, так как «человек, лишённый прав *экономических, социальных* и прав в области *культуры* (курсив наш.— И. Г.), не является более той личностью, которую Всеобщая декларация рассматривает в качестве идеала свободного человека»².

Законодательство большинства современных государств закрепляет за всеми гражданами равные права и обязанности независимо от их пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным группам, объединениям и организациям. Некоторые из этих прав, прежде всего, основные естественно-человеческие права признаются принадлежащими каждому от рождения и *неотчуждаемыми*³. На практике же, как известно, эти и многие другие установленные законодательством (в том числе, конституциями) положения нередко *нарушаются*. Поэтому во многих современных государствах предусматриваются определённые меры по защите прав граждан.

Важнейшим средством защиты прав граждан является *судебная защита*. В случае нарушения их прав, граждане могут обращаться в суд. М. Зандер, сопоставляя различные формы защиты прав граждан в Великобритании, пришёл к выводу, что судебная защита является наиболее эффективной, так как поданный в суд иск гражданина подлежит обязательному рассмотрению, а обращение к министру, депутату парламента или в прессу может быть проигнорировано. Кроме того, судебное разбирательство обычно проводится публично, открыто. Если решение суда вынесено в пользу гражданина, то оно должно выполняться. Даже проигрывая дело в суде, гражданин может получить поддержку других граждан, прессы, политической оппозиции или даже членов правительства⁴. Всё большую роль в защите прав человека начинают играть международные суды. Так, в 1959 г. был создан Европейский суд по правам человека. Его численность определяется числом государств-членов Совета Европы: по одному от каждого государства-члена. Судьи избираются Парламентской ассамблеей сроком на десять лет из списка, представленного правительствами государств-участников, и могут переизбираться. Суд разрешает споры, связанные с толкованием и применением Европейской Конвенции 1950 г., выносит консультативные заключения, рассматривает индивидуальные петиции после рассмотрения их Европейской комиссией по правам человека и Комитетом министров. Его решения обязательны для государств-участников. Однако в Российской Федерации, да и многих других государствах

¹ *Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод*. Ст. 1, 5, 9, 10, 11, 12.

² *Резолюция* Генеральной Ассамблеи ООН 40/114 от 16 декабря 1985 г.

³ См., например: Ст. 17, 19 Конституции Российской Федерации.

⁴ *Зандер М.* Конституционные меры по совершенствованию защиты прав человека // Современный конституционализм (по материалам советско-британского симпозиума). М., 1990. С. 126–133.

судебная система, как правило, настолько громоздка и длительна, что существенно снижает возможность граждан защищать через неё свои права.

Гражданином в полном объёме своих прав и обязанностей человек, как правило, становится по достижении определённого установленного законом возраста¹, когда его дееспособность признаётся государством также в полном объёме. Правоспособность же гражданина возникает с момента его рождения. Иногда закон признаёт возможность иметь гражданские права за ещё не родившимся человеком. Так, ребёнок наследователя, родившийся после его смерти, признаётся наследником по закону. Наследником по закону может быть любое лицо, зачатое до смерти наследователя и родившееся после его смерти. Момент рождения определяется в соответствии с данными медицинской науки и регистрируется как акт гражданского состояния². Человека нельзя лишить гражданства иначе как по закону. Например, Конституция ФРГ гласит: «Никого нельзя лишить германского гражданства. Утрата гражданства может последовать только на основании закона, а против воли заинтересованного лица – лишь в том случае, если оно тем самым не становится лицом без гражданства»³. Ограничения гражданства, то есть правосубъектности (в том числе, правоспособности и дееспособности), допустимы исключительно только в случаях и порядке, предусмотренных законом.

В определённых законом случаях тот или иной индивид имеет право отказаться от гражданства одного государства и тем самым выйти из него, либо приняв гражданство или подданство другого государства и войдя в его состав, либо став лицом без гражданства. В отдельных государствах, в частности в Российской Федерации, допускается двойное гражданство, когда гражданин одного государства может иметь ещё и гражданство другого государства. Здесь иностранные граждане и лица без гражданства пользуются гражданской правоспособностью наравне с российскими гражданами, но она может быть ограничена в установленном законом объёме и порядке, например, они не имеют избирательных прав. Во всех этих случаях индивиды действуют более или менее добровольно. Тем не менее, они, как правило, не могут быть вне государства и всегда несут перед ним соответствующие обязанности, даже не будучи его гражданином или подданным. *Не добровольность* индивидов и их множеств (общностей, объединений, организаций) по отношению к тому или иному государству, а их *обязательность* перед ним, *зависимость* от него определяет его особенность как организации.

Все граждане или подданные, а также находящиеся на территории данного государства иностранцы, т. е. граждане других государств, и лица без гражданства выступают в качестве контрсубъектов государственной власти. Все они определённым образом соотнесены с властными органами государства, имеют с ними и их субъектами достаточно устойчивые отношения. Все они имеют по отношению

¹ Например, Т. Гоббс отмечал, что человек становится гражданином «после достижения... зрелости» (Гоббс Т. Соч.: В 2 т. Т. 1. С. 71). В Российской Федерации, согласно её Конституции (ст. 60), гражданин может самостоятельно осуществлять в полном объёме свои права и обязанности с 18 лет (см.: Конституция Российской Федерации. С. 20), хотя, как известно, определённые юридические права и обязанности несут и несовершеннолетние, начиная с рождения.

² Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части первой / Отв. ред. О. Н. Садилов. С. 39.

³ См.: Основной закон Федеративной Республики Германии 23 мая 1949 г. Ст. 16.

к ним определённые обязанности. Среди обязанностей, которые имеют индивиды в государстве, особое место занимает их *обязанность подчиняться субъектам государственной власти*, её органам, учреждениям, отдельным представителям. Это – важнейший признак государственности, гражданства и подданства, важнейшее условие функционирования людей в качестве членов государства, его граждан или подданных¹. Именно обязанность граждан или подданных подчиняться государственной власти обеспечивает мир между ними².

Кроме того, граждане или подданные *обязаны платить налоги*. На них, как считает Т. Гоббс, возлагается «бремя государственных расходов», «общественных повинностей» или налогов, которые «есть не что иное, как плата за предоставляемый им мир» и другие получаемые ими от государства преимущества³. В подавляющем большинстве государств граждане, достигшие определённого возраста, обязаны нести *воинскую повинность*. Так, в ФРГ мужчины, достигшие 18-летнего возраста, могут призываться на службу в Вооружённые силы, федеральную пограничную охрану или части гражданской обороны. Лица, отказавшиеся нести военную службу с оружием по мотивам вероисповедания, обязаны нести службу, её заменяющую⁴. В Конституции Российской Федерации (ст. 59) записано, что защита Отечества является долгом и обязанностью граждан, которые имеют право на замену военной службы альтернативной гражданской службой. В ней также закреплено, что каждый гражданин обязан *не нарушать права других лиц* (ст. 17), *платить* законно установленные *налоги и сборы* (ст. 57), *сохранять природу* и окружающую среду, бережно относиться к природным богатствам (ст. 58), *заботиться о детях* и их воспитании (ст. 38), *сохранении исторического и культурного наследия*, беречь памятники истории и культуры (ст. 44). Конституция Японии устанавливает обязанность *трудиться* (ст. 27). К естественно-человеческим обязанностям, законодательно закреплённым и обеспеченным государством, относятся также, например, обязанности *не убивать, не ущемлять личную свободу* и неприкосновенность *других людей, не красть* и другие.

По И. Канту, обязанности подразделяются на «*правовые обязанности*, т. е. такие, для которых возможно внешнее законодательство, либо *обязанности добродетели*, для которых такое законодательство невозможно; обязанности добродетели лишь потому не могут быть подчинены никакому внешнему законодательству, что не преследуют цель; а ставить перед собой цель – это нечто такое, что не может быть вызвано каким-либо внешним законодательством (потому что это –

¹ «Установление государства, – пишет Т. Гоббс, – было бы бессмысленным, если бы граждане (или подданные. – *И. Г.*) никакими соглашениями не были бы обязаны делать или не делать то, что государство повелевает им делать или не делать», «без повиновения право власти не имело бы силы и соответственно государства вообще не существовало бы» (*Гоббс Т. Соч.: В 2 т. Т. 1. С. 353, 341*).

² По Т. Гоббсу, мир между гражданами (в отличие от мира между всеми другими людьми) или подданными (добавим мы) поддерживается «не спорами, а силою власти», так как граждане (или подданные. – *И. Г.*) подчиняются (по «своим собственным решениям» или по воле властителя) «господству одного человека или собрания людей, наделённых верховной властью» (*Там же. С. 277, 332, 341*).

³ *Там же. С. 405–406.*

⁴ *Основной закон Федеративной Республики Германии 23 мая 1949 г. Ст. 12а.*

внутренний духовный акт)»¹. Всеобщий, целенаправленный и принудительный характер правовых обязанностей – главное их отличие от обязанностей добродетели (нравственности).

4. Уровни и характер участия человека в политике

Находясь внутри поля политики, человек может занять по отношению к ней либо *пассивную позицию*, либо более или менее *активную позицию её участника*.

Занимая пассивную позицию, человек проявляет определённую политическую апатию, которая может быть вызвана либо низким уровнем развития существующей политической системы, либо неприятием им её содержания и формы, например, её недемократичностью (авторитарностью) или её чрезмерной заорганизованностью (регламентацией), результатом чего является его отчуждение от политики.

Занимая активную позицию, человек может осуществлять либо политический бойкот как форму активного выражения (проявления) своей враждебности к существующей политической системе, либо осуществлять, согласно формуле 1.2, определённую политическую деятельность и вступать в определённые политические отношения с другими её участниками. При этом уровень участия в политике, уровень осуществления политической деятельности и проявления политических отношений может быть различным. В частности, можно выделить следующие уровни участие человека в политике:

1) **уровень импульсивно-эпизодического² участия**, на котором осуществляется импульсивное и эпизодическое (нерегулярное, осуществляемое от случая к случаю) участие человека в политике, представляющее собой его положительную или отрицательную ответную реакцию на импульсы, исходящие от политической системы, её институтов или их представителей;

2) **уровень эксклюзивно-периодического³ участия**, характеризующийся относительно самостоятельным и периодическим, но ограниченным (исключительным, редким – один раз в два-четыре года) участием человека в отдельных (единичных) политических акциях, прежде всего в выборах государственных должностных лиц;

3) **уровень эксклюзивно-опосредствованного участия**, характеризующийся относительно регулярным (периодическим, более или менее частым – один-два раза в год), но ограниченным (исключительным) и несамостоятельным участием человека в отдельных (единичных) политических акциях, организуемых неполитическими организациями (профсоюзами, молодёжными, ветеранскими или иными организациями);

4) **уровень непосредственного постоянного непрофессионального участия**, характеризующийся непосредственным, постоянным, но непрофессио-

¹ Кант И. Соч.: В 6 т. Т. 4. Ч. 2. С. 149.

² От лат. *impulsus* («удар, толчок, стремление, порыв, побудительная причина, побуждение») и греч. *episodion*, букв. – «вставка», т. е. случайный.

³ От англ. *exclusive* – «исключительный, особый, замкнутый, с ограниченным доступом».

нальным участием человека в деятельности политических партии, членами или сторонниками которой они являются;

5) уровень общественно-деятельного участия, характеризующийся тем, что человек, будучи видным общественным деятелем, руководителем или лидером крупной неполитической общественной организации, более или менее регулярно участвует в политике;

6) уровень профессионально-политического участия, характеризующийся постоянным и профессиональным участием человека в политике, которая является для него профессией и смыслом жизни, когда он обладает необходимыми для этого знаниями, умениями и навыками, получает за свою деятельность материальное (как правило, денежное) вознаграждение;

7) уровень политического руководства или политического лидерства, характеризующийся тем, что человек является либо политическим руководителем, руководящим (управляющим) политической деятельностью других людей, либо политическими лидерами, ведущими за собой других людей.

Отметим при этом, что интерес российских людей к политике не слишком высок. Так, при опросе 1500 россиян-респондентов, проведённом Фондом «Общественное мнение» 24–25 июня 2006 года в 100 населённых пунктах 46 областей, краёв и республик России, 39 % опрошенных заявили, что интересуются политикой, большинство же (58 %), по их словам, политикой не интересуются¹.

Такая картина сложилась не сегодня. Распределение ответов на этот вопрос практически не изменилось с октября 2004 года. Политикой традиционно в большей мере интересуются люди с высшим образованием (59 %), представители старшей возрастной группы (49 %), а также лица с относительно высокими доходами (48 %). На вопрос «Одни люди интересуются политикой, а другие не интересуются. А Вы лично интересуетесь или не интересуетесь политикой?» были получены следующие ответы (рис. 4.1).

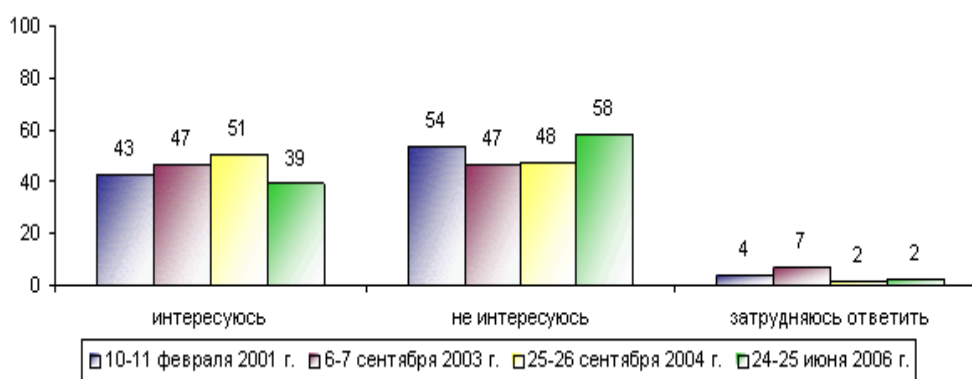


Рис. 4.1. Интерес россиян к политике

Меньше всего политикой интересуются молодые россияне, хотя большинство (69 %) из 1500 россиян, опрошенных Фондом «Общественное мнение» 17–18 мая 2008 года в 100 населённых пунктах 46 областей, краёв и республик Рос-

¹ Бавин П. Политика в СМИ. 29.06.2006 [отчёт] [Опрос населения] [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_pol/dd062522.

сии, признают важность того, чтобы молодежь – те, кому не более 25 лет, – участвовала в политической жизни страны. Только 16 % респондентов считают, что это не нужно (и такое же число затруднились ответить на вопрос). Причем доля признающих участие молодежи в политике нужным несколько возросла по сравнению с 2005 годом. Тогда на аналогичный вопрос 62 % ответили, что участие молодежи в политике нужно, 18 % – что не нужно и 20 % затруднились ответить. В то же время молодые граждане России, судя по данным опроса, не слишком интересуются политикой. Так, только 11 % россиян считают, что среди людей моложе 25 лет этой сферой интересуются многие, 53 % думают, что немногие, а 22 % – что среди молодежи интересующихся политикой нет совсем (14 % респондентов затруднились ответить на этот вопрос). Люди старшего поколения (в возрасте от 55 лет) еще ниже оценивают интерес молодежи к политике: 28 % из них считают, что эта сторона социальной жизни безразлична всем молодым, 42 % – что внимание ей уделяют немногие и только 7 % – что многие. Молодые же респонденты (18–35 лет) в большинстве своем (63 %) считают, что небольшое число интересующихся политикой среди людей моложе 25 лет все-таки есть; по мнению 14 %, ею интересуются многие молодые люди, а 13 % говорят, что таких нет вообще. Кто же те немногочисленные представители молодого поколения, которые не просто интересуются политическими вопросами, но «идут в политику»? Отвечая на данный открытый вопрос, респонденты чаще всего (20 %) высказывали мнение, что это обычно умные и образованные молодые люди: *«которые более образованные, с высшим образованием»*; *«образованные, разносторонне развитые люди»*; *«продвинутая молодежь»*; *«сильно заумные»*. Некоторые россияне (6 %) считают, что политикой занимаются молодые карьеристы в поиске выгод: *«махровые карьеристы»*; *«кто хочет добиться денег и власти»*; *«выскочки, кто хочет в высшие круги попасть»*. Другие респонденты, напротив, полагают, что таким молодым людям безразлична судьба России: *«патриоты-бессребреники»*; *«кому безразлично положение в стране»*; *«те, для кого слово “Родина” – не пустой звук»* (5 %). Также звучало мнение, что политикой занимаются обеспеченные молодые люди либо дети влиятельных родителей: *«кто живет в достатке»*; *«дети политиков, бизнесменов – династии, со стороны дети не придут»*; *«дети олигархов»*; *«депутатские детки»*; *«у кого родственники в политике – сын Жириновского, дочь Ельцина»* (4 %). Что касается личностных качеств, присущих «политизированной» молодежи, то в числе таковых респонденты называли чаще всего активность, целеустремленность и схожие характеристики: *«активные»*; *«инициативные»*; *«энергичные»*; *«бойкие»*; *«предприимчивые молодые люди»*; *«целеустремленные»*; *«деловые»*; *«серьезные»*; *«уверенные в своих силах»*; *«ответственные»* (7 %). Наконец, небольшая часть респондентов сказали, что в политику идут самые разные, любые молодые люди – все, кто хочет: *«из любой прослойки общества»*; *«всякие»*; *«все»*; *«обычные молодые люди»*; *«разные»*; *«любые»*; *«кто этого хочет»* (2 %). Большинство россиян (51 %) считает, что молодые люди до 25 лет способны создавать собственные политические организации. Противоположной точки зрения придерживаются 27 % респондентов (22 % не смогли ответить на этот вопрос). Выше оценивают политические и организаторские способности

молодежи сами молодые люди (среди них 57 % дали ответ «способны», и 24 % – «не способны»), люди с высшим образованием (60 и 26 % соответственно) и жители Москвы (64 и 23 % соответственно). Тем не менее, молодежные политические организации не слишком известны среди рядовых россиян. Отвечая на открытый вопрос, какие молодежные организации они знают, 13 % респондентов вспомнили движение «Наши», 5 % – «Молодую гвардию Единой России», 2 % – скинхедов, и по 1 % – «Идущих вместе», Национал-большевистскую партию, РНЕ, «Молодую Россию» и некоторые другие организации. Три четверти респондентов – 75 % – затруднились назвать какие бы то ни было молодежные организации, а 1 % считают, что таковых нет вовсе. Две трети опрошенных россиян (66 %) разделяют мнение, согласно которому государство должно оказывать помощь молодежным организациям, а 19 % считают, что ему следует ограничиться контролем за тем, чтобы эти организации действовали в рамках закона. Остальные 16 % не смогли определить, какая из этих точек зрения им кажется более убедительной. Небезынтересна динамика ответов на вопрос, должна ли молодежь создавать свои собственные организации, или же молодые должны присоединяться к партиям и движениям, созданным старшими. В 2005 году 40 % респондентов ответили, что молодежь должна создавать собственные политические организации, а 33 % – что молодым лучше идти по стопам старших (затруднились с ответом тогда 27 % участников опроса). В этом году соотношение поменялось: 32 % опрошенных выбрали первую точку зрения, а 42% – вторую (число затруднившихся ответить не изменилось), т. е. идея «межпоколенческой преемственности» в политической деятельности стала несколько преобладать¹.

Л. Милбрат (Milbrath) и М. Гоэл (Goel) делят всех граждан США, способных принять участие в политике, на три категории: «гладиаторов» – более или менее активно вовлечённых в политику; «наблюдателей», принимающих участие в политике; «безразличных» – лиц, вообще не вовлечённых в политику. По их расчетам, «гладиаторы» составляют всего около 5–10 % взрослого населения США, «наблюдатели» – примерно 60 % и «безразличные» – 30–35 %². Согласно Г. Боуну (Bone) и О. Рэнни (Ronney), американские граждане распадаются на шесть категорий: «активисты-организаторы», составляющие менее 1 % взрослого населения США; «содействующие» (около 5 %); лидеры общественного мнения (около 25 %); «избиратели» (25–30 %); «неголосующие» (30–40 %) и «аполитичные» (3–7 %)³. М. Олсен (Olsen) выделяет «политических лидеров» (3 %), «активистов» (14 %), «коммуникаторов» (13 %), «граждан» (30 %), «маргиналов» (18 %) и «изолированных» (22 %)⁴.

Особый интерес для политологии имеет типология индивидов, основанная на их *отношении к их собственному бытию*, к существующему в нём положению

¹ Васильева Е. Молодёжь в политике. 22.05.2008 [отчёт] [Опрос населения]. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom0820/d82024>.

² Milbrath L. W., Goel M. L. Political Participation. Chicago, 1977.

³ Bone N. A., Ronney A. Political and Voters. N. Y., 1976.

⁴ Olsen M. E. Model of Political Participation Sociology // J. of Political and Military Sociology. 1973. № 1; Баталов Э. Я. Указ. соч. С. 193–194.

вещей, идей и людей, в том числе к их собственному положению в нём, существующим между ними отношениям. Используя данный критерий можно выделить следующие типы индивидов.

Во-первых, «реакционеров» – тех, кто неудовлетворён существующим бытием, желает его изменения в регрессивном направлении, устремленном в прошлое, например, к временам сталинщины или царизма. Они либо активно участвуют в практической или вербальной (словесной) деятельности по этому изменению (назовём первых «активными реакционерами-практиками», а вторых «активными реакционерами-трибунами»), либо молчаливо-пассивно сочувствуют «активным реакционерам» (назовём их «пассивными реакционерами»).

Во-вторых, «консерваторов» – тех, кто удовлетворён существующим бытием, желает его стабилизации, сохранения в неизменном, «законсервированном» виде. Одни из них либо активно участвуют в практической или вербальной деятельности в данном направлении (назовём первых «активными консерваторами-практиками», а вторых – «активными консерваторами-трибунами»), либо молчаливо-пассивно сочувствуют «активным консерваторам» (назовём их «пассивными консерваторами»).

В-третьих, «реформаторов» – тех, кто неудовлетворён существующим бытием, желает его постепенного, иногда достаточно глубокого и последовательного преобразования в прогрессивном – устремленном в будущее – направлении ненасильственными методами. Одни из них либо активно участвуют в практической или вербальной деятельности по этому преобразованию (назовём первых «активными реформаторами-практиками», а вторых – «активными реформаторами-трибунами»), либо молчаливо-пассивно сочувствуют «активным реформаторам» (назовём их «пассивными реформаторами»).

В-четвёртых, «революционеров» – тех, кто неудовлетворён существующим бытием, желает его немедленного разрушения и создания вместо него нового, прогрессивного, т. е. устремленного в будущее, бытия на основе использования не только ненасильственных, но и в случае необходимости насильственных методов. Они могут либо активно участвовать в практической или вербальной деятельности в данном направлении (назовём первых «активными революционерами-практиками», а вторых – «активными революционерами-трибунами»), либо молчаливо-пассивно сочувствовать «активным революционерам» (назовём их «пассивными революционерами»).

В-пятых, «нейтральных» – тех, кто безразличен, нейтрален к существующему бытию, не определил своё отношение к нему и не желает делать этого, занимает промежуточное место между пассивными реакционерами, консерваторами, с одной стороны, и пассивными реформаторами, революционерами, с другой стороны, или более пассивную позицию, чем пассивные реакционеры, консерваторы и революционеры. Они, тем не менее, склонны в определённых ситуациях, в частности в ситуации неустойчивости, или нестабильности, к активным деструктивным действиям или высказываниям и импульсивной (неосознанной) поддержке либо активных реакционеров, либо активных революционеров.

Данные исследований показывают, что в России «реакционеров» примерно 17 %, «консерваторов» – 33 % (1/3), «реформаторов» – 10–11 %, и «революционеров»

– 10–11 %, «нейтральных» («болото») – 28 %. Поэтому социальная база реформаторов в России крайне мала.



Рис. 4.2. Типы индивидов

Позиция реакционеров, консерваторов, реформаторов и революционеров может быть либо умеренной, либо умеренно-радикальной, либо радикальной, а позиция реакционеров и революционеров – еще и экстремистской. Поэтому активные индивиды – и практики, и трибуны – подразделяются на следующий ряд последовательно расположенный ряд подтипов: **реакционеры-экстремисты – радикальные реакционеры – умеренно-радикальные реакционеры – умеренные реакционеры – радикальные консерваторы – умеренно-радикальные консерваторы – умеренные консерваторы – умеренные реформаторы – умеренно-радикальные реформаторы – радикальные реформаторы – умеренные революционеры – умеренно-радикальные революционеры – радикальные революционеры – революционеры-экстремисты.** Однако между ними нет непроходимой грани. Представители одних подтипов или даже типов могут переходить в другие, например: умеренные реформаторы – в умеренные консерваторы или умеренно-радикальные реформаторы, умеренные консерваторы – в умеренные реформаторы или умеренно-радикальные консерваторы, радикальные реформаторы – в умеренные революционеры или умеренно-радикальные реформаторы, умеренные революционеры – в радикальные реформаторы или умеренно-радикальные революционеры и т. д., а крайности (реакционеры-экстремисты и революционеры-экстремисты) – сходиться друг с другом. Пассивные индивиды – пассивные реакционеры, консерваторы, реформаторы и революционеры – составляют, как правило, основную базу пополнения, во-первых, «нейтральных» индивидов, во-вторых, тех или иных подтипов активных индивидов, когда пассивные реакционеры, консерваторы, реформаторы и революционеры могут стать соответственно – активными реакционерами, консерваторами, реформаторами и революционерами. Но точно также некоторые представители активных индивидов – как умеренных и умеренно-радикальных, так и радикальных, а порой и экстремистских – могут перейти в разряд пассивных, а затем и «нейтральных». Индивиды, активные в одном отношении, могут быть пассивными в другом отношении и, наоборот, индивиды, пассивные в одном отношении, могут оказаться активными в другом отношении. Следует также отметить, что среди различных подтипов активных и пассивных

индивидов есть «устойчивые», «постоянные», отличающиеся устойчивостью своих позиций, остающиеся в своих типологических группах и подгруппах, и «переменчивые», «неустойчивые», отличающиеся частой переменчивостью своих позиций, периодически переходящие из одной позиции в другую. В силу этого первые сохраняют «приверженность» или «лояльность» определенной позиции, а вторые не сохраняют её. У первых склонность к догматизму, то есть неспособность к самокритике, преобладает над творческим началом, а у вторых, наоборот, творческое начало, в том числе способность к самокритике, преобладает над догматизмом. Первые – скорее утописты, чем реалисты, вторые – скорее реалисты, чем утописты.

5. Политические лидеры и политические руководители

Человеческие индивиды и коллективы могут дифференцироваться *по их месту* (положению) *в системе хозяйственно-экономических отношений* на хозяев и слуг, работодателей и наёмных работников. Они могут дифференцироваться *по их месту* (положению) *во властно-управленческих отношениях*, когда одни из них являются субъектами власти или начальниками (руководителями, управляющими, менеджерами), тогда как другие – контрсубъектами власти или подчинёнными (управляемыми). Они могут дифференцироваться *по их месту* (положению) *в системе лидерских отношений*¹, когда одни из них занимают в ней место (положение) ведущего, или лидера², тогда как другие – место (положение) ведомого, последователя³, приверженца, или, как иногда говорят, конституента⁴. Поэтому наиболее известными формами проявления субъектности в политике является политическое лидерство⁵ (обозначим его символом ЛДп⁶) и политическое руководство, или политический менеджмент (обозначим его символом РКп⁷).

Отметим при этом, что в науке существуют различные теории политического лидерства и политического руководства. Так, в современной науке существуют несколько *теорий политического лидерства и политического руководства*: «теория черт» (Э. Богардус), теория определяющей роли конституента (Ф. Стэнфорд, У. Липпман, С. Хаддлинстон), ситуационная (Ф. Фидлер, Р. Стогдилл, Т.

¹ О природе лидерства, лидерских отношений см., например: *Блондель Ж.* Политическое лидерство. Путь к всеобщему анализу: Пер. с англ. М., 1992; *Минделл А.* Лидер как мастер единоборства (введение в психологию демократии): Пер. с англ. М., 1993. Ч. I–II; *Парыгин Б. Д.* Руководство и лидерство. Л., 1973; *Шейнов В. П.* Психология лидерства, влияния, власти. 2- изд. Минск, 2008; *Tucker R. C.* Politics as Leadership. Columbia, 1981; *Hermann M. G.* Political Psychology. San Francisco, 1986.

² Англ. *leader* – «ведущий».

³ *Трофимов М. И.* Политическое лидерство // Социально-политические науки. 1991. № 12. С. 37–38.

⁴ *Херманн М. Дж.* Стили лидерства в формировании внешней политики // Политические исследования. 1991. № 1. С. 91.

⁵ От англ. *leadership* – «руководство; водительство».

⁶ Начальные согласные буквы слов «лидерство» и «политическое».

⁷ Начальные согласные буквы слов «руководство» и «политическое».

Хилтон, Дж. Симпсон, Дж. Ингер), синтетическая. Первая теория выводит природу политического лидерства и политического руководителя из особенностей черт характера соответственно политического лидера и политического руководителя – субъекта политического лидерства и субъекта политического руководства, когда

$$\begin{array}{c} \swarrow \\ C_{\Pi} \longleftrightarrow C'_{\Pi}. \end{array} \quad (5.1).$$

вторая теория – из особенностей черт характера контрсубъекта (конституента) политического лидера и политического руководителя, когда

$$C_{\Pi} \longleftrightarrow \begin{array}{c} \swarrow \\ C'_{\Pi}. \end{array} \quad (5.2).$$

третья теория – из политической ситуации, в которой возникает и осуществляется политическое лидерство и политическое руководство, когда

$$\begin{array}{c} C_{\Pi} \longleftrightarrow C'_{\Pi}. \\ \searrow \quad \swarrow \\ \text{Ситуация} \end{array} \quad (5.3).$$

четвёртая теория – синтезирует в себе предшествующие три подхода.

$$\begin{array}{c} \swarrow \quad \swarrow \\ C_{\Pi} \longleftrightarrow C'_{\Pi}. \\ \searrow \quad \searrow \\ \text{Ситуация} \end{array} \quad (5.4).$$

Синтетическая теория может быть теорией, которая, учитывая все три подхода – теорию черт, теорию конституента и ситуационную теорию, может учитывать также и то, что *политическое лидерство и политическое руководство – это особые формы проявления политических отношений*, когда

$$\begin{array}{c} \swarrow \quad \downarrow \quad \swarrow \\ C_{\Pi} \longleftrightarrow C'_{\Pi}. \\ \searrow \quad \searrow \\ \text{Ситуация} \end{array} \quad (5.5).$$

Политическое лидерство и политическое руководство – это *высшие формы участия людей в политике* и специфический тип политических отношений между её субъектами и контрсубъектами. Как и любые другие проявления политических отношений, они предполагают наличие соответствующих политических субъектов и контрсубъектов и соответствующей политической деятельности каждого из них. Нет, и не может быть субъектов политического лидерства без его контрсубъектов, точно так же как нет, и не может быть субъектов политического руководства без его контрсубъектов. И наоборот, нет, и не может быть контрсубъектов политического лидерства без его субъектов, равно как нет, и не может быть контрсубъектов

политического руководства без его субъектов. Поскольку данные субъекты и контрсубъекты могут быть как индивидуальными – индивидами-личностями, так и коллективными – политическими группами, коллективами, то и проявление этих отношений может иметь форму межличностного, личностно-группового и межгруппового политического лидерства и политического руководства. В первом случае и субъектом, и контрсубъектом политического лидерства и политического руководства являются индивиды-личности. Во втором случае их субъектом является индивид-личность, а контрсубъектом – та или иная политическая группа, тот или иной политический коллектив. В третьем случае и их субъектом, и их контрсубъектом являются политические группы, коллективы. Поскольку все эти отношения могут осуществляться в пределах определённых малых, небольших, больших, сверхбольших или гипербольших политических групп, коллективов, то в этом случае все они могут иметь форму внутригруппового политического лидерства и политического руководства, включающего в себя и межличностное, и личностно-групповое, и межгрупповое политическое лидерство и политическое руководство.

И политическое лидерство, и политическое руководство (политический менеджмент) – это такие формы проявления субъект-контрсубъектных политических отношений, в которых субъекты и контрсубъекты политики не только осуществляют определённую политическую деятельность, но и оказывают друг на друга определённое *доминирующее политическое влияние* (обозначим его символом $V_{\Pi}^{\wedge}$). Поэтому политическое лидерство и политическое руководство – это такие формы проявления субъект-контрсубъектных политических отношений, в которых одни субъекты политики, обладающие определённым потенциалом, своими политическими и иными высказываниями и/или действиями оказывают доминирующее политическое влияние на других субъектов (контрсубъектов) политики, изменяющее в тех или иных пределах те или иные параметры¹ их потенциала, политической деятельности и политических взаимоотношений², когда²

$$\begin{aligned} (ЛД_{\Pi} \wedge РК_{\Pi}) = V_{\Pi}^{\wedge} &= [(V_{C_{\Pi}} \rightarrow C'_{\Pi}) > (V_{C'_{\Pi}} \rightarrow C_{\Pi})] = (V_{C_{\Pi}} > V_{C'_{\Pi}}) = V_{C_{\Pi}}^{\wedge} = \\ &= [(B \wedge / \vee D)_{C_{\Pi}(To, Po, Io, Co, Bo, \Xi o, \Pi, Tt)^{\wedge}} \rightarrow \\ &\rightarrow \Delta(C'_{\Pi(To, Po, Io, Co, Bo, \Xi o, \Pi, Tt)} \wedge R_{(\Pi B, B, D)C'_{\Pi}} \wedge O_{(\Pi B, B, D)C'_{\Pi}})]. \end{aligned} \quad (5.6)$$

Как видно из формулы (7.5.6), политическое лидерство и политическое руководство (политический менеджмент) в значительной своей части совпадают друг с другом, а также с таким проявлением субъект-контрсубъектных отношений, как власть, властные отношения. И то, и другое предполагает доминирующее политическое влияние одних субъектов политики в отношении других субъектов (контрсубъектов) политики. И то, и другое может включать в свой состав как элементы преднамеренной и непреднамеренной организации, преднамеренного и непредна-

¹ Элементы, свойства, качества, признаки, функции, величины, числовые и иные значения.

² Здесь и далее: $ЛД_{\Pi}$ – политическое лидерство, $РК_{\Pi}$ – политическое руководство, $V_{\Pi}^{\wedge}$ – доминирующее политическое влияние, $V_{C_{\Pi}}$ – влияние субъектов политики, $V_{C'_{\Pi}}$ – влияние контрсубъектов политики.

меренного организующего влияния, так и элементы преднамеренной и непреднамеренной дезорганизации, преднамеренного и непреднамеренного дезорганизующего влияния, когда

$$(\neg V_U \wedge \neg V_U \wedge \neg V_{-U} \wedge \neg V_{-U}) \in (ЛД_{\Pi} \wedge РК_{\Pi}). \quad (5.7)$$

Однако политическое лидерство и политическое руководство не тождественны друг другу, когда

$$ЛД_{\Pi} \neq РК_{\Pi}. \quad (5.8)$$

Основной (преобладающей) формой проявления политического руководства является преднамеренно-доминирующее организующее политическое влияние, т. е. *политическое управление* (обозначим его символом U_{Π}), когда¹

$$РК_{\Pi} = U_{\Pi} = (\neg V^{\wedge}_U)_{\Pi}. \quad (5.9)$$

Политическое же лидерство может проявиться не только в форме преднамеренно-доминирующего организующего политического влияния, но и в форме непреднамеренно-доминирующего организующего, а также в форме преднамеренно-доминирующего дезорганизующего и непреднамеренно-доминирующего дезорганизующего политического влияния. Иначе говоря, основными формами проявления политического лидерства являются все возможные формы политического влияния, когда

$$ЛД_{\Pi} = (\neg V^{\wedge}_U \wedge \neg V^{\wedge}_U \wedge \neg V^{\wedge}_{-U} \wedge \neg V^{\wedge}_{-U})_{\Pi}. \quad (5.10)$$

Политическое руководство представляет собой институционально-формализованную форму проявления субъект-контрсубъектных политических отношений, тогда как политическое лидерство – неинституциональную, неформализованную форму их проявления. В частности, политическое руководство представляет собой институционально-формализованную форму политического управления, а политическое лидерство – неинституциональную, неформализованную форму доминирующего политического влияния. Политическое руководство присуще политическим организациям, политическое лидерство – политическим общностям и политическим объединениям. Политическое руководство регулируется институционально-формализованными ценностными ориентирами и нормами (нормами-запретами, нормами-разрешениями, нормами-предписаниями), в том числе законами, определяющими права и обязанности его субъектов и контрсубъектов, а политическое лидерство – неинституциональными, неформализованными ценностными ориентирами и нормами (морально-нравственными нормами). Деятельность и взаимоотношения субъектов и контрсубъектов политического руководства носят должностной, служебный,

¹ Здесь и далее: $(\neg V^{\wedge}_U)_{\Pi}$ – преднамеренно-доминирующее организующее политическое влияние, U_{Π} – политическое управление.

обязательный и правовой характер, тогда как деятельность и взаимоотношения субъектов и контрсубъектов политического лидерства – неслужебный, необязательный, добровольный, доверительный и морально-нравственный характер. Политическое руководство формируется преднамеренно (причём, как правило, в соответствии, а в некоторых случаях и не в соответствии с официально установленными правилами и процедурами), а политическое лидерство – как правило, стихийно, непреднамеренно. Политическое руководство проявляется преимущественно в форме монологических властно-субординационных отношений, политическое лидерство – преимущественно в форме невластных координационно-диалогических отношений. В политическом руководстве его субъекты и контрсубъекты могут оказывать друг другу определённое сопротивление, в политическом лидерстве оно отсутствует. Политическое руководство предполагает и включает в свой состав возможность преднамеренного преодоления его субъектами сопротивления противостоящих им контрсубъектов. В частности, посредством потенциального или реального применения субъектами политического руководства позитивных (поощряющих) и/или негативных (наказывающих) санкций в отношении сопротивляющихся контрсубъектов. Причём в некоторых случаях негативные санкции могут включать принуждение, а иногда и насилие, в том числе легальное и/или нелегальное информационно-психическое, информационно-духовное, социальное, финансово-экономическое, политическое и/или даже физическое (вещно-телесное) принуждение и насилие. В политическом лидерстве необходимость в таких санкциях отсутствует; оно предполагает не санкции, не принуждение, не насилие, а взаимное убеждение его субъектов и контрсубъектов. Политическое руководство более стабильно, устойчиво, чем политическое лидерство¹.

Политическое руководство и политическое лидерство – это такие формы проявления политических отношений, в которых субъекты и контрсубъекты политики отличаются друг от друга, когда

$$(C_{\text{ЛДп}} \neq C_{\text{РКп}}) \neq (C'_{\text{ЛДп}} \neq C'_{\text{РКп}}). \quad (5.11)$$

Они отличаются друг от друга не только своим потенциалом, когда

$$\begin{aligned} (P_{\text{С-ЛДп}}(T_o, P_o, I_o, C_o, B_o, \Delta_o, P, T_t) \neq P_{\text{С-РКп}}(T_o, P_o, I_o, C_o, B_o, \Delta_o, P, T_t)) > \\ > (P_{\text{С'-ЛДп}}(T_o, P_o, I_o, C_o, B_o, \Delta_o, P, T_t) \neq P_{\text{С'-РКп}}(T_o, P_o, I_o, C_o, B_o, \Delta_o, P, T_t)), \end{aligned} \quad (5.12)$$

но и своими позициями относительно друг друга. Так, субъекты политического лидерства выступают в качестве *политических лидеров*², субъекты политического руководства (политического менеджмента) – в качестве *политических руководителей*, или *политических менеджеров*, контрсубъекты политического лидерства –

¹ О различии лидерства и руководства см.: Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. М., 1971. С. 309–312; Шейнов В. П. Психология лидерства, влияния, власти. 2-е изд. Минск, 2008. С. 204–210.

² От англ. *leader* – руководитель, вождь; *leading* – ведущий; руководящий; передовой; головной; направляющий.

в качестве *добровольных конститuentов*¹, *последователей*, *сторонников* лидеров, контрсубъекты политического руководства (политического менеджмента) – в качестве *подчинённых конститuentов*, т. е. конститuentов, подчинённых их руководителям. **Отношения между субъектом и контрсубъектом политического руководства – это, следовательно, отношения «менеджер-руководитель – подчинённый конститuent», проще говоря, «начальник – подчинённый», а отношения между субъектом и контрсубъектом политического лидерства – это отношения «лидер – добровольный конститuent, последователь, сторонник».** **«У менеджеров есть подчинённые. А у лидеров – сторонники»**².

При этом необходимо учитывать, что слова «лидер» и «руководитель» (букв. «ведёт за руку») означают примерно одно и то же: «лидер» и «руководитель» – это тот, кто ведёт за собой кого-либо. Несколько иное значение имеет слово «менеджер»: «менеджер» – это тот, кто руководит и управляет кем-либо. Поэтому субъектов политического руководства, политического менеджмента, в отличие от субъектов политического лидерства, будем называть не только политическими руководителями, но и политическими менеджерами. За субъектами же политического лидерства сохраним термин «лидер». Слова «добровольный конститuent, последователь, сторонник лидера» и «подчинённый конститuent» также имеют некоторые отличия: «добровольный конститuent, последователь, сторонник лидера» – это тот, кого ведёт за собой лидер и кто добровольно следует за лидером, а «подчинённый конститuent» – это тот, кем руководит, управляет менеджер-руководитель и кто подчинён менеджеру-руководителю, а также тот, кто при определённых условиях может избирать своего менеджера-руководителя, кто является составной частью политического руководства, точно так же как добровольный конститuent, последователь, сторонник лидера является составной частью политического лидерства.

Политические менеджеры-руководители и их подчинённые конститuentы возникают, существуют и формируются в определённых политических организациях. Они официально представляет свою политическую организацию в её политических отношениях с другими политическими организациями, с их официальными и неофициальными представителями. Политические лидеры и их добровольные конститuentы возникают, существуют и формируются не в политических организациях, а в политических общностях или объединениях, в том числе в тех политических общностях или объединениях, которые возникают и существуют как в тех или иных политических организациях, так и вне каких-либо политических организаций. Они не представляют какую-либо политическую организацию, а представляют, причём неофициально, ту политическую общность или то политическое объединение, в которой или в котором они находятся. Политические менеджеры-руководители и их подчинённые конститuentы занимают, замещают в своей политической организации определённые политические должности, выполняют определённые политико-должностные, политико-служебные (служебно-политические) обязанности и имеют определённые политико-должностные, политико-служебные права. Политические лидеры и их добровольные конститuentы

¹ От англ. *constituent* – избиратель; составная часть; составляющий.

² *Steward R. Leading in NHS: A practical guide. London, 1989. P. 4;*

никаких политических должностей в своей политической общности или в своём политическом объединении не занимают, а занимают в них определённые политические позиции, в том числе по отношению друг к другу; они не служат, не выполняют каких-либо политико-должностных, политико-служебных обязанностей и не имеют каких-либо политико-должностных, политико-служебных прав, а добровольно выполняют присущие им политические роли, или функции. Если политические менеджеры-руководители и их подчинённые конститuentы формируются и занимают определённые политические должности в своих политических организациях преднамеренно – в соответствии или не в соответствии с официально установленными правилами и процедурами (например, избираются или назначаются), то политические лидеры и их добровольные конститuentы формируются и занимают определённые позиции в своих политических общностях или объединениях преимущественно стихийно, непреднамеренно. Деятельность и взаимоотношения политических руководителей и их подчинённых конститuentов регулируется институционально-формализованными ценностными ориентирами и нормами, в том числе законами, определяющими их права и обязанности, а деятельность и взаимоотношения политических лидеров и их добровольных конститuentов – неинституциональными, неформализованными ценностными ориентирами и нормами (морально-нравственными нормами). Если легитимность политических руководителей и их подчинённых конститuentов, как правило, основана на традициях или правовых нормах, то легитимность политических лидеров и их добровольных конститuentов – на их личностных качествах. Если политические менеджеры-руководители и их подчинённые конститuentы несут или, по крайней мере, должны нести определённую правовую ответственность за политическую деятельность и политические отношения в своей политической организации, то политические лидеры и их добровольные конститuentы никакой правовой ответственности за политическую деятельность и политические отношения в своей политической общности или в своём политическом объединении не несут, но могут нести определённую морально-нравственную ответственность. Наконец, если политические менеджеры-руководители и их подчинённые конститuentы обладают определёнными санкциями, которые они могут применить в отношении друг друга, то политические лидеры и их добровольные конститuentы никакими санкциями в отношении друг друга не обладают и, как правило, в них не нуждаются.

Коротко говоря, отличая политического лидера от политического руководителя можно свести к следующему. Если политический руководитель официально назначается или избирается, наделён предоставленными законом правами и обязанностями, имеет возможность применения официально установленных санкций, осуществляет внешнее представительство, несёт ответственность за состояние дел в обществе или организации, то лидер этими свойствами не обладает. Причём эти различия между политическим руководством и политическим лидерством, между политическими руководителями и политическими лидерами, а также между их конститuentами *не абсолютны, а относительны*. **Руководитель может стать и быть лидером, а лидер может стать и быть руководителем. Один и тот же человек может быть руководителем, но не лидером. Он может быть лидером, но не руководителем. Он может быть**

одновременно и лидером, и руководителем. Наконец, он может быть или стать и не лидером, и не руководителем.

Различия между политическим лидерством и политическим руководством определяются, во-первых, уровнем проявления субъектности субъекта и контрсубъекта (конституента) политического лидерства и политического руководства и характером той деятельности, которую осуществляют, с одной стороны, политический лидер или политический руководитель, с другой стороны, его контрсубъекты (конституенты), во-вторых, характером отношений между лидером или руководителем, с одной стороны, и его контрсубъектом, с другой стороны, в-третьих, основными механизмами реализации этих взаимоотношений (табл. 5.1).

Таблица 5.1. Типы и основные механизмы
субъект-контрсубъектных отношений
(к различию отношений господства, руководства и лидерства)

	Господство	Жёсткое руководство	Доверительное руководство	Лидерство
Уровень проявления субъектности субъекта	Максимальный	Максимальный	Максимальный	Максимальный
Характер деятельности субъекта	Насильственный диктат	Жёсткое доминирование	Доверительное доминирование	Доверенное влияние
Уровень проявления субъектности контрсубъекта	Минимальный (неличностный)	Низкий или средний (неличностный)	Высокий (личностный)	Высокий (личностный)
Характер деятельности контрсубъекта	Вынужденное подчинение	Слепое подчинение	Добровольное подчинение	Сознательное следование
Характер субъект-контрсубъектных отношений	Отчуждённые субординационные монологические	Субординационно-монологические	Монологические субординационно-координационные	Диалогические координационные
Основные механизмы реализации	Социальные (принуждение, насилие)	Социально-психологические (вера), социальные	Социально-психологические (доверие, вера), социальные	Социально-психологические (доверие), социальные

зации от-
ношений

циальные (при-
нуждение, на-
силие)

социальные
(право)

авторитет)

Основные функции политического лидера:

1) диагностическая, предполагающая:

а) *исследование*, когнитивацию (ощущение, восприятие, запоминание, воспоминание, представление, воображение, осмысление, моделирование) жизненной ситуации и входящей в неё политической *ситуации* и *ориентирование* в ней;

б) *оценивание* жизненной ситуации и входящей в неё политической ситуации;

2) предписывающая, обеспечивающая формирование (подготовку и принятие) *программы* (целей, задач, ценностных ориентиров, ресурсов, процедур и правил) политической деятельности, связанных с ней политических и иных *решений*, направленных на разрешение существующих в обществе и государстве *проблем*;

3) мобилизующая, обеспечивающая:

а) *продвижение* (распространение) этой *программы* и *своего имиджа* в *поле политики*, среди различных контрсубъектов политического лидерства и политического руководства путём *коммуникации* с ними;

б) *подготовку* и *использование ресурсов* (средств, инструментов), необходимых и достаточных для *реализации* данной *программы*, в том числе:

- *людских* (своих сторонников, последователей, включая их *объединение, организацию*);
- *финансовых*;
- *материально-вещественных* (помещений, оборудования, транспорта, других технических средств и т. д.);
- *информационных* (телевидения, радио, газет, Интернет, листовок, плакатов и т. д.);
- *пространственно-временных* (максимально возможного числа мест за минимально возможное короткое время).

в) *проверку эффективности* (контроль) своей деятельности и деятельности своих сторонников, своих отношений со всеми своими контрсубъектами, в случае необходимости их *корректировку* (исправление) и корректировки своей программы, своих решений.

Масштаб лидеров и руководителей, лидерства и руководства:

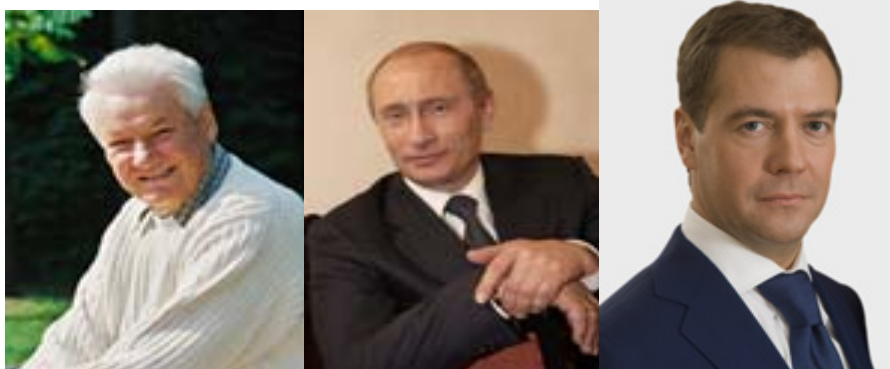
местный,



региональный,



общенациональный,



международный.

Специфика лидерства и руководства в национальном масштабе:
большая дистанционность между субъектом и контрсубъектом,

корпоративность,

многофункциональность.

Типы политических лидеров:

лидеры-идеологи и лидеры-прагматики

(первые верны идеологии своего движения даже при угрозе потери влияния, вторые способны отказаться от идеологических принципов ради сохранения влияния),

лидеры-харизматики и лидеры-представители

(первые формируют волю сторонников, вторые выражают их волю),

лидеры-соглашатели и лидеры-фанатики

(первые, насколько это возможно, стремятся к смягчению конфликта, нахождения компромисса со своими противниками, вторые стремятся к максимальному обострению конфликта с противниками, уничтожению противника во что бы то ни стало),

открытые лидеры и лидеры-догматики

(первые способны, готовы пересматривать ранее сформулированные ими установки, учитывать чужие мнения, воспринимать критику в свой адрес, вторые не способны и не готовы сделать это)¹.

Таблица 5.2. **Типология политического лидерства Ж. Блонделя²**.

(масштаб проблем и отношение к ним)

	Сохранение существующего положения	Умеренные изменения	Широкомасштабные изменения
Широкая сфера деятельности	«Спасатели» (Черчилль, Голь)	Патерналисты Популисты (О. Бисмарк)	Идеологи (Мао, Гитлер)
Умеренная сфера деятельности	«Успокоители» (Эйзенхауэр)	«Пересмотрщики» (Рейган, Тэтчер)	Реформисты (Рузвельт)
Узкая сфера деятельности	Менеджеры (министры, занимающиеся повседневными проблемами)	«Улучшатели» (министры-модификаторы)	Новаторы (закладывают начало новой политики)

Б. Д. Парыгин предложил модель типологии лидерства, построенную на трёх основаниях:

1) по содержанию деятельности:

а) *лидер-вдохновитель*, предлагающий программу деятельности;

б) *лидер-исполнитель*, организатор выполнения уже заданной программы;

в) лидер, являющийся одновременно как вдохновителем, так и организатором;

2) по стилю деятельности:

а) *авторитарный*;

б) *демократический*;

в) *совмещающий* в себе элементы того и другого стиля;

3) по характеру деятельности:

а) *универсальный*, т. е. постоянно проявляющий свои качества лидера;

б) *ситуативный*, т. е. проявляющий качества лидера лишь в определённой, специализированной ситуации.

¹ Вятр Е. Социология политических отношений. М., 1979.

² Блондель Ж. Политическое лидерство. С. 58–59.

Соединение этих оснований даёт следующие возможные типы лидеров:

- 1) лидер-вдохновитель (программист) – авторитарный – универсальный;
- 2) лидер-программист – авторитарный – ситуативный;
- 3) лидер-программист – демократический – универсальный;
- 4) лидер-программист – демократический – ситуативный;
- 5) лидер-организатор (исполнитель) – авторитарный – универсальный;
- 6) лидер-организатор – авторитарный – ситуативный;
- 7) лидер-организатор – демократический – универсальный;
- 8) лидер-организатор – демократический – ситуативный¹.

Среди политических лидеров существуют:

- а) **лидеры-теоретики** (лидеры-идеологи, лидеры-программисты);
- б) **лидеры-агитаторы** (лидеры-трибуны);
- в) **лидеры-администраторы** (лидеры-организаторы, лидеры-исполнители, лидеры-менеджеры).

В зависимости от отношения к власти властвующих лидеров (руководителей) можно подразделить на два типа: **эгоцентрический** (ориентирующий власть на себя) и **социоцентрический** (который главный смысл своей деятельности видит в служении другим, в выполнении общественного долга). По способу и методам достижения поставленных целей можно выделить **лидеров-реалистов** (учитывающих лишь возможные в данной ситуации средства достижения цели) и **лидеров-авантюристов** (склонных к беспринципным, рисковым действиям в расчёте на случайный успех). По типу деятельности различают **лидера-идеолога** и **лидера-организатора**. По отношению к действительности можно выделить тип **лидера-реалиста**, **лидера-фанатика** и **лидера-романтика**. Кроме того, могут быть **лидеры-популисты**².

Можно выделить также такие типы лидеров, как:

- а) **борцы-разрушители** («деструкторы»), **«дезинтеграторы»**;
- б) **конструктивные созидатели**, **«интеграторы»**.

По мнению Эриха Фромма (Fromm; 1900–1980) близок психологический тип *некрофила* (любовь к мёртвым), вторым – тип *биофила* (любовь к жизни). В основе первых, согласно Зигмунду Фрейду, лежит *тонатос* (инстинкт смерти), в основе вторых – *эрос* (инстинкт жизни). Первым (например, А. Гитлеру) присущи: 1) приоритет силы, насилие; 2) неестественный смех, неестественная улыбка; 3) самолюбовование; 4) опора на эмоции, а не знания; 5) упрямство как имитация воли; 6) игровое поведение; 7) отсутствие любви к труду; 8) страсть к разрушению и интригам; 9) непомерные амбиции, мания величия; 10) возбудимость, импульсивность, истеричность (Форм Э. Некрофилы и Адольф Гитлер // *Вопр. философии*. 1991. № 9).

6. Имидж политического лидера и политического руководителя

Каждый политический лидер или политический руководитель имеет определённый **имидж** (см.: Гомеров И. Н. Архитектура выборов: маркетинговый подход

¹ Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. С. 305–306.

² Шейнов В. П. Психология лидерства, влияния, власти. С. 186–189.

ди: В 4 ч. Новосибирск, 1993. Ч. 1–4; *Он же*. Электоральная культура и технология выборов. Новосибирск, 1998; *Почепцов Г. Г.* Имидж: от фараона до президента. Киев, 1997; *Он же*. Имиджология: теория и практика. Киев, 1998; *Он же*. Паб-лик рилейшнз для профессионалов. М., 2000; *Шепель В. М.* Имиджология: Секреты личного обаяния. М., 1994), **т. е. объективный образ**, который, как правило, не совпадает ни с его субъективным образом у отдельных людей, ни с самим реальным, действительным политическим лидером или политическим руководителем. Этот образ **конструируется и формируется**, в том числе специалистами, политическими технологами. При этом учитывается потенциал политического руководителя или политического лидера, который, как отмечалось выше, включает в свой состав определённый **телесный, ментальный, духовный, социальный, вещественный** (вещный), **финансово-экономический, политический потенциал и пространственно-временной потенциал**.

Роль имиджа (модели, объективного образа) политического лидера и политического руководителя чрезвычайно велика, нередко – решающая, в частности, в электоральном процессе. И избиратели, и группы поддержки, и сами кандидаты очень часто в своей деятельности и отношениях друг с другом руководствуются и оперируют именно определенным имиджем, идеей-моделью. Так, при выборах первого Президента России большинство участников электорального процесса имело дело, скорее всего, не с идеальными или реальными кандидатами (в частности, Бакатиным, Ельциным, Жириновским, Макашовым, Рыжковым, Тулеевым), а с их идеями-моделями, имиджами.

Один из ближайших помощников Никсона Р. Прайс писал: «Мы должны иметь полную ясность в одном: избиратель реагирует на образ, а не на человека... Имеет значение не то, что есть, а то, что проецируется, и, даже более того, не столько то, что проецируется, сколько то, что избиратель воспринимает. Мы должны менять не человека, а воспринимаемое от него впечатление» (Цит. по: *Феофанов О. А.* Что может политическая реклама. Из американского опыта // Коммунист. 1991. № 12).

Эти образы фиксируются либо мозговыми структурами людей, либо используемыми ими знаками и знаковыми системами. Но и в том, и в другом случаях они могут функционировать относительно самостоятельно, независимо от самих кандидатов. Поэтому определение кандидата – это не только определение его самого, но и его образа.

Особое значение имеют образы идеального и реального кандидатов. Именно они наиболее существенно влияют на результаты электорального процесса, на достижение целей его участников. От того, совпадают или не совпадают они друг с другом (образ реального кандидата с образом идеального кандидата, образы того и другого с самими этими кандидатами), зависит успех или неудача выборов для тех или иных их участников, зависит степень эффективности их участия в электоральном процессе.

Отсюда следует, что для определения своего кандидата та или иная партия или группа поддержки должна осуществить следующий достаточно последовательный ряд процедур:

во-первых, определить образ идеального кандидата, имеющийся у тех или иных целевых групп избирателей;

во-вторых, выработать собственный образ об идеальном кандидате, учитывая, как требования к нему избирателей, так и свои собственные требования;

в-третьих, произвести обзор потенциальных кандидатов, собрать о них необходимые данные и сформировать их обобщенные образы;

в-четвертых, сопоставить свой образ идеального кандидата со своими образами потенциальных кандидатов, выделить из множества потенциальных кандидатов того, кого она начинает рассматривать в качестве реального кандидата;

в-пятых, с учетом своего и избирателей образа идеального кандидата, действительных качеств (свойств, черт, характеристик) реального кандидата составить о последнем соответствующий образ, предназначенный для "запуска" в электоральный процесс.

Принципиально важно начинать именно с определения образа идеального кандидата, имеющегося у избирателей, а не у самой партии или группы поддержки. Распространенной ошибкой является противоположный подход, когда партия или группа поддержки делает упор на своем образе идеального кандидата, на тех его качествах, которые она хочет видеть и видит в нем. Такой подход продемонстрировала, например, компартия РСФСР, поддерживая Н. И. Рыжкова в его борьбе за президентский пост России.

Из каких же «товарных» качеств, свойств, характеристик складывается или может складываться у участников выборов образ того или иного (потенциального, идеального, реального) кандидата? Выделим несколько их основных категорий, в значительной мере совпадающих с основными категориями качеств, свойств, характеристик избирателей (что естественно, ибо кандидаты - это те же избиратели).

Первая категория «товарных» качеств образа кандидата – это его **телесный (анатомо-физиологический) потенциал**, в том числе:

а) рост ("высокий", "средний", "низкий");

б) объем и масса тела ("толстый", "полный", "худой");

в) пол (мужской, женский);

г) возраст ("молодой", "зрелый", "пожилой", "старый");

д) состояние здоровья и работоспособности ("слабое", "посредственное", "хорошее", "отличное");

е) черты лица (в отношении мужчин: "мужественные", "красивые", "некрасивые"), его антропологический тип, наличие или отсутствие каких-либо более-менее существенных физических недостатков, отклонений от нормы;

ж) характер двигательных реакций, походки, жестов, голоса, движений глаз, прически, одежды и т.п., а также сочетание основных свойств нервной системы (темперамент).

Группа поддержки, как правило, учитывает и даже формирует, изменяет подобные анатомо-физиологические характеристики своего кандидата, ибо от них во многом зависит его образ. Например, огромная фигура и могучее здоровье Г. Коля

импонируют немецкому бюргеру, который видит в своем канцлере воплощение национальной натуры.

Острый галльский язык Ф. Миттерана надолго приклеил к нему кличку - "дядюшка". Словечко это как бы довершало его образ, официальный и домашний: черная шляпа, черное пальто или свитер, кепочка, суковатая палка в руках - именно дядюшка. Как рассказывают французы, у него перед началом одной из первых избирательных кампаний очень некрасиво выделялись два передних зуба, поэтому, когда он улыбался, у избирателей создавалось впечатление, что перед ними - политик-вампир. Миттеран прислушался к своим консультантам: сходил к дантисту и сделал "косметический ремонт".

Р. Рейгану удавалось соединить несоединимое. Будучи самым пожилым из всех американских президентов, он сумел завоевать симпатии сограждан своей энергией, молодостью духа, оптимизмом, артистизмом, ораторскими способностями.

Многих журналистов в свое время поразили ботинки отечественного производства, продемонстрированные Б. Ельциным, только-только занявшим кресло первого секретаря Московского горкома КПСС. Ботинки воспринимались как некий знак, символизирующий образ "борца с привилегиями". Эти ботинки, манера одеваться, грубоватая внешность, высокий рост, спортивное прошлое создали будущему первому президенту России образ "русского мужика", "своего парня". Он всем своим видом как бы говорил избирателям: "я такой же, как вы".

Президент Франции и бывший мэр Парижа Ж. Ширак с молодых лет отличался непоследовательностью, чем заслужил первое свое прозвище - "вертолет", потом с легкой руки Ж. Помпиду, - "бульдозер". Карикатуристы как бы довершили его образ, выпятив на шаржах подбородок - острый, вскинутый, вездесущий. В общественном восприятии он сослужил ему, скорее, дурную славу. Пришлось "переучивать" подбородок, заодно изгоняя с лица механическую улыбку, так легко заметную на экране. Ширак сменил прическу, очки, сгладил порывистые движения, стал мягче, без нетерпения произносить свое знаменитое "Послушайте!", строгим серым костюмам предпочитал просторные свитера и мокасины. Был создан новый образ лидера голлистов, который повысил его политический рейтинг.

Вторая категория «товарных» качеств образа кандидата - это его **социальный и социально-психический потенциал**, в том числе:

- а) место в социальной структуре, например: "начальник", "интеллигент", "служащий", "рабочий", "крестьянин", "фермер", "частник", "бизнесмен";
- б) профессия (строитель, врач, учитель, военный, юрист, ученый и т.д.);
- в) место жительства (столица, краевой, областной, районный центр, пригород, поселок, село) и время проживания в данной местности (до 1 года, от 1 года до 5 лет, 5-10 лет, более 10 лет);
- г) семейное положение (одинокый, семейный без детей, семейный с одним ребенком, семейный с несколькими детьми);
- д) национальность или раса;
- е) образ жизни (богемный, элитарный, или массовый; упорядоченный или неупорядоченный; содержательный, наполненный полезной деятельностью или бессодержательный, пустой; многообразный или односторонний; "трезвый" или "не-

трезвый"; "здоровый" или "нездоровый"; деятельный или бездеятельный, "праздничный");

ж) наличие или отсутствие друзей, характер друзей ("скажи мне, кто твой друг, и я скажу тебе, кто ты"), характер отношений к другим людям ("авторитарный – демократический", "официальный – неофициальный", "агрессивный – спокойный", "подозрительный – доверительный", "эгоистический – альтруистический", "деловой – дружеский", "ситуативный – универсальный", "солидарный – враждебный", "подражательный – заразительный" и т. д.).

Политические портреты наиболее видных государственных деятелей современного мира свидетельствуют о важности этих характеристик в структуре образа кандидата. Принадлежность к "среднему классу" – характерная черта целого ряда политиков. Так, М. Тэтчер родилась в семье бакалейщика в небольшом городке Грантем, милях в ста к северу от Лондона, Г. Коль – в семье скромного чиновника по финансовой части в промышленном городе Людвигсхафене, Р. Рейган – в семье кочующего торговца обувью в городке Тампико, М. Рокар – в семье ученого-физика в пригороде Парижа.

Но среди крупных государственных деятелей немало и выходцев из верхушки общества. Таковы Д. Буш (его отец был крупным совладельцем нью-йоркской фирмы "Браун бразерс, Гарриман энд компани", сенатором от штата Коннектикут, а мать происходила из семейства Уокеров – могущественных нью-йоркских банкиров), Р. Ганди, Б. Бхутто, К. Акино (дочь конгрессмена Кохуангко, богатейшего владельца плантацией сахарного тростника).

Многим избирателям Запада импонирует кандидат, имеющий образ семейного и общительного человека, относящегося к другим людям демократически, неофициально, спокойно, доверительно и дружески, окруженного многочисленными друзьями, ведущего массовый (типичный), упорядоченный, здоровый и деятельный образ жизни. Например, французским избирателям импонировало, что Ф. Миттеран окружен друзьями, испытывавшими к нему личную симпатию, даже если они не разделяли его идей. Г. Коль в глазах многих немецких избирателей представляется политиком, установившим с ними хороший контакт, умеющим говорить с простыми людьми, завоевывать их доверие и души. Он хороший семьянин, общителен, часто бывает с людьми, на виду, не "канцелярская крыса", образец пунктуальности, не терпит неточности и неаккуратности, "простой человек, которому можно доверять". Его любимый "жанр" – беседы, а главные добродетели – товарищество и верность слову, надежность.

Хорошо известна способность Р. Рейгана устанавливать контакт с простыми американцами, передавать им свой эмоциональный заряд. В своей первой избирательной кампании за пост губернатора Калифорнии, обращаясь к избирателям, он как бы говорил: я простой человек, который не знает что делается наверху; я как раз и хочу занять губернаторский пост, чтобы разобраться в этом. Став президентом и сократив социальные расходы, ухудшив положение миллионов избирателей, он по телефону выражал им свое сочувствие. Американцы хотели видеть на президентском посту убежденного и оптимистичного человека, и Рейган с успехом справился с этой ролью. Ему нельзя было отказать в обаянии, в умении шутить, собирать и рассказывать анекдоты. Готовясь к поездке в СССР, он собирал все-

возможные анекдоты, связанные с нашей страной, и с увлечением рассказывал их окружающим.

Каждый кандидат, конечно, должен быть лидером. Современный мир, как считает голландский исследователь Эрик ван Прааг, очень нуждается не в патриархальном, а в ответственном, вдохновляющем лидерстве, в лидерстве, порождающем не зависимость, а свободу. Ганди, Мартин Лютер Кинг – примеры подлинного лидерства. На пути к такому лидерству необходимо исследовать свои теневые стороны, то, что не устраивает в самом себе. Следует задаться вопросами: "А кто я такой в действительности? Какие мои таланты? Положительные стороны, достижения? Что я должен делать, узнать в этом мире? Что я в действительности хочу (а не что я должен хотеть, что я ожидаю от мира)?", ибо знающий это человек - ответственный человек (т.е. способный дать ответ, знать ответ). Нужно научиться общению, применять "закон манифестации", согласно которому человек манифестирует (показывает, представляет, высказывает) то, на что направляем энергию сейчас или позже.

Кандидат должен развивать свое видение мира (которое надо отличать от идеологии), идущее от сердца (а не от мышления как идеология), должен иметь видение большее, чем ведомые. Это видение мира должно быть достаточно отдалено от реальности, например, как мечта М. Л. Кинга (семьи белых и черных с детьми вместе на зеленой лужайке), подвинувшая людей за ним, а не простое перечисление целей (как это Кинг говорил вначале). Но мечта не должна быть слишком отдалена от реальности, ибо напряжение может оторвать кандидата от реальности. Творческое напряжение разрешает само себя путем наименьшего сопротивления.

Третья категория «товарных» качеств образа кандидата – это его **духовно-личностный потенциал**, уровень и характер общей культуры и психического развития, в том числе:

а) уровень образования (начальное, неполное среднее, среднее, среднее специальное, незаконченное высшее, высшее, имеющий ученую степень и ученое звание);

б) отношение к религии (атеист, лояльный к той или иной религии, верующий – православный, мусульманин и т. д.);

в) тип культуры и психологический тип личности.

Различные политические деятели обладают разными духовно-личностными качествами. Тот же Р. Рейган с детства впитал в себя дух провинциальной Америки с ее приверженностью традиционным ценностям: религии, семье, собственности, бережливости и трудолюбию. Он и его супруга всегда были довольно суеверны. Каждое утро президент клал в карман заветную монету и золотой амулет. Он бросал соль через левое плечо, когда проливал что-нибудь, а также перед едой, избегал проходить под лестницей. Это не вызывало особенного беспокойства в стране, где суеверно большинство населения. Нэнси Рейган еще в 1967 году увлеклась астрологией и с тех пор прибегала к помощи астролога, чтобы определить наиболее благоприятные сроки для проведения тех или иных официальных мероприятий. Президент не обладал аналитическим умом, не слишком хорошо был информирован и не стремился вникать в детали. Никто из ближайших сотрудни-

ков президента не мог точно сказать, когда Рейган последний раз читал какую-нибудь книгу, но все в один голос утверждали, что большинство вечеров он проводил перед телевизором. В большей степени он опирался на чутье, интуицию и сумел предложить американцам ценностную ориентацию, которая оказалась созвучной ожиданиям значительной части нации. И хотя критики язвительно отмечали, что Рейган мыслит анекдотически, а не аналитически, его мировоззрение имело то преимущество, что формировалось самой жизнью.

Огромное честолюбие Г. Коля требовало университетского образования, и он начал изучать историю и философию во Франкфурте и Гейдельберге. Задавшись целью получить ученую степень доктора философии, он написал диссертацию о становлении после войны политической партии в земле Рейнланд-Пфальц. Воспитываясь в католической семье, Коль остается правоверным католиком. Он обладает сильной волей, проявляет железное терпение и выдержку. Будучи человеком крайне упрямым и самолюбивым, ошибок своих не признает даже в близком окружении, публичное же признание стоит ему мук. По натуре - это прагматик, энергичный и напористый необычайно. Не лишен стратегического расчета.

Четвертая категория «товарных» качеств образа кандидата – это его **политический потенциал**, в том числе:

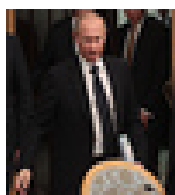
- а) *уровень и характер политической культуры и политической психологии;*
- б) *политический опыт, политическая биография* (отсутствует, имеется в незначительной мере, имеется в достаточной мере, имеется с избытком);
- в) *принадлежность к той или иной политической партии, тому или иному общественно-политическому движению;*
- г) *содержание и форма политической программы, предлагаемого политического курса, варианта решения стоящих перед обществом и государством проблем;*
- д) *характер политических потребностей и политических способностей, соотношение между ними, особенности их реализации в избирательной кампании и до нее.*

При этом необходимо учитывать, что многие политические лидеры, политические руководители и кандидаты в таковые часто **думают одно, говорят – другое, а делают – третье**. Они часто говорят не то, что думают, и делают не то, что говорят (например, оговорка Д. Медведева в Японии в ноябре 2010 г. : «нам не нужна гласность, а нужна свобода слова»). «Мысль изречённая есть ложь» (Ф. И. Тютчев), когда

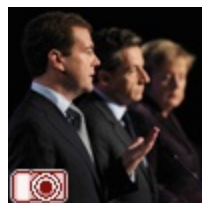
$$\text{Па} \neq \text{В} \neq \text{Д.} \quad (6.1)$$



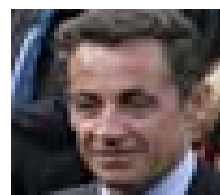
Дмитрий Медведев



Владимир Путин



Ангела Меркель



Николя Саркози

Эти параметры так или иначе проявляются у многих кандидатов, влияют на формирование их образа в среде избирателей. На президентских выборах 1991 г. Л. Кравчук, например, имел образ "человека дела", умевшего решать конкретные проблемы, человека, который не только способен представлять и отстаивать интересы Украины, но и предложить внутренний мир и согласие между людьми. Задумал Крым отделяться, напряжение возрастало с каждым днем, Л. Кравчук поехал туда, выступил в парламенте, и противостояние удалось приглушить. Созрела на Закарпатье идея автономной республики – Л. Кравчук трансформировал ее в план создания отдельного экономического района. Без применения силы ему удалось разрешить конфликты в Донбасе и Причерноморье. Предпринимались попытки довести до конфликта русскоязычное население с украинцами – Л. Кравчук отстоял идею поддержки языка и культуры всех населяющих Украину народов. Именно эти качества, как считали многие, были востребованы и оценены избирателями. Правда, через три года Л. Кравчуку не удалось повторить свой успех, и он проиграл президентские выборы Л. Кучме.

Н. Назарбаев пользовался репутацией реформатора, человека рассудительного, спокойного, избегающего крайностей и конфронтационных позиций, интернационалиста, но умеющего защитить интересы и суверенитет Казахстана. Б. Ельцин имел образ "мученика", "борца с партократами", "разрушителя тоталитаризма", "защитника обездоленных", "спасителя Отечества", "поборника возрождения России", человека решительного, волевого, неординарного в политике.

В 1988 году при выборах президента США группа поддержки Д. Буша внимательно изучила реакцию избирателей на его имидж в сравнении с имиджем Р. Рейгана. Многие были не в пользу вице-президента: Рейган обладал блистательным артистизмом, Буш был начисто лишен этого; у Рейгана – бархатистый голос, а у Буша – скрипучий высокий; Рейган не позволял появляться фотографиям, на которых он мог быть запечатлен в очках для чтения, Буш же – всегда в очках. Поэтому было решено использовать факт его биографии, связанный с войной. Различные средства массовой информации подробно рассказывали, как в 1944 году 20-летний Буш был самым молодым пилотом в американском военном флоте, совершил на бомбардировщике-торпедоносце 58 боевых вылетов над Тихим океаном и соответственно – 126 вылетов и посадок на палубе авианосца, что требовало немалого искусства. Рассказывали о том, что однажды самолет Буша был сбит, пилот прыгнул с парашютом, но зацепился за хвост горящего самолета, чудом оторвался от него, несколько часов благодаря спасательному средству держался на поверхности океана, пока не был подобран американской подводной лодкой. И через шесть недель после спасения он отклонил предложение о ротации и возвратился в свою боевую часть. Буш был подлинным героем войны, тогда как Рейган лишь снимался в Голливуде в фильмах о ней. Эффект такого образа был значительным: избиратели видели в Буше волевого, решительного человека. Кроме того, Д. Буша подавали как "президента, которого не придется учить". За ним прочно утвердилась репутация человека из "золотого фонда политической элиты", быть может, не очень яркого, но крайне умелого государственного деятеля. На посту вице-президента он сумел продемонстрировать компетентность, политическую изворотливость, уверенность, умение достигнуть необходимого компромис-

са. Ему удалось реализовать тактику, предложенную его ближайшим помощником адмиралом в отставке Д. Мэрфи, который советовал четко не очерчивать сферу своей компетенции, "а заниматься всем подряд", чтобы стать "необходимым элементом в политическом механизме, проводящем политику президента Рейгана". Через два года после прихода последнего к власти Буш прочно занял ключевое место в ближайшем окружении президента. У вице-президента был налажен хороший контакт со всеми влиятельными членами администрации: государственным секретарем Дж. Шульцем, министром обороны Ф. Карллуччи, главой аппарата Белого дома Г. Бейкером, министром финансов Дж. Бейкером. Для Буша-политика были характерны вдумчивость, углубленность, самообладание, терпимость, верный расчет, продуманность в мелочах. По отзывам помощников, он не выносил никаких неожиданностей, "неприятные случайности или экспромты ввергают его в глубокое разочарование". Хотя недовольству своему он на людях волю не давал никогда. "Строг, но справедлив" – говорят о таких. На все трудности, возникающие на его пути, Буш реагировал обычно одинаково: мобилизовал силы и выжидал. Он старался черпать идеи из самых разных источников, проявлял интерес практически ко всем исследовательским организациям и научным центрам. Слаженность, рациональность организации его аппарата неслучайно вызвала искренний интерес М. Горбачева.

Путь Р. Рейгана в политике неразрывно связан с подъемом в американском ультраконсервативном движении. В начале 50-х годов, когда начался очередной подъем консерватизма, он неожиданно быстро превращается из члена леволиберальных организаций, из сторонника демократической партии в консервативного республиканца. По всей видимости, решающую роль здесь сыграли мотивы карьеры и стремление держать сторону сильных. Республиканцы активно формировали среди избирателей представление о Рейгане как о сильном и решительном лидере, который, став президентом, сможет поднять престиж Америки в мире, мобилизовать нацию на преодоление созданных "слабым демократическим руководством" трудностей. Он опирался на политическое чутье, интуицию, уверенный, обнадеживающий стиль поведения. Истины, изрекаемые им, были просты и общеизвестны, но для многих звучали по-новому. Помимо традиционных американских добродетелей – это безусловное главенство свободы предпринимательства над всеми остальными свободами, отрицание какой-либо ценности бюрократических способов управления. Характерной чертой Рейгана было частое несовпадение в его речах и действиях реальности и вымысла, противоречие самому себе. По словам его сотрудников, президент работал всего два-три часа в день, не утруждал себя тем, чтобы достаточно глубоко вникать в ту или иную проблему. Он допускал немало промахов (например, отданная при "проверке" микрофона в эфир команда "бомбить русских" или посещение во время визита в 1983 году ФРГ кладбища в Бет-бурге, где похоронены солдаты СС), но это не слишком его заботило: "все вскоре забудется" – успокаивал президент своих помощников. И, действительно, избиратели ему многое прощали. В их глазах его слабости легко превращались в его силу, а большинство критиков со временем вынуждено было признать бессмысленность своих попыток продемонстрировать, что это популярный лидер просто не знает, о чем говорит. Несмотря на опрометчивость ряда своих публичных заявле-

ний, причастность к "ирангейтскому" скандалу, Рейган не потерял популярность. В связи с этим его стали называть "тефлоновым президентом" (подобно тому, как к сковородке с тефлоновым покрытием не пристает нагар, так и к Рейгану, как, впрочем, и к Ельцину, не приставали обвинения).

Вся жизнь Г. Коля подчинена партийной карьере. В 29 лет он стал самым молодым депутатом, в 39 – премьер-министром Рейнланд-Пфальца, также самым молодым из глав земельных правительств в ФРГ, в 43 – председателем ХДС (Христианско-демократического союза), в 52 – самым молодым канцлером в истории ФРГ. Этот "прорыв" объясняется помимо всего прочего и его талантом организатора. Политику Коль осуществляет, полагаясь на свой необычайно острый политический инстинкт, на свое политическое чутье, политический реализм, умение маневрировать, идти на компромисс, делая упор на экономику и социальную сферу, опираясь на партию (Коль подчеркивает, что сначала он лидер партии и только потом уже канцлер), превратив ее из замкнутой, кастовой в массовую, с широкой социальной базой. Многими избирателями он воспринимается как символ стабильности в стране, как человек, который, не забывая о проблемах, говорит о них "без нервов".

Российская электоральная практика последних лет знала множество различных образов кандидатов. Среди них, например, как отметил Б. Михайлов в "Российской газете" (см.: *Российская газета*. 12. 11. 1993. С. 2), те, за которых голосовать не стоит:

"Обличители" – скрупулезно выясняют имущественное состояние других, особенно представителей власти; свои "открытия" всюду пропагандируют; считают несправедливым, что у них чего-то нет;

"Жертвы режима" – когда-то был чем-то обижен (не приняли на работу, уволили, обделили орденом, может быть даже сидел в тюрьме), что сделал главной вехой своей биографии; ни о чем другом говорить не может; ему постоянно "мешают" вести предвыборную кампанию (то зал маленький, то автобус сломался, то на него покушение организовали);

"Спасители" – начинают с того, что "так плохо еще не было никогда и нигде"; кончают тем, что только они способны спасти город, страну, но не говорят как они этого добьются;

"Благодетели" – обещают облагодетельствовать шахтеров или вахтеров, пенсионеров или инженеров, аграрников или полярников (в зависимости от состава населения избирательного округа); совершенно не представляют сложности общества, не понимают, что царственная помощь одному - ущемление другого;

"Врагоискатели" – всех ругают, предложений мало и все какие-то очень революционные; очень легко меняют позиции;

"Бедные" и "богатые" – гордятся своей бедностью или богатством; "Контрастники" – проводят кампанию, понося других кандидатов;

"Единомышленники" – те, у кого на все случаи жизни – одна мысль; "Происхожденцы" – кичатся тем, что выросли на селе, в многодетной семье, тем, что де-душка дворянин;

"Дилетанты" – те, кто не понятно в чем является профессионалом; уходят от ответов на вопросы о служебных обязанностях;

"Фантасты" – те, кто включает в программу псевдоконструктивные предложения маниловского толка (например, передачи здания бывшего обкома КПСС под детский сад, больницу или дом престарелых);

"Лицемеры" – те, кто в зависимости от аудитории способны вещать прямо противоположное (например, в НИИ петь дифирамбы ученым, а на отсталом предприятии хаять науку).

Таковы характеристики (черты, свойства, качества) образа ряда политических деятелей, кандидатов на государственные должности. Знание их помогает группе поддержки сформировать образ своего кандидата, подготовить его к более или менее эффективному продвижению среди целевых групп избирателей. Но это – всего лишь "сырой материал" для собственной творческой работы. Его надо должным образом "обработать". К этой "обработке" и к образу кандидата в целом предъявляются соответствующие требования.

Формируемый участниками электорального процесса (избирателями, партиями, группами поддержки кандидатов, самими кандидатами) **образ** того или иного (потенциального, идеального, реального) кандидата, а также процесс его определения, **должен быть, во-первых, достаточно точным, во-вторых, достаточно полным, в-третьих, достаточно осязаемым.** Точным – значит правильным, адекватным. Полным – значит соответствующим объему имеющихся у кандидата качеств (свойств, черт, характеристик). Осязаемым – значит измеряемым с помощью количественных и качественных показателей.

Он может быть также либо **конкретным** (многосторонним или даже всесторонним), **расширенным** (включающим не только основные, но и сопутствующие, вспомогательные характеристики кандидата) и **обобщенным** (включающим наиболее важные, существенные, необходимые и достаточные, взаимосвязанные характеристики кандидата), либо, наоборот, **абстрактным** (односторонним), **узким** (включающим узкий круг характеристик кандидата) и **необобщенным** (включающим случайные, единичные и малосвязанные друг с другом характеристики кандидата). Чтобы группа поддержки могла использовать его наиболее эффективно, он должен быть конкретным, расширенным и обобщенным, а не абстрактным, узким и необобщенным.

Кроме того, группа поддержки должна **систематически совершенствовать, обновлять образ своего реального и идеального кандидата.** Это является непременным условием выживаемости в условиях конкуренции на политическом рынке.

В избирательную кампанию 1974 г. В. Жискар д'Эстэну удалось найти для себя удачный, получивший положительный отклик у избирателей образ человека, способного и желающего осуществить "перемены без риска для страны", которых в это время хотели многие французы. В соответствии с этим образом он и подавал себя. Он казался избирателям государственным деятелем нового типа, сумевшим стать воплощением модернизма, производил сильное впечатление, был значительным, высоколобым и компетентным. Однако В. Жискар д'Эстэну не долго суждено было сохранять этот образ. Постепенно его компетентность превратилась в "холодность", стала символом власти технократического монарха, власти, очень далекой от каждодневных забот рядового избирателя. Власть "технократа" стала

вызывать у французов скуку и отвращение. Они стали жаждать власти "покровительственной" и "теплой", озабоченной их насущными нуждами. На смену В. Жискара д'Эстэну пришел Ф. Миттеран, сумевший создать новый образ президента.

Ф. Миттеран долго казался большинству французов типом отжившего, архаического деятеля. Никто, однако, не оспаривал его блестящего ораторского таланта, умения лавировать, редкого упорства. Постепенно он приучил избирателей считаться со своим авторитетом государственного деятеля международного масштаба, а затем и с репутацией суверена, образом "спокойной силы", "высшего арбитра" в государственных делах.

На президентских выборах 1981 г. В. Жискара д'Эстэн и Ф. Миттеран олицетворяли два противоположных образа. С одной стороны – технократ, говорящий языком менеджмента, цифр, экономических расчетов, а с другой – политик, использующий язык морали или даже эмоций. Первый говорил о прогрессе, технологии международной конкуренции, а второй – о повседневных проблемах (занятости, социальном равенстве, экологии, "качестве жизни"). Если лозунги В. Жискара д'Эстэна были обращены к французам с "авантюрным" умонастроением (около одной трети всех опрошенных Центром передовой коммуникации), то выступления Ф. Миттерана были адресованы той части избирателей, которая испытывала потребность в стабильности, спокойствии и психологическом равновесии (около половины всех опрошенных). Как отмечал психолог Б. Катля, чтобы победить в 1974 г., нужно было быть технократом, нацеленным на 2000 г., тогда как успех в 1981 г. мог одержать лишь тот, кто имел образ "благоразумного отца семейства", опирающегося на прошлое и ориентированного на новую, более осторожную и взвешенную концепцию прогресса.

Через семь лет образ идеального президента продолжал пользоваться симпатиями большинства избирателей. Поэтому его носитель – Ф. Миттеран – на президентских выборах 1988 г. вновь победил, даже несмотря на снижение престижа партии, проигравшей парламентские выборы 1986 г.

Чтобы новый или обновленный образ кандидата был эффективным, он должен обладать желательными для избирателей характеристиками, быть достаточно уникальным, избиратели должны иметь информацию о нем. Степень обновления при этом может быть различной: полной, значительной, незначительной. Но в любом случае **процесс обновления включает последовательный ряд следующих процедур:**

1) определение цели, которую преследует группа поддержки при обновлении образа кандидата, и проблемы, которую ей необходимо решить для достижения этой цели;

2) генерирование идей относительно создания нового образа или обновления характеристик существующего;

3) оценку выдвинутых идей, их фильтрацию, отбор лучших из них (с точки зрения группы поддержки);

4) проверку оставшихся идей, выявление отношения к ним избирателей;

5) воплощение отобранных и проверенных идей в разработку нового или обновленного образа;

6) апробирование обновленного или нового образа в одной или нескольких целевых группах избирателей при проведении каких-либо промежуточных выборов или каким-нибудь другим способом;

7) внедрение нового или обновленного образа в электоральный процесс, его практическую реализацию (этап внедрения в жизненном цикле образа).

Самым важным и ответственным этапом здесь является этап генерации идей. Он включает, во-первых, выделение источников новых идей, во-вторых, выделение методов создания новых идей. Источниками новых идей, касающихся характеристик образа кандидата, могут быть члены группы поддержки, члены той или иной партии, каналы продвижения кандидатов, конкуренты, сами кандидаты, рекламные агентства, научно-исследовательские центры, политические менеджеры и маркетологи. Чем шире и разнообразнее круг источников новых идей, тем лучше, тем большая вероятность выдвижения действительно оригинальных идей.

Важнейшим среди этих источников является мнение избирателей. Например, избиратели дзержинского района г. Новосибирска на выборах в декабре 1993 г. отдавали предпочтение профессионализму кандидатов (60,7 процента), их компетенции (55,3 процента), борющимся с коррупцией (46,4 процента), решительным (42,8 процента), с высоким уровнем образования (35,7 процента), независимым, масштабно и оригинально мыслящим (25 процентов), проявляющим самостоятельность (23,2 процента), юристам (12 процентов), экономистам (8,1 процента). Часть из них хотела голосовать за кандидатов, которые выступают за становление в России рынка при сохранении социальных гарантий (30,3 процента), восстановление СССР (25,0 процента), ускоренное развитие рыночных отношений (19,6 процента), сохранение сильной России, признание всех форм собственности, широкие демократические права и свободы (по 10,7 процента), неприкосновенность частной собственности (8,9 процента), частную собственность на землю (7,1 процента), сильную президентскую власть (5,3 процента), приватизацию госсобственности (3,5 процента).

Для генерации идей могут быть использованы различные методы, например, опросы участников избирательного процесса, анализ существующих образов кандидатов. Достаточно эффективным является метод мозговой атаки.

Мозговая атака, или брейнсторминг ("мозговой штурм") как метод группового генерирования большого количества идей за относительно короткий отрезок времени был предложен еще в предвоенный период. Это есть своего рода творческое совещание с коллегами, друзьями, экспертами, с помощью которого можно изобрести наибольшее количество идей – вариантов решения проблемы. В основе этого метода лежит принцип ассоциативной психологии мышления в групповой ситуации взаимного стимулирования. Новые и самые неожиданные идеи возникают обычно по ассоциации с какой-либо другой, но привычной и знакомой идеей, в ситуациях непринужденного разговора и группового общения. По некоторым данным, группа из шести человек способна за полчаса выдвинуть 150 идей. Непременным условием этого является отсутствие или ослабление стереотипов и шаблонов привычного группового мышления, ориентированного на принятые и одобренные образцы. Основопологающим правилом здесь является отказ от всякой критики и оценки выдвигаемых идей. Группа просто выдвигает идеи без останов-

ки для исследования их ценности, реальности или нереальности. Люди не должны бояться выглядеть глупыми, наоборот, должны приветствовать самые дикие идеи. Запрещается также делать какие-либо замечания (они мешают формулированию новых идей). Поощряются оригинальные, даже фантастические идеи, а также комбинации и обобщение идей: чем необычнее идея, тем лучше. Чем больше предложений, тем выше вероятность появления ценных идей. Желательно развитие и усовершенствование идей. Все высказывания фиксируются и объективируются (нет персонального автора). Ответ на задаваемый вопрос должен быть кратким и без основания. Участники мозговой атаки юридически и административно независимы друг от друга. Перед началом генерации ведущий должен создать неформальную атмосферу, хороший эмоциональный фон. Для этого можно: рассказать шутку, анекдот; провести комплекс упражнений для работников умственного труда (5–8 минут); провести микросеанс аутогенной тренировки, интеллектуальную "гимнастику" (5–7 минут) путем решения нескольких квазизаданий (не требующих специальных знаний, носящих игровой характер), которые возбуждают воображение, снимают интеллектуальные "зажимы"; объявить продолжительность рабочих периодов (не менее 15 и не более 30 минут один-два периода). В процессе генерации ведущий должен стимулировать участников. Желающие высказаться поднимают руку, и им предоставляется слово. Порядок выступлений складывается стихийно, по мере высказываний участников. Можно установить и определенный порядок (например, по кругу) высказываний с предоставлением права тому, кто не готов ответить, "пропустить" свою очередь. Участники должны быть с блокнотами и делать в них записи, чтобы не повторять чужие мысли и не забыть свои. Темп выступлений должен быть очень высоким, что достигается краткостью высказываний и отсутствием пауз. Нормальным считается высказывание 50–100 идей в течение 30-минутного периода. По окончании сессии ведущий может предложить высказать дополнительные предложения письменно, переслав их на следующий день. Все идеи протоколируются на доске или на карточках, прикрепляемых к специальным доскам из пеноматериала (так называемых "pinboards" – досках для прикалывания), чтобы их могли видеть участники мозговой атаки. После генерации идей необходимо дать каждой из них оценку, подвергнуть критике. Здесь главная цель – "разгромить" с различных позиций предложенные идеи (но не личности их генерирующие), найти аргументы и факты как подтверждающие, так и опровергающие их, отобрать лучшие. Затем осуществляются все последующие процедуры: проверка идей, их воплощение в разрабатываемый образ кандидата, апробирование этого образа и его внедрение в избирательный процесс.

Существует ряд стратегических приемов создания благоприятного имиджа кандидата.

Первый прием состоит в разработке стиля лидера. Кандидаты могут предстать перед избирателями либо как активные лидеры, либо как пассивные лидеры. Первые обычно упоминают свои прошлые действия и поступки, свои инициативы, и то, как они изменили положение дел. Вторые осторожны. Они не говорят о своем вкладе в решение проблем, предстают как люди, которые способны только реагировать на происходящее.

Казалось, что и Буш, и Дукакис в 1988 году хотели восприниматься публикой как активные лидеры. Дукакис постоянно использовал фразы вроде "я создал в своем штате... я добился... я готов повести за собой... мы должны". Он всегда говорил о себе как о политике, готовом решать самые сложные проблемы, стоящие перед Соединенными Штатами. Таким же образом и Буш пытался предстать как активный политик: "у нас будет... мы сделаем... я буду участвовать... я всеми силами поддерживаю...". И Буш, и Дукакис хотели прежде всего быть замеченными избирателями.

Второй прием состоит в выделении одной или нескольких черт характера, которые, по мнению кандидата, являются для него определяющими. Например, кандидат может решить, что избиратели должны воспринимать его просто как обязательного человека или как знающего менеджера. В 1980 году, обеспокоенный тем, что Картер представлял его как вояку, способного нажать ядерную кнопку, Рейган попытался создать прямо противоположный образ. Он не устал повторять, что "всем своим сердцем я верю, что нет ничего важнее сохранения мира... я отец сыновей... у меня есть внук... я буду продолжать молиться за их возвращение домой (по поводу заложников в Иране)". Другими словами, Рейган пытался представить себя как доброго, религиозного семьянина, который хочет мира, и которому противна сама мысль о войне.

Третий прием называется идентификацией. Кандидаты всегда хотят выглядеть как политики, которые символизируют собой самые заветные желания и ожидания избирателей. Особенно удачно это удавалось делать тогдашнему вице-президенту Бушу, который в 1988 году связал себя с двумя самыми главными американскими ценностями – миром и процветанием. Именно таким было его заключительное слово во вторых по счету теледебатах. "Решение важных проблем стоит на карте в этих выборах. И, пожалуй, самое важное это сохранение мира во всем мире. И я прошу вас иметь в виду мой опыт работы с президентом, который кардинально изменил ситуацию в мире. "Америка" – это опять звучит гордо, и я горжусь тем, что нам удалось добиться исторического соглашения о контроле за разоружениями. Именно на этом я хочу строить свою будущую политику. Через годы после моего первого президентского срока я хочу сказать своим внукам: "Ваш дедушка, работая с лидерами Советского Союза и Европы, смог добиться запрета на Земле химических и биологических видов вооружений"..." (см.: *Стратегия политических дебатов* // Личный архив автора. Ф. 2. Документы Национального демократического института международных отношений США. Дело 21. Листы 11–12).

Конструирование имиджа кандидатов основано на использовании ими и их группами поддержки соответствующего языка, соответствующих знаков и знаковых систем. Все знаки и знаковые системы, используемые в качестве средств конструирования имиджа кандидатов, средств его фиксации, хранения и трансляции, можно подразделить на зрительные и слуховые, "естественные" (слухо-вокативные и зрительно-двигательные проявления человеческого организма и его отдельных элементов) и "искусственные" (слухо-вокативные и зрительно-двигательные проявления вещей), знаки-иконы (например, рисунок), знаки-индексы (например, указательный жест) и знаки-символы (например, слово). Об-

разы кандидатов, описывающие их знания, оценки и нормы могут фиксироваться, храниться и передаваться и с помощью слов, понятий, и с помощью языка *жестов*, *"выразительных движений"* людей, и с помощью блок-схем, рисунков, и с помощью математических символов, формул. В реальной практике, как правило, используются все виды языков.

Все содержание образа того или иного кандидата оказывается "зашифрованным" (закодированным) в языке, его лексике (в знаковом, словарном составе), стилистике (в нормах и способах употребления знаков, слов, словосочетаний, предложений), синтаксисе (в отношении знаков к знакам, в способах соединения знаков, слов в систему, словосочетания и предложения), семантике (в отношении знаков к обозначаемому, в значении используемых знаков, слов, словосочетаний, предложений), прагматике (в отношении знаков, слов, словосочетаний, предложений к их отправителям и получателям).

Такие слова, как "прогресс", "эксплуатация", "кризис", "человек", "истинность", "добро", "революция", "государство", "война", "мир", "общество", имеют внутренний оценочный и нормативный аспект (см.: *Титаренко А. И.* Мораль и политика. М., 1969. С. 190). Достаточно высокий удельный вес терминов и словосочетаний, заимствованных из военной сферы, таких как "борьба за", "борьба с", "поход против", "наступление на", "битва за", "преодоление препятствий", "тесное взаимодействие с", "сопротивление угрозе", "применить ответные меры", свидетельствует о "воинственности", конфронтационности их отправителей, тогда как использование слов типа "соблюдение интересов", "взаимовыгодные отношения", "выигрыш", "проигрыш", "честная игра" может подчеркивать совершенно иную культуру их отправителей. Поэтому для исследования и понимания образов кандидатов необходимо исследование и понимание их языка.

Прежде всего требует изучения терминология (словарный состав) кандидатов и их агитационных материалов, исследование используемых ими "идеологем", эмоциогенных слов и словосочетаний, метафор, гипербола, парадоксов, пафоса, риторических вопросов, повторов, банальностей, оригинальностей, сентиментальности, визуализации, иронии, сарказма, грубости, исторических ссылок, заимствований из спорта, этических категорий, религиозных терминов, рыночной терминологии, ссылок на Библию и Бога ("Всевышнего"). Важно знать, какое место в электоральном языке кандидатов занимают, например, такие слова, как "добро", "зло", "покаяние", "религиозные ценности", "мечта", "демократия", "тоталитаризм", "прогресс", "рынок", "экономика", "суверенитет", "свобода", "наша страна", "моя страна" или "эта страна", "Россия", "Федерация", "фермер", "крестьянин", "село", "город", насколько совпадают язык кандидатов и их команд с языком избирателей.

Положительное отношение, например, к словам "демократия" и "права человека" выразили 78 % опрошенных в 1991 г. "москвичей" (см.: *Филатов С. Б., Фурман Д. Е.* Религия и политика в массовом сознании // Социологические исследования. 1992. № 7. С.8). Лексика избирательных кампаний в России 1989, 1990, 1991 гг. существенно отличалась от лексики избирательных кампаний конца 1993 и начала 1994 гг. В первых преобладали такие слова, как "суверенитет", "независимость", "рыночная экономика", во вторых - "кризис", "безработица".

В "фокусных группах", сформированных нами в начале 1990-х гг. для исследования проблем электоральной культуры, в качестве трех доминирующих слов-символов, характеризующих ту или иную субкультуру современной России, были названы, например, такие слова-символы, как: "деньги-секс-музыка" – для характеристики субкультуры современной российской молодежи, "порядок-пенсия-льготы" – для характеристики субкультуры современных российских пенсионеров, "земля-механизация-кредиты" – для характеристики современных российских фермеров, "конкуренция-налоги-крыша" – для характеристики субкультуры современных российских предпринимателей, "конверсия-жилье-деидеологизация" – для характеристики субкультуры современных российских военных, "зарплата-безработица-приватизация" – для характеристики субкультуры современных российских работников промышленности. Как нам представляется, здесь в целом были схвачены наиболее яркие и существенные особенности каждой из этих субкультур.

На президентских выборах 1981 года во Франции Жискара д'Эстен и Франсуа Миттеран олицетворяли собой две противоположные культуры. Один пользовался "технократическим" языком (языком менеджмента, цифр, экономических расчетов), другой "гуманистическим" языком (языком морали и эмоций). Первый говорил о прогрессе, технологии международной конкуренции, а второй – о повседневных проблемах (занятости, социальном равенстве, экологии, "качестве жизни"). Если лозунги первого были обращены к французам с "авантюрным" умонастроением ($\frac{1}{3}$ опрошенных), то выступления второго и его лозунг "Спокойной силы" были адресованы избирателям, испытывающим потребность в стабильности, спокойствии и психологическом равновесии (около половины опрошенных). Как писал французский социопсихолог Б. Катля, для победы на выборах 1974 года нужно было быть технократом, тогда как в 1981 году успеха мог достичь только гуманист – "благоразумный отец семейства" (см.: *Cathelat B. Les electeurs de gauche sont-ils conservateurs?* P., 1981. P. 2).

Важное место в конструировании имиджа кандидатов занимает использование ими и их группами поддержки **языка выразительных движений, языка жестов**. Специалисты считают, что **более половины всей информации о людях несут их мимика и жесты**. Они выражают состояния кандидатов и представителей его группы поддержки, их отношение к избирателям. Поза, жест, мимика в известной мере наглядно говорят об их мыслях и эмоциях, принятых ими решениях. Их значения часто расходятся со смыслом речевой информации говорящего. Невольные жесты чаще бывают правдивее слов. Поэтому кандидат и его группа поддержки, равно как и избиратели, должны уметь читать жесты, мимику и позы своих контрсубъектов.

Существуют различные классификации значений мимических единиц и пантомимических позиций. Назовем значения некоторых из них. Так, во время разговора кандидатов друг с другом или с избирателями можно наблюдать самый широкий спектр выражений лица: на одном полюсе – агрессивно-жесткий человек, который обычно смотрит вам прямо в глаза, его собственные глаза широко открыты, губы твердо сжаты, брови нахмурены, говорит он иногда сквозь зубы, почти не двигая губами, а на другом полюсе – некто с непогрешимыми манерами, мла-

денческим взглядом из-под прикрытых век, легкой завуалированной улыбкой, миролюбиво изогнутыми бровями, без единой складки на лбу (вероятнее всего – это способный и контактный человек).

Широкая улыбка, как правило, свидетельствует о прекрасном расположении духа и радости, кривая гримаса после окончания разговора не оставляет сомнения в том, какого человек мнения о своем собеседнике; опущенные плечи, шаркающая походка сигнализирует в зависимости от ситуации о подавленности, разочарованности или полной безнадёжности (см.: *Blatter für Vorgesetzte*. Wiesbaden. 1985. N 7. S. 7).

Если ваш собеседник опускает глаза, а лицо отворачивает в сторону – скорее всего, что он откажет вам в вашей просьбе, пишут, например, в своей книге "Читая человека как книгу" американские исследователи Дж. Ниренберг и Г. Калеро. Наоборот, если собеседник искренне, а не механически улыбается и его подбородок выставлен вперед, то он, вероятно, обдумывает ваше предложение. Если его взгляд встречается на несколько секунд с вашим, и он одновременно улыбается легкой улыбкой, то он склонен принять ваше предложение. Если же он чуть опускает голову, по лицу его скользит улыбка, будьте уверены – ваше предложение будет принято.

Многие считают, что человек, который не смотрит в глаза собеседника, что-то скрывает от него. Подсчитано, что люди смотрят друг на друга от 30 до 60 процентов времени общения. Если два человека во время разговора смотрят друг на друга более 60 процентов времени, то они, вероятно, больше заинтересованы в собеседнике, чем в том, о чем он говорит. Полагают также, что те, кто мыслит абстрактными категориями, стремятся к большему количеству контактов глаз в отличие от тех, кто мыслит конкретными понятиями, потому что у первых больше способности к интегрированию данных и их трудно отвлечь. Люди склонны к зрительному контакту в большей степени тогда, когда они слушают, чем когда они говорят. Обычно человек отводит глаза также тогда, когда задают вопросы, от которых он чувствует себя неудобно, ощущает вину. Когда же человек агрессивен, озлоблен или защищается, контакты глаз резко возрастают, взгляд становится напряженным, силовым.

Многое может "рассказать" о внутреннем мире человека его походка. Люди, которые ходят быстро, размахивают руками, имеют, как правило, ясную цель и готовы немедленно ее реализовать. Те, кто обычно держит руки в карманах, скорее всего повышенно критичны и скрытны, им нравится подавлять других людей. Находящиеся в угнетенном состоянии тоже часто ходят держа руки в карманах, волоча ноги и не поднимая взгляд вверх или в направлении движения.

Человек, держащий руки на бедрах, хочет достичь своих целей кратчайшим путем и за минимальное время, его внезапные вспышки энергии сменяются периодами летаргии, когда он планирует следующий – явно решающий – ход (типичный образец – Уинстон Черчилль). Люди, занятые решением каких-либо проблем, часто ходят с опущенной головой, сцепив руки за спиной, их походка медленная, они часто останавливаются, чтобы пнуть камешек или даже поднять обрывок бумаги, повертеть его и отбросить снова. Самодовольные, несколько заносчивые люди ходят с высоко поднятым подбородком, руки двигаются подчеркнуто энергично, но

ги - словно деревянные, вся походка принужденная, с расчетом произвести впечатление (типичный пример – Бенито Муссолини).

Немалую информацию о человеке несут рукопожатия, посадка, позы рук, наклон головы или туловища, покашливания, почесывания и другие выразительные движения. Их значения полезно знать и использовать участникам электорального процесса, прежде всего кандидатам и их группам поддержки.

Специалисты по нейро-психологическому программированию знают, что у "нормально организованного" правши взгляд вверх и налево сигнализирует о наличии у него зрительно вспоминаемых образов, взгляд вверх и направо – зрительно конструируемых образов, взгляд вперед и налево – аудиально вспоминаемых звуков или слов, взгляд вперед и направо – аудиально конструируемых звуков или слов, взгляд вниз и налево – слуховых ощущений, взгляд вниз и направо – кинестетических ощущений.

Не менее **важным средством конструирования образа кандидата является его голос**. Он включает пять основных элементов:

во-первых, звучность (громкость, слышимость); она придает ему ударность – выразительность, отмечающую относительную важность того или иного слова в предложении и глубину чувства; ее психологической основой является уверенность говорящего и эмоциональный подъем, а физиологической – глубокое, частое и контролируемое дыхание;

во-вторых, темп, характеризующийся: а) быстротой речи в целом (чем важнее содержание, тем более сдержана речь), которая может быть торопливой, возбужденной, вялой, вымученной (большинство людей произносит 120–150 слов в минуту); б) длительностью звучания отдельных слов, которая может указывать на затаенные чувства и нескрываемое волнение; в) интервалами и длительностью пауз; короткая (но не самодовольная, всех оглядывающая, как у некоторых политических деятелей современной России) пауза перед кульминационным пунктом речи – один из способов наиболее ярко подчеркнуть его;

в-третьих, высоту (хороший по высоте голос – мелодичный и выразительный, а плохой – монотонный, слишком высокий или слишком низкий);

в-четвертых, тембр (характерную окраску); хороший тембр – это звучание открытое, насыщенное, ясное, с чистыми вибрациями, а плохой – одышка, хрипота, резкость (пронзительность), гортанность ("заглатывание" звука), гнусавость (носовой резонанс);

в-пятых, артикуляцию и произношение (членораздельность и правильность произношения).

Правильное использование голоса позволяет эффективнее конструировать имидж кандидата, передавать электоральную информацию. Его надо уметь применять в электоральной практике. Например, к моменту, когда М. Тэтчер стала признанным лидером консерваторов, ей удалось избавиться от провинциального линкольнширского акцента, но голос ее сделался слишком высоким и пронзительным, что усиливало и без того расхожее представление о ней как о политике жестком и высокомерном. Пришлось продолжить занятия дикцией, снижать тембр голоса, учиться говорить медленнее. Тем не менее журналистское прозвище "желез-

ной леди" прилипло к ней, создавая и утверждая соответствующий образ политика.

Каждый политический руководитель, лидер или кандидат в таковые имеет свой собственный жизненный цикл. Эти жизненные циклы характеризуются **степенью и продолжительностью популярности** кандидата среди избирателей, **включают периоды внедрения, роста, зрелости и падения.**

Популярность (или рейтинг) кандидата измеряется, как правило, по четырем позициям: известность имени кандидата среди избирателей; реакция (положительная или отрицательная) избирателей на имя кандидата; способность избирателей объяснить свою реакцию на имя кандидата; наличие у избирателей решения голосовать за или против кандидата. При этом важнее знать количество негативных, а не позитивных оценок – даже если вторых больше, чем первых. По мнению ряда экспертов (в частности, Р. Мерфина), в США наличие 20 % негативных оценок кандидату – это уже плохо, 30 % – сигнал к действию, 40 % – кризис. В Латинской Америке наличие 35 % негативных оценок кандидата – неплохо, 45 % – следует обратить внимание, 55 % – кризис. Для России эти показатели выглядят примерно так: 20 % негативных оценок – неплохо, 30 % – следует обратить внимание, 40 % – надо начинать действовать, 50 % – плохо, нужны срочные меры.

На этапе **внедрения** группа поддержки стремится определить целевые группы избирателей для своего кандидата и его нового или обновленного образа. Темп внедрения зависит от новизны кандидата и его образа, от того, насколько его желают избиратели. Обычно модификации образа увеличивают популярность быстрее, чем значительные нововведения или полное обновление, хотя не исключено и обратное. Иногда группе поддержки приходится преодолевать сопротивление избирателей в результате неэффективных прежних ее предложений.

При внедрении нового или обновленного образа кандидата группа поддержки должна учитывать его возможных противников. К таковым относятся:

во-первых, **футофобия** («боязнь, страх будущего») общественного сознания, которая субъективно отражает стабилизирующе-консервативный настрой последнего, а объективно производит как бы проверку этого образа на прочность: выдержит негативную реакцию – жизнеспособен, нет – значит, в чем-то ущербен;

во-вторых, **конкуренция или монополизм** реальных и потенциальных авторов данного образа (ибо авторство одного обычно наносит ущерб возможному авторству другого, а если этот другой – признанный монополист в составлении образов кандидатов, то любой образ, созданный неизвестным автором, может оказаться погребенным в зародыше);

в-третьих, **авторитаризм** в вертикальных взаимоотношениях членов группы поддержки или партии (когда авторы новых идей относительно образа кандидата могут поставить под сомнение престиж верхнего звена группы поддержки или партии, ее руководства);

в-четвертых, **чрезмерная приверженность** автора нового образа своей собственной концепции, своему видению предмета, его неспособности критически отнестись к своему детищу, когда это необходимо;

в-пятых, **само нововведение** в уже существующий образ кандидата, его внутренняя логика (когда и общественное мнение достаточно благосклонно, и мо-

нополизм с авторитаризмом не свирепствуют, и автор благоразумно гибок в отношении к своему созданию, а образ кандидата "буксует", едва зародившись, терпит поражение, или начинает давать прямо противоположный ожидаемому эффект).

На этих противников любого нововведения указал в свое время И. В. Бестужев-Лада (см.: *Бестужев-Лада И. В. "Алгоритм" социального нововведения // Социологические исследования. 1991. № 9*). Они в полной мере относятся и к нововведениям в образе кандидата, к созданию совершенно нового образа кандидата. В какой мере группа поддержки сумеет их преодолеть, в той мере ей удастся внедрение обновленного или нового образа своего кандидата в избирательную кампанию.

На этапе **роста** образ кандидата, в том числе и прежде всего обновленный или совершенно новый, *требует распространения* среди избирателей и их *признания*. От этого зависит темп роста и общий уровень популярности (рейтинга) кандидата, количество голосов избирателей за или против него.

Признание – это последовательный ряд осуществляемых избирателем процедур в отношении кандидата и его образа:

1) **узнавания** – когда избиратель узнает кандидата и его образ среди множества других;

2) **оценивания** – когда избиратель оценивает кандидата и его образ, формирует к нему благоприятное или неблагоприятное отношение;

3) **решения** – когда избиратель принимает решение, делает выбор: принять или отвергнуть кандидата и его образ;

4) **реализации** – когда избиратель своим голосованием/не голосованием реализует принятое решение;

5) **подтверждения** – когда избиратель ищет подкрепления своему решению и может, если столкнется с противоречивой информацией, переменить свое решение при удобном случае, например, при кампании за отзыв депутата или очередных выборах.

Темп (скорость) признания зависит от качеств избирателя, кандидата и его образа, группы поддержки или партии, ее образа, от стратегии и тактики последней на выборах.

Распространение – это процесс проникновения признания кандидата и его образа в различные целевые группы избирателей, охватывающий как этап внедрения, так и весь этап роста, вплоть до этапа зрелости. Его темп обусловлен теми же факторами, что и темп внедрения.

На этапе **зрелости** задача группы поддержки – не рост, а сохранение имеющихся преимуществ в популярности своего кандидата и его образа. Здесь должны учитываться размер существующих целевых групп избирателей, их количество и качества (характеристики, свойства, черты), неохваченные группы избирателей, состояние конкуренции, характер обновления образа кандидата, наличие или отсутствие его замены или возможности дальнейшего обновления, усилия группы поддержки по продвижению своего кандидата и его образа, структуру продвижения, влияние кандидата и его образа на образ группы поддержки. При этом надо

помнить, что не всякий кандидат и его образ может быть оживлен, а его жизненный цикл продлен.

На этапе **падения**, когда кандидат и его образ характеризуются ограниченной популярностью, у группы поддержки есть возможность либо срочно обновить его, либо оживить, изменив тактику и стратегию продвижения, либо прекратить конкуренцию и снять с выборов. Относительно кандидата этот процесс включает:

а) процедуру выбора тех характеристик образа кандидата, которые являются претендентами на устранение (изъятия из его состава);

б) процедуру сбора и исследования информации об этих характеристиках образа;

в) процедуру принятия решения об устранении этих характеристик или всего образа в целом;

г) процедуру изъятия неэффективных характеристик или всего образа из процесса выборов.

Все **жизненные циклы, политического лидера, политического руководителя или кандидата в таковые и его образа** различаются по продолжительности и форме. Можно выделить следующие виды жизненных циклов кандидата и его образа: **традиционный** (когда отчетливо проявляются периоды внедрения, роста, зрелости и падения), **бума** (когда кандидат и его образ имеют чрезвычайно высокую популярность и стабильное продвижение в течение длительного времени), **увлечения** (когда кандидат и его образ имеют быстрый взлет и быстрое падение популярности), **продолжительного увлечения** (когда кандидат и его образ получают быстрый взлет и быстрое падение популярности, но "остаточная" популярность продолжается в размерах, составляющих незначительную долю от прежней), **сезонный** (когда кандидат и его образ популярны и хорошо продвигается на выборах в течение разнесенных во времени периодов), **возобновления** (когда казалось бы устаревший кандидат и его образ вновь получает популярность) и **провала** (когда кандидат и его образ вообще не имели успеха).

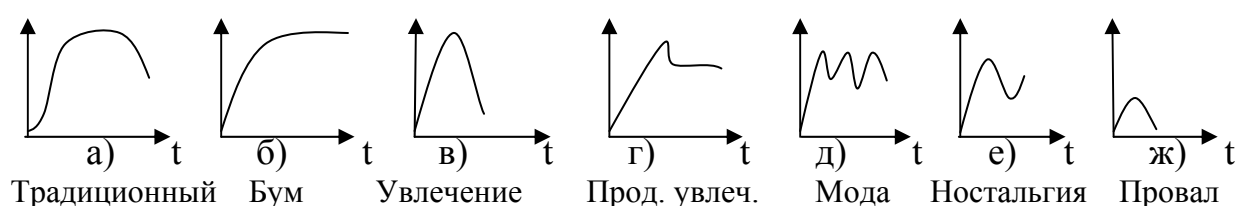


Рис. 6.1. Жизненные циклы имиджа политических лидеров и руководителей

Группа поддержки должна учитывать эти различия в жизненных циклах своего кандидата и его образа, а также в жизненных циклах своих конкурентов. Для этого надо систематически проводить замеры популярности кандидатов, определять их рейтинг. Здесь возможны значительные колебания. Так, уровень популярности Б. Ельцина в избирательных кампаниях 1989 и 1990 гг. был один (самый высокий – до 90 процентов), в избирательную кампанию 1991 г. – другой (значительно ниже – до 57 процентов), весной 1992 г. – третий (еще ниже – чуть более 33 процентов). Только с осени 1991 г. по март 1992 г. число людей, неудовлетворен-

ных деятельностью президента России, выросло на 13 пунктов и достигло 22 процентов. Подобные метаморфозы происходят со многими, если не со всеми, политическими деятелями.

Неотъемлемым элементом современных избирательных кампаний становится **тренинг** кандидатов и членов их групп поддержки. При хорошей организации он позволяет значительно повысить эффективность их участия в выборах. Как отмечает В. Еккеринг (см.: *Еккеринг В. Руководство по тренингу преподавателей*. Берлин, 1990), хорошо организованный тренинг предполагает соответствующее структурирование каждого тренировочного занятия. Важнейшими уровнями такого структурирования являются, во-первых, рамки занятия, во-вторых, его цели и содержание, в-третьих, методы проведения занятия, в-четвертых, планирование занятия по времени, в-пятых, применение вспомогательных средств, в-шестых, результаты занятия. Их надо учитывать при дидактическом структурировании тренировочных занятий с кандидатами. При таком подходе любое занятие можно представить как состоящее из нескольких этапов (отрезков), в каждом из которых определенное тренировочное средство выступает носителем определенной формы тренинга. Наши наблюдения показывают, что тренинг кандидатов и членов их групп поддержки проходит легче, если в начале занятия им представляются и разъясняются его общие рамки, в пределах которых находит свое место тот или иной рассматриваемый вопрос. Здесь можно обсудить смысл рассматриваемого вопроса, выяснить его взаимосвязи с другими вопросами, разъяснить те или иные понятия, дать своего рода обзор предстоящего занятия. Представление этих рамок должно осуществляться не только словесно, но и с применением визуальных средств, например, рисунка на доске, который постоянно находится перед кандидатами во время всего занятия, что облегчает им ориентировку в материале в любой момент. Цели тренинга могут заключаться, например, в систематизированном обзоре определенной темы, составляющей содержание занятия (например, политического, социально-экономического положения страны или региона), или в составлении кандидатами и членами групп поддержки как можно более полного набора подходов и личного опыта (например, в проведении пресс-конференций, интервью, теледебатов с конкурентами, выступлений перед избирателями по телевидению или во время персональных встреч с ними).

Все методы тренинга кандидатов и членов групп поддержки можно подразделить на две основные группы: а) методы, в которых доминируют тренирующие, и б) методы, в которых доминируют тренируемые. К первой группе относятся, например, лекции, беседы (развитие темы с изложением и развитие темы с вопросами), беседы-дискуссии, а ко вторым – индивидуальная работа кандидата, работа в небольших подгруппах, ролевая игра, плановая игра, деловая игра, обмен опытом. Каждый из них имеет свои признаки, сферу применения, преимущества и недостатки. Ни один из этих методов не может заменить или компенсировать другие. Только их разумное сочетание позволяет эффективно подготовить кандидатов и членов их групп поддержки к избирательной кампании.

7. Продвижение индивидов-субъектов в поле политики

А) Определение стратегии и проектирование продвижения

Каждый индивид-субъект, в том числе политический лидер и политический руководитель, как уже отмечалось, в той или иной мере имеет определённое *отношение к политике* и **находится внутри** соответствующего **поля политики** (рис. 7.1)

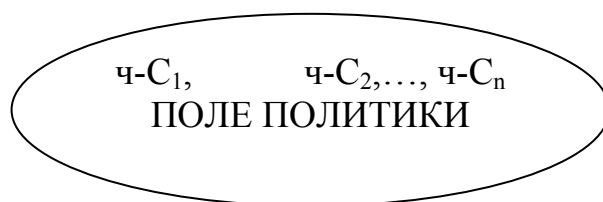


Рис. 7.1. Индивиды-субъекты в поле политики

и является её элементом, когда

$$(ч-С_1, ч-С_2, \dots, ч-С_n) \in \Pi. \quad (7.1)$$

Продвижение индивида-субъекта в поле политики, в том числе **потенциального или актуального (реального, действительного) политического лидера, политического руководителя, кандидата на то или иное место, ту или иную роль или должность в нём, – это его** (и его группы поддержки) **отношения**, в том числе **коммуникативно-деятельные отношения, с другими индивидуальными и коллективными субъектами (контрсубъектами) политики** (например, избирателями), включающие в свой состав соответствующие **ментально-материально-знаковые** (психические акты, действия и высказывания) или **ментально-знаковые** (психические акты и высказывания) **акты-отношения**, в том числе **различные сообщения-высказывания, используемые для их информирования о нём, для их убеждения в необходимости отдать ему предпочтение по сравнению с другими индивидами-субъектами и для напоминания им о нём.** Благодаря этим отношениям индивид-субъект (например, кандидат на то или иное место, ту ли иную роль или должность) и его группа поддержки **оказывают** определённое **влияние на** психические акты и психические образования **контрсубъектов** (например, на стремление, желание избирателей голосовать за достойного с их точки зрения претендента), стараются **поддержать** соответствующие **ожидания контрсубъектов** (например, ожидания достойного кандидата), дают возможность контрсубъектам увидеть и выделить **преимущества данного индивида-субъекта** (кандидата), отличающие его от других индивидов-субъектов (кандидатов), а также **реагируют на** те или иные действия и высказывания **контрсубъек-**

тов. Благодаря этим отношениям индивид-субъект и его группа поддержки могут вызвать у других индивидов-субъектов (контрсубъектов, например, у избирателей) определенные ощущения, восприятия, воспоминания, представления, воображение, мысли, потребности, запросы, предпочтения, мотивационную доминанту, эмоции, волевые решения (например, голосовать/не голосовать за того или иного кандидата, тех или иных кандидатов). Вместе с тем, продвижение порождает нередко нечестные приемы борьбы с конкурентами (например, в безудержной гонке за голосами избирателей), слишком большие и не всегда обоснованные ожидания. Продвижение, как правило, выполняет следующие **функции**:

информирует контрсубъектов (например, избирателей) и своих конкурентов о параметрах продвигаемого индивида-субъекта;

создаёт образ продвигаемого индивида-субъекта;

порождает узнавание продвигаемого индивида-субъекта;

сохраняет популярность продвигаемого индивида-субъекта;

изменяет образ продвигаемого индивида-субъекта **или его использование**;

создаёт энтузиазм среди участников продвижения;

убеждает контрсубъектов (например, избирателей) в необходимости перехода от одного продвигаемого индивида-субъекта к другому;

отвечает на вопросы контрсубъектов (например, избирателей);

создаёт благоприятную информацию о группе поддержки или партии продвигаемого индивида-субъекта;

обеспечивает связь продвигаемого индивида-субъекта с контрсубъектами (например, с избирателями) после той или иной политической кампании (например, после выборов).

Важное место в продвижении индивида-субъекта (например, кандидата) в поле политики занимает правильное и точное **определение его стратегии и стратегии проведения соответствующей политической** (например, электоральной, избирательной) **кампании**, т. е. определение системы планируемых группой поддержки собственных долгосрочных и среднесрочных действий и высказываний в кампании, средств, принципов и правил их осуществления. При этом главное в продвижении – верно **определить место и время** (момент), где и когда контрсубъект (например, избиратель) скорее всего сможет получить сообщение о продвигаемом индивиде-субъекте (например, кандидате) и привлечь внимание к нему. Чтобы выработать эффективную стратегию, группа поддержки должна:

1) **исследовать свои возможности** (способности, средства, ресурсы) в политическом поле, собрать и систематизировать необходимые данные о них, составить более или менее полный их перечень;

2) **определить баланс своих успехов и неудач** в политической и сопряженных с ней сферах, сопоставив их со своими возможностями;

3) **установить сильные и слабые стороны** своих возможностей, исходя из их сопоставления с прошлыми успехами и неудачами, выделив те, которые более всего связаны с политическим процессом.

Можно выделить пять следующих основных видов возможностей участия индивида-субъекта и его группы поддержки в политической кампании:

1) **индивидуально-личностные** – наличие необходимых для участия в кампании (например, в выборах) личностных качеств, свойств у продвигаемого индивида-субъекта и каждого члена его группы поддержки, например: знаний особенностей политического процесса, политического менеджмента, политического маркетинга, общей эрудиции, работоспособности, коммуникабельности, пробивной силы, рассудительности, логического мышления, умения говорить, убеждать, вести дискуссии и переговоры;

2) **организационно-групповые** – наличие так называемого "организационного эффекта" от совместной деятельности членов группы, степени её кооперации, интеграции, синхронизации в пространстве и диахронизации во времени, от действия социально-психологических механизмов заражения, подражания, внушения и других;

3) **пространственно-временные** – географические особенности сегмента политического поля (например, избирательного округа или участка), наличие свободного для участия в кампании времени у добровольцев и его разумное использование;

4) **материально-финансовые** – наличие финансовых ресурсов (денег), бумаги, помещений, средств связи, компьютерной техники, транспорта и других материальных ресурсов;

5) **информационно-коммуникативные** – наличие времени на каналах телевидения и радио, места в газетах и журналах, рекламных щитах, других средствах массовой информации и коммуникации.

Для их обнаружения и исследования группа поддержки может использовать методы самонаблюдения, самоинтервьюирования, самотестирования, изучения собственных документов, самоанализа и т. д. Полученные данные следует зафиксировать и тем самым составить предварительный перечень своих возможностей.

Затем продвигаемый индивид-субъект и его группа поддержки должны рассмотреть "кривую" своей жизни, особенно ту её часть, которая связана с прошлыми политическими кампаниями (например, выборами), выделить из неё наиболее крупные успехи и неудачи, переписать на отдельный лист бумаги, ранжируя по степени важности или каким-либо другим показателям, напротив каждого успеха и каждой неудачи написать те способности, средства, ресурсы, которые привели к этому успеху или отсутствие (недостаток) которых явилось причиной этой неудачи (табл. 7.1 и 7.2).

Таблица 7.1. **Баланс успехов**

№ п/п	Крупнейшие успехи	Способности, средства, ресурсы, приведшие к успеху
1		
2		
3		
4		

Таблица 7.2. **Баланс неудач**

№ п/п	Крупнейшие неудачи	Способности, ресурсы, средства, отсутствие или недостаток которых вызвало неудачу	Благодаря чьему участию удалось преодолеть неудачу
1			
2			
3			
4			
5			

Следующим шагом кандидат и его группа поддержки должны выделить наиболее важные сильные и слабые стороны своих способностей, средств, ресурсов и зафиксировать их (табл. 7.3).

Таблица 7.3. **Соотношение сильных и слабых сторон**

Возможности	Сильные стороны	Слабые стороны
1. Индивидуально-личностные	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
2. Организационно-групповые	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
3. Пространственно-временные	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
4. Материально-финансовые	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.
5. Информационно-коммуникативные	1.	1.
	2.	2.
	3.	3.

Аналогичные процедуры могут быть осуществлены также в отношении своих конкурентов. Это позволит лучше определить свои сильные и слабые стороны, а также практические цели своего участия в кампании.

Применяя системно-синерго-деятельностный подход, группа поддержки должна основывать свою стратегию не на *монологической*, а на *диалогической* коммуникативной модели. **Монологическая модель** (рис. 7.2) предстаёт в виде прямого коммуникативного **воздействия** продвигаемого индивида-субъекта (например, кандидата) и его группы поддержки на контрсубъектов (например, избирателей) и осуществляется в рамках монологического типа политической культуры.

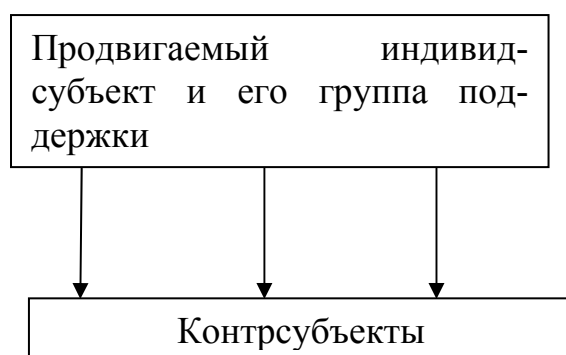


Рис. 7.2. Монологическая модель продвижения

Диалогическая модель (рис. 7.3) осуществляется в рамках диалогического типа политической культуры. Она предстает в виде коммуникативного **взаимодействия** продвигаемого индивида-субъекта (например, кандидата) и его группы поддержки с контрсубъектами (например, с избирателями).

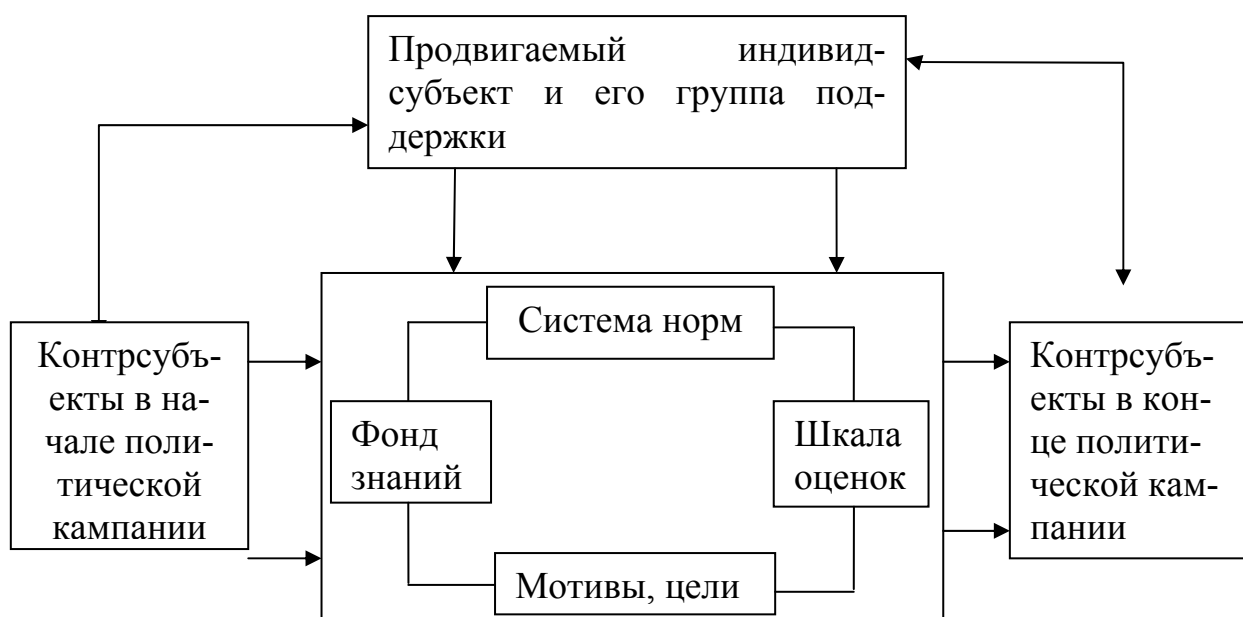


Рис. 7.3. Диалогическая модель продвижения

Здесь продвигаемый индивид-субъект (например, кандидат) и его группа поддержки совместно и одновременно с контрсубъектами (например, с избирателями) на основе коммуникативного взаимодействия друг с другом формируют общую систему политических и иных знаний, оценок и норм, средств их фиксации, хранения и трансляции, а также общую систему мотивов и целей своего участия в политике, политической деятельности и политических отношениях. Это создает условия для более эффективного решения проблем как продвигаемым индивидом-субъектом и его группой поддержки, так и контрсубъектами (например, избирателями). При этом используют различные стратегии:

1) **стратегию недифференцированного (массового) продвижения**, при которой продвигающие индивидов-субъектов группы поддержки ориентируются на недифференцированную массу контрсубъектов (рис. 7.4);

2) **стратегию монодифференцированного продвижения**, при которой продвигающие индивидов-субъектов группы поддержки ориентируются на одну единственную целевую группу контрсубъектов (рис. 7.5);

3) **стратегию полидифференцированного продвижения**, при которой продвигающие индивидов-субъектов группы поддержки ориентируются на несколько (две-три и более) различающиеся и хорошо определённые целевые группы контрсубъектов (рис. 7.6).

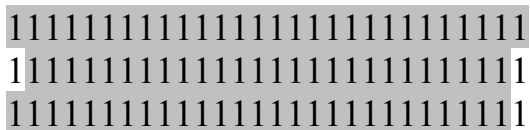


Рис. 7.4. Стратегия недифференцированного продвижения

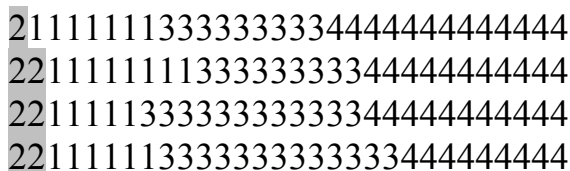


Рис. 7.5. Стратегия монодифференцированного продвижения

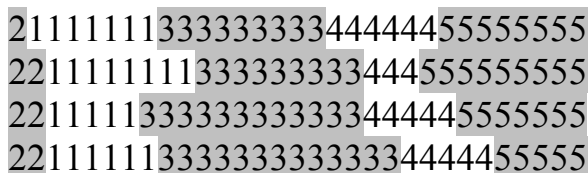


Рис. 7.6. Стратегия полидифференцированного продвижения

Стратегия недифференцированного продвижения ориентируется на широкий круг контрсубъектов с использованием одного общего плана продвижения. Группы поддержки пытаются выйти, как правило, на всех контрсубъектов. Предполагается, что данные контрсубъекты имеют очень схожие характеристики, свойства, качества, в том числе потребности, запросы, предпочтения и инте-

рессы. Для удачного применения стратегии недифференцированного продвижения необходимо, чтобы большая часть контрсубъектов нуждалась в продвигаемых индивидах-субъектах, деятельность которых могла бы привести к удовлетворению этих потребностей, запросов, предпочтений и интересов. В этом случае основная задача группы поддержки, состоит в том, чтобы максимизировать продвижение, осуществляя его во всех возможных точках и получая их признание, поддержку и принятие возможно большим числом контрсубъектов. При этом, как правило, используется один имидж продвигаемых индивидов-субъектов для всех или многих типов контрсубъектов, стандартные, одинаковые каналы и виды продвижения, в первую очередь средства массовой информации.

Стратегия монодифференцированного продвижения направлена на одну узкую целевую группу контрсубъектов через единый специализированный план продвижения, основанный на потребностях, запросах, предпочтениях, интересах и других характеристиках, свойствах, качествах данной целевой группы. Иначе говоря, группа поддержки концентрируется на одной целевой группе контрсубъектов с отличительным набором потребностей, запросов, предпочтений, интересов и других характеристик, свойств, качеств. Её задача – получить признание, поддержку и принятие продвигаемых индивидов-субъектов максимального числа представителей данной целевой группы. Она приспособливает свой план продвижения к данной целевой группе, обходя слабые и используя свои сильные стороны. При этом она использует один имидж продвигаемого индивида-субъекта, все подходящие точки, каналы и виды продвижения, в первую очередь средства массовой информации. Если существуют две и более целевых группы контрсубъектов, то группа поддержки выбирает из них ту, которая создаёт наибольшие возможности для продвижения, учитывая, что наибольшая целевая группа необязательно имеет наибольшие возможности.

Стратегия полидифференцированного продвижения направлена на две или более целевые группы контрсубъектов, каждая из которых характеризуется отличительными признаками, свойствами, качествами, в том числе потребностями, запросами, предпочтениями и интересами. Группа поддержки хорошо определяет особенности каждой из этих целевых групп и в соответствии с этим разрабатывают приспособленный для каждой из них свой специфический план продвижения. Её главная задача – получить признание, поддержку максимального числа представителей каждой из выделенных целевых групп. Она выбирает те целевые группы, в которых может достичь успеха. Ею используется имидж индивида-субъекта, отличительный для каждой целевой группы контрсубъектов, используются все подходящие каналы и виды продвижения, а также все подходящие точки продвижения, различные для различных целевых групп контрсубъектов. Сравнительные характеристики данных стратегий представлены в табл. 7.4.

Таблица 7.4. Стратегии продвижения

Стратегии	Не- диффе-	Монодиф- ференцирован-	Полидиффе- ренцированного
-----------	---------------	---------------------------	------------------------------

	ренциро- ванного продви- жения	ного продвиже- ния	продвижения
Целевые группы	Ши- рокий круг контрсубъ- ектов	Одна хорошо определённая це- левая группа контрсубъектов	Две и более хорошо опреде- лённые целевые группы контрсубъ- ектов
Имидж ин- дивида- субъекта	Один имидж для всех или многих ти- пов контр- субъектов	Один имидж для одной целе- вой группы контрсубъектов	Отличитель- ный имидж для каждой целевой группы контрсубъ- ектов
Каналы и виды про- движения	Все возможные каналы и виды про- движения	Все подхо- дящие каналы и виды продвиже- ния	Все подходя- щие каналы и виды продвижения
Акцент в стратегии	Ори- ентация на различные целевые группы исполни- телей через общий план про- движения	Ориентация на одну конкрет- ную целевую группу исполни- телей через спе- циализированный план продвиже- ния, приспособ- ленный к этой группе	Ориентация на две и более кон- кретные целевые группы исполните- лей через различ- ные планы про- движения, приспособ- ленные к каж- дой группе
Точки про- движения	Все возможные точки про- движения	Все подхо- дящие точки про- движения	Все подходя- щие точки про- движения, различ- ные для различных целевых групп контрсубъектов

Группа поддержки может использовать как каждую из этих стратегий в отдельности, так и их сочетания в зависимости от выявленного ими характера политической ситуации (окружающей среды), наличия в ней недифференцированных, монодифференцированных и полидифференцированных целевых групп контрсубъектов.

Необходимым моментом разработки указанных стратегий продвижения является **определение целевых групп контрсубъектов** (например, избирателей), т. е. определение тех групп, коллективов, коллективно-групповых образований

контрсубъектов на которые эти стратегии *нацелены*. Именно с него – с определения целевых групп контрсубъектов – как правило, должна начинаться данная разработка. В любом случае оно включает последовательный ряд следующих основных шагов:

- 1) определение максимально возможных *характеристик*, признаков, свойств, качеств целевых групп контрсубъектов и их *требований* к продвигаемым индивидам-субъектам;
- 2) исследование и оценивание отдельных *сходств и различий*, присущих представителям данных целевых групп;
- 3) разработку *профилей* целевых групп;
- 4) выделение, выбор тех целевых групп, которые будут поддерживать продвигаемого индивида-субъекта.

При этом целевые группы контрсубъектов должны отвечать определённым требованиям:

- 1) между целевыми группами должны быть установлены достаточно существенные *различия*, иначе возможна лишь недифференцированная стратегия продвижения;
- 2) в каждой целевой группе между их членами должно быть достаточно существенное *сходство*, чтобы их можно было объединить в данную целевую группу и выбрать специфическую для неё стратегию продвижения;
- 3) характеристики, сильные и слабые стороны целевых групп и их требования к политическим индивидам-субъектам должны быть *измеряемы*, должны иметь *количественные параметры*, в том числе для того, чтобы можно было определить направляемые на них усилия;
- 4) состав членов целевых групп должен быть *существенным и устойчивым* по их основным объединяющим признакам, чтобы на них можно было ориентироваться при продвижении; в частности, целевые группы должны быть достаточно *большими*;
- 5) члены целевых групп контрсубъектов должны быть достаточно *доступными* для тех, кто осуществляет продвижение.

При определении целевых групп контрсубъектов могут учитываться различные критерии, каковыми выступают те или иные параметры характеристик, признаков, свойств или качеств телесного, ментального, духовного, социального, вещного, экономического, политического, пространственно-временного и иного потенциала входящих в них людей. В частности, количество, мера организованности, пол, возраст, уровень образования, национальность, состав семьи, а также род занятий, профессия, социальная мобильность или уровень доходов входящих в эти целевые группы людей.

Чтобы **продвижение** было эффективным, оно **должно проектироваться (планироваться)**. Проектирование же продвижения представляет собой систематическое принятие решений, касающихся всех сторон этой деятельности. План продвижения состоит из **определения его целей, бюджета и структуры**.

Цели продвижения состоят во-первых, в **стимулировании спроса** у контрсубъектов (например, у избирателей) на того или иного политического индивида-субъекта (например, кандидата), того или иного его образа, во-вторых, в **улучше-**

нии образа продвигаемого индивида-субъекта (например, кандидата) и образа его группы поддержки или партии. Все они могут быть определенным образом иерархически упорядочены. Этот иерархически упорядоченный ряд *среднесрочных и долгосрочных целей* продвижения включает:

а) *формирование* у контрсубъектов (например, избирателей) *желания* участвовать в политике, в политической кампании (например, в выборах), *спроса* на определенный тип индивидов-субъектов, желания поддерживать их (например, голосовать за них);

б) *получение* контрсубъектами (например, избирателями) *информации* о характеристиках (качествах, свойствах, чертах) продвигаемого индивида-субъекта (например, кандидата), *формирование* у них его *образа*, обеспечение его узнавания контрсубъектами (избирателями);

в) *формирование* у контрсубъектов (избирателей) *благожелательного отношения* (положительных эмоций, мыслей) и *предпочтения* к продвигаемому индивиду-субъекту (кандидату);

г) *формирование* у контрсубъектов (избирателей) *значительного предпочтения* в отношении продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), *убеждения* в необходимости поддерживать его (голосовать за него), *поддержание* и *сохранение* у них этого намерения;

д) *реальные* идеально-знаковые акты-отношения (высказывания), материально-знаковые акты-отношения (высказывания и действия) или материально-незнаковые *акты-отношения* (действия) определенного количества контрсубъектов (избирателей) в поддержку продвигаемого индивида-субъекта (кандидата).

Цели и задачи по продвижению индивида-субъекта в поле политики (например, по продвижению кандидата в электоральном поле) меняются в зависимости от этапа его жизненного цикла:

на этапе внедрения – привлечение внимания к продвигаемому индивиду-субъекту (кандидату), *создание* для него *целевых групп*;

на этапе роста – признание продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) у контрсубъектов (у избирателей) и *проникновение* признания в различные их целевые группы;

на этапе зрелости – стабилизация популярности и сохранение достигнутых преимуществ;

на этапе падения – оживление, частичное или полное обновление образа продвигаемого индивида-субъекта (кандидата).

Следуя по этой иерархии целей, продвигаемый индивид-субъект (кандидат) и его группа поддержки могут переходить *от информирования к убеждению*, а затем *к напоминанию* контрсубъектам (избирателям) о своих предложениях. На первых этапах, когда продвигаемый индивид-субъект (кандидат) мало известен, целью является *первичный спрос* на определенную категорию политических индивидов-субъектов (кандидатов). На более поздних этапах, когда целью становится *предпочтение* продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), группа поддержки пытаются удовлетворить *селективный спрос* на конкретный образ продвигаемого индивида-субъекта (кандидата). Иногда эту иерархию целей используют, чтобы возобновить интерес к зрелым индивидам-субъектам (кандидатам) и их образам.

Установление бюджета продвижения осуществляется либо по остаточному принципу, либо по принципу прироста к предыдущим ассигнованиям, либо по принципу паритета с конкурентами (законодательство многих стран предусматривает именно этот принцип), либо по принципу увязки и соответствия ассигнований целям и решаемым группой поддержки задачам. Но в любом случае на продвижение требуется немало средств и их обязательно предусматривают и выделяют.

Структура продвижения – это общая и конкретная коммуникативная программа продвигаемого индивида-субъекта и его группы поддержки, состоящая из сочетания различных каналов и видов (форм) продвижения. Она составляет основную и важнейшую часть плана (проекта) продвижения.

Каналы продвижения могут быть *прямыми и косвенными* (в зависимости от того, отсутствуют или имеются посредники между группой поддержки с продвигаемым ею индивидом-субъектом и контрсубъектами), *простыми и сложными* (в зависимости от числа посредников, когда таковые имеются). Они характеризуются *длиной* (числом независимых посредников, расположенных во времени) и *шириной* (числом независимых посредников, расположенных в пространстве, например, при узком канале группа поддержки продвигает своего индивида-субъекта через несколько независимых посредников, при широком – через многих).

Интенсивность использования этих каналов продвижения может быть различной. При *эксклюзивном (ограниченном) использовании каналов продвижения* группа поддержки резко ограничивает число независимых посредников в подконтрольном ей сегменте политического поля, стремится к престижному образу продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), контролю над каналами продвижения и высокой эффективности своего участия в политической кампании (например, в выборах). При *избирательном использовании каналов продвижения* она имеет среднее число независимых посредников, пытается сочетать контроль над каналами, престиж образа продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) с хорошей эффективностью своего участия в политической кампании (в выборах). При *интенсивном использовании каналов продвижения* группа поддержки имеет большое число независимых посредников, стремится к влиянию на широкий круг целевых групп контрсубъектов (избирателей), сочетать массовую стратегию с высокой эффективностью своего участия в политической кампании (в выборах). По мере прохождения индивида-субъекта (кандидата) и его образа по жизненному циклу она может переходить от эксклюзивного использования каналов продвижения к избирательному, а затем к интенсивному или наоборот: от интенсивного к избирательному, а затем к эксклюзивному. При этом может применяться либо экстенсивный, либо исключительный, либо выборочный метод. *Экстенсивный метод* предполагает размещение сообщения о кандидате во всех возможных каналах и точках продвижения, *исключительный* – в каком-то одном канале, какой-то одной точке, а *выборочный* – в двух-трех и более каналах, точках.

Выбор каналов и методов продвижения, интенсивность их использования зависит от местонахождения участников продвижения, их количества, размеров сегмента политического поля (например, избирательного округа или участка), возможностей группы поддержки, продвигаемого ею индивида-субъекта (канди-

дата), характера его образа, посылаемых сообщений, канала продвижения и других факторов. Во многих случаях выбор канала продвижения – наиболее важное решение группы поддержки. При этом ей необходимо учитывать, что чем больше посредников она использует, тем меньше у нее непосредственных контактов с контрсубъектами (избирателями) и тем ниже степень её контроля над ними и над структурой продвижения.

Тем не менее, роль посредников и, следовательно, каналов продвижения чрезвычайно велика. Они, в силу своей близости к контрсубъектам (избирателям), имеют хорошее представление об их характеристиках, потребностях, целях. Поэтому их используют в качестве экспертов при исследовании электоральной среды, формировании образа продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), поиске претендентов на продвижение, их распределении по сегментам политического поля (например, по избирательным округам). Через них воздействуют на контрсубъектов (избирателей), их поведение (например, при голосовании), на продвижение продвигаемого индивида-субъекта, на результаты его продвижения (например, на избрание кандидата).

Продвижение индивида-субъекта (кандидата) и его образа происходит значительно легче в освоенных группой поддержки каналах продвижения или с известным в них индивидом-субъектом (кандидатом). Сложнее проникнуть в существующие каналы новой группе поддержки, новому индивиду-субъекту (кандидату) или обновленному образу известного индивида-субъекта (кандидата). Определенные сложности для группы поддержки вызывает необходимость освоения новых, ранее не используемых каналов.

Кроме каналов продвижения группа поддержки использует различные виды (формы) продвижения. Можно выделить **три основных вида продвижения**: политическую рекламу, политическое паблисити (в переводе с английского "предоставлять гласности") и персональные встречи. **Политическая реклама** – это любая оплачиваемая форма неличностного продвижения индивида-субъекта (кандидата) и его образа в политическом поле. **Политическое паблисити** – это неличностное и неоплачиваемое группой поддержки стимулирование спроса на того или иного политического индивида-субъекта (кандидата) и его образ посредством использования различных источников информации и сообщений (например, презентаций на радио, телевидении, в газетах), которые косвенно влияют на мнение контрсубъектов (избирателей). **Персональные встречи** – это устное представление продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) и его образа в ходе непосредственных личностных контактов его самого с контрсубъектами (избирателями).

Как правило, *в продвижении* политических индивидов-субъектов *используется не какая-нибудь одна форма продвижения, а их комбинация*. При этом каждый вид продвижения выполняет различные функции и поэтому дополняет другие. Реклама ориентирует на большие аудитории и информирует о продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате). Паблисити даёт широкой аудитории достоверную информацию, приводит к краткосрочному росту популярности продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) и дополняет рекламу, но её содержание и время появления не контролируется или слабо контролируется группой поддержки. Персональные встречи обеспечивают личный контакт, гибкость взаимоотношений про-

двигаемого индивида-субъекта (кандидата) с контрсубъектами (избирателями), развивают вызванный рекламой и паблисити первоначальный интерес, но ограничены масштабами аудитории.

Структура продвижения зависит от характеристик группы поддержки, жизненного цикладвигаемого индивида-субъекта (кандидата) и его образа, доступа к каналам продвижения и степени их поддержки. Небольшая группа поддержки ограничена в видах рекламы. Крупная группа поддержки действует в рамках большого сегмента политического поля (например, региона), может делать акцент на рекламе и персональных встречах. По мере того, как индивид-субъект (кандидат) и его образ движется по своему жизненному циклу, меняется содержание сообщения и структура продвижения.

Некоторые средства массовой информации могут быть недоступными. Участники каналов продвижения могут требовать особых форм продвижения или средств. В целом же при разработке структуры продвижения учитываются такие факторы, как *контрсубъекты* (большой разброс целевых групп контрсубъектов определяет целесообразность рекламы, для большой целевой группы предпочтительнее персональные встречи), *бюджет* (ограниченный бюджет исключает рекламу по телевидению и концентрирует усилия на персональных встречах), *продвигаемый индивид-субъект* (индивид-субъект, которого трудно отличить от конкурентов, больше требует персональных встреч), *конкуренция* (каждая группа поддержки устанавливает свою собственную структуру продвижения после изучения конкурентов), *средства информации* (те, которые доступны для данной группы поддержки), *существующее законодательство* (определяющее, в частности, порядок продвижения).

Чрезвычайно важно учитывать и то, что информация о продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате) проходит также *через межличностные коммуникативные каналы*, через обсуждение между контрсубъектами (избирателями) увиденного по телевидению, услышанного по радио или на персональной встрече, прочитанного в газете или листовке. Информация о продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате), его образ из одного канала попадает в другие каналы, в том числе в канал межличностного общения контрсубъектов (избирателей), образуя *второй слой аудитории*, весьма специфический.

Межличностные каналы информации являются своеобразными показателями эффективности использования других каналов (например, средств массовой информации). Вместе с тем они являются их резонатором. Узнавая что-нибудь из средств массовой информации или листовок о продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате) и обсуждая их, контрсубъект (избиратель) продолжает осмысливать полученную информацию, проникать в её суть. Контакт с другими контрсубъектами (избирателями) оказывает на него тонизирующее воздействие и способствует более активной переработке и усвоению услышанного, прочитанного, увиденного. В ходе контактов с другими контрсубъектами (избирателями) телезритель, радиослушатель, читатель не только может получить ответы на некоторые вопросы повседневной жизни, но и испытать удовлетворение от приобщения к ведущейся по другим каналам продвижения дискуссии между продвигаемыми индивидами-субъектами (кандидатами).

Ближайшей аудиторией обсуждения сообщений о продвигаемых индивидах-субъектах (кандидатах) являются члены семьи, родственники, товарищи по работе. Именно с ними в первую очередь делятся контрсубъекты (избиратели) своими впечатлениями. Но, с другой стороны, именно они оказывают обратное воздействие на характер этих впечатлений.

Набор сообщений, передаваемых по каналам продвижения, и истолкование их содержания в немалой степени зависят от соответствия предложенных там оценок и образцов оценкам и образцам ближайшего окружения получателя сообщения, а также от склонности его к общению с этим окружением. Люди склонны соглашаться с мнением большинства своего ближайшего окружения, независимо от того, соответствует оно объективной истине или нет. Они вынуждены соотносить свои высказывания и действия с оценками своих ближних потому, что именно с их стороны они встречают одобрение или негативные санкции. Вот почему группа поддержки не должна рассматривать слишком упрощенно восприятие того или иного сообщения о продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате) в используемых ею каналах продвижения и реакцию на него контрсубъектов (избирателей). Она должна учитывать характер связи получателя сообщения с его ближайшим окружением. Это позволит ей вполне понять механизм влияния данных каналов на продвижение индивида-субъекта (кандидата), предсказать его результаты с большей точностью. Нередко апелляция только к знаниям и разуму приводит к неудовлетворительному результату. Дело в том, что контрсубъекты (избиратели) очень часто не находятся в непосредственном контакте с реальным продвигаемым индивидом-субъектом (кандидатом) или предметом, о котором сообщается в послании к ним. Они являются лишь приемниками получаемых ими сообщений об этом индивиде-субъекте (кандидате) или предмете. Эти сообщения опосредуют восприятие контрсубъектов (избирателей). Необходимо проследить весь путь сообщений, адресованных контрсубъектам (избирателям), от источников сообщения до адресата.

Б) Политическая реклама

Сегодня невозможно представить поле политики выборы без политической рекламы и паблисити (косвенной и неоплачиваемой рекламы). Умелая реклама является мощным средством продвижения индивидов-субъектов, их образов и политических программ в поле политики. Поэтому доля выделяемых на неё средств в общей массе расходов при проведении политических кампаний неуклонно растет.

Политическая реклама стремится эмоционально воздействовать на политических контрсубъектов (избирателей), привлекать их на сторону конкретных индивидов-субъектов (кандидатов) и стоящих за ними партий, групп поддержки. Её основные задачи:

а) преподнести политическим контрсубъектам (избирателям) в крайне доступной, эмоциональной, лаконичной, оригинальной, легко запоминающейся форме суть политической позиции продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), настроить их (избирателей) на поддержку этой позиции, этого индивида-субъекта (кандидата);

б) сформировать и внедрить в психику политических контрсубъектов (избирателей) определенный образ продвигаемого индивида-субъекта (кандидата);

в) создать у политических контрсубъектов людей (избирателей) желаемую психологическую мотивацию и установку, предопределяющую направленность их эмоций, предпочтений, а затем высказываний и действий.

Политическая реклама имеет свои положительные и отрицательные стороны, достоинства и недостатки. Положительной стороной политической рекламы является, например, то, что она может привлечь большое число географически разбросанных политических контрсубъектов и их целевых групп. Для печатных источников информации тираж дополняется передачей издания от одного человека (избирателя) к другому. Расходы на одного политического контрсубъекта (избирателя) невелики. Может использоваться широкий диапазон средств: от национального телевидения до местных газет и местного радиовещания, кабельного телевидения. Группа поддержки контролирует содержание рекламного сообщения, его графическое оформление, время, размер или длительность. Единое сообщение передается всем политическим контрсубъектам (избирателям), а когда оно в печатном виде, то они могут изучаться повторно. Окружающий это сообщение редакционный материал (новости или телевизионное шоу) увеличивает количество читателей или зрителей, улучшает образ продвигаемого индивида-субъекта, создаёт для формирования этого образа подходящее настроение. Реклама прокладывает дорогу персональным встречам, ибо порождает информированность политических контрсубъектов (избирателей) и их благожелательное отношение к продвигаемому индивиду-субъекту (кандидату). Реклама позволяет группе поддержки демонстрировать своим посредникам, каналам продвижения наличие спроса у политических контрсубъектов (избирателей) на продвигаемого ею индивида-субъекта (кандидата). Отрицательной стороной политической рекламы является то, что ей не хватает гибкости, её трудно приспособить к нуждам и особенностям целевых групп политических контрсубъектов (избирателей). Поскольку аудитория средств массовой информации крайне широка, то при размещении в них рекламы продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) значительная часть этой аудитории может оказаться бесполезной для группы поддержки и продвигаемого ею индивида-субъекта (кандидата). Некоторые виды рекламы требуют слишком больших расходов, даже если издержки на одного политического контрсубъекта (избирателя) невелики. Из-за своей краткости большинство рекламных сообщений часто не содержат необходимого объёма полезной информации. Поскольку реклама носит неличный характер, обратную связь получить затруднительно, а быстро – почти невозможно.

Политическая реклама нуждается в *планировании*, которое состоит из следующего ряда этапов и процедур:

а) установления целей рекламы;

б) назначения ответственных за те или иные участки рекламной деятельности;

в) определения бюджета рекламной деятельности и поиска источников ее финансирования;

г) разработки тем рекламных сообщений, отражаемых в них жизненных проблем и путей их решения;

- д) выбора конкретных средств и форм рекламы;
- е) создания рекламных сообщений;
- ж) выбора времени и места передачи рекламного сообщения;
- з) определения возможности совместных усилий со своими сторонниками;
- и) установления успеха или неудачи, эффективности используемой рекламы.

Осуществляя эти процедуры, продвигаемый индивид-субъект и его группа поддержки учитывают ряд факторов. Например, цели рекламы могут состоять в информировании контрсубъектов (избирателей) о новом продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате), новых условиях, возникших политической ситуации, о содержании политической программы и личностных качествах продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), в сокращение времени на персональных встречах, в стремлении вызвать у контрсубъектов (избирателей) предпочтение в отношении того или иного продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), в увеличении посещаемости персональных встреч, в стремлении достичь приверженности данному индивиду-личности (кандидату), в стремлении напомнить о нём, стабилизировать его популярность, поддержать его узнаваемость, создать селективный спрос на данного индивида-субъекта (кандидата) или общий спрос на политических индивидов-субъектов (кандидатов).

Назначая ответственных за рекламу или какую-нибудь часть рекламной деятельности, группа поддержки может использовать как свои собственные подразделения, своих собственных членов, так и внешние специализированные подразделения, посредников – рекламные агентства, художественные мастерские и т. д. Решение об использовании внешних специализированных подразделений зависит от опыта группы поддержки в сфере рекламной деятельности, имеющихся в её распоряжении ресурсов и значения для неё того или иного вида рекламы. При определении бюджета на рекламу группа поддержки распределяет ассигнования по видам рекламы, по используемым средствам рекламы. Она учитывает издержки различных альтернатив, количество повторений каждого рекламного сообщения, уровень цен средств информации, стоимость рекламных сообщений, свою реакцию на случай падения популярности продвигаемого ею индивида-субъекта (кандидата), участников рекламного продвижения. Стоимость рекламы определяется двояко: во-первых, определяются общие расходы на то или иное рекламное средство, во-вторых, определяется стоимость рекламы на одного контрсубъекта (избирателя).

Выбирая средства рекламы, группа поддержки учитывает наличие бесполезной аудитории, охват, частоту, стабильность сообщения, степень его воздействия, наполненность и срок представления. Бесполезная аудитория – это та часть контрсубъектов (избирателей), которая не является целевой группой продвигаемого индивида-субъекта (кандидата). Охват характеризует число контрсубъектов (избирателей) в той или иной аудитории (например, тираж печатного издания и степень передачи каждого экземпляра новому контрсубъекту). Частота определяет, как часто может быть использовано то или иное средство рекламы. Устойчивость сообщения показывает, как часто данное рекламное сообщение попадает на глаза контрсубъектам и насколько долго оно запоминается ими. Степень воздействия представляет собой способность того или иного рекламного средства стимулиро-

вать контрсубъектов к поддержке продвигаемого индивида-субъекта (например, к голосованию за данного кандидата). Наполненность характеризует число рекламных сообщений, содержащихся в одной телепрограмме, радиопрограмме, одном издании и т. д. Срок представления – это период, который требуется информационному источнику для размещения рекламы.

Политическая реклама бывает *информативной, убеждающей, напоминающей*. Первая рассказывает о новом продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате) или его новых характеристиках, формирует его образ, исправляет неправильные представления о нём и преобладает на этапе внедрения. Вторая формирует предпочтение к продвигаемому индивиду-субъекту (кандидату), поощряет к переключению внимания контрсубъектов (избирателей) к данному индивиду-субъекту (кандидату), убеждает их поддерживать его (например, голосовать за него) и приобретает особую значимость на этапе роста. Третья напоминает контрсубъектам (избирателям) о продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате), удерживает его в их памяти, поддерживает их осведомленность о нём и их стремление поддержать его (например, голосовать за него), важна на этапе зрелости.

Создание рекламных сообщений связано с определением их содержания, графика работ, места сообщения в телепередаче, радиопередаче, печатном издании, количества используемых вариантов базового сообщения. Выбор времени и места передачи рекламного сообщения требует решить: где и сколько раз данное сообщение будет передано, в какое время суток.

При политической рекламе контрсубъекты (избиратели) имеют дело не с реальным продвигаемым индивидом-субъектом (кандидатом), а с посланиями (сообщениями) о нём. Поэтому традиционная (монологическая) модель рекламной формы продвижения выглядит так, как это представлено на рис. 7.7.

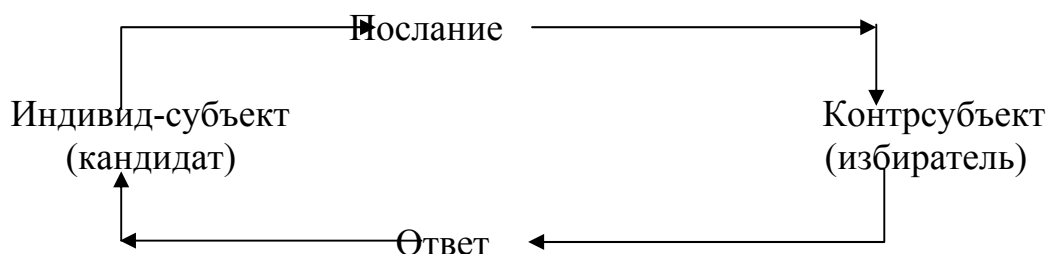


Рис. 7.7. Монологическая модель рекламной формы продвижения

Однако ответ контрсубъекта (избирателя) можно рассматривать как его послание продвигаемому индивиду-субъекту (кандидату), а послание продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) – как его ответ контрсубъекту (избирателю). Между ними на самом деле происходит обмен посланиями-ответами. Более того, послание-ответ контрсубъекта (избирателя) является результатом его взаимодействия с посланием-ответом продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), а послание-ответ продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) – результатом его взаимодействия с посланием-ответом контрсубъекта (избирателя). Взаимодействие продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) с посланием-ответом контрсубъекта (избирателя) производит послание-ответ продвигаемого индивида-субъекта

(кандидата) контрsubjекту (избирателю), а взаимодействие контрsubjекта (избирателя) с посланием-ответом продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) производит послание-ответ контрsubjекта (избирателя) продвигаемому индивиду-субъекту (кандидату). В этой модели акцент делается не на контрsubjекте (избирателе), продвигаемом индивиде-субъекте (кандидате) или послании-ответе, а на самом взаимодействии контрsubjекта (избирателя) и продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) с посланиями-ответами. Контрsubjект (избиратель) и послание-ответ продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), продвигаемый индивид-субъект (кандидат) и послание-ответ контрsubjекта (избирателя) рассматриваются симметрично.

Кроме продвигаемого индивида-субъекта (кандидата), его группы поддержки и контрsubjектов (избирателей) в политической коммуникации участвуют другие продвигаемые индивиды-субъекты – контр-контрsubjекты (другие кандидаты), и их группы поддержки, а также соседи, журналисты, товарищи по работе и т. д.. Все они взаимодействуют с посланиями-ответами друг друга. Поэтому традиционная (монологическая) модель рекламной формы продвижения может быть трансформирована в так называемую диалогическую (рис. 7.8).

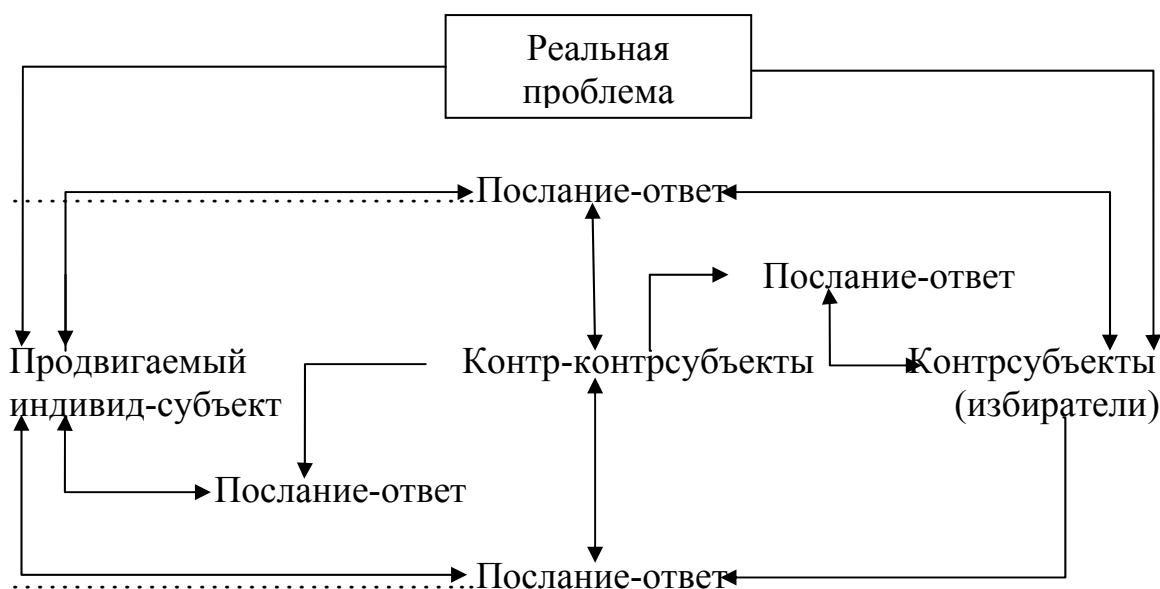


Рис. 7.8. Диалогическая модель рекламной формы продвижения

Рекламное послание (сообщение) содержит в себе не только то, «что сказано или показано», но и то, «кем сказано или показано». Источник информации является, следовательно, составной частью послания. Если он воспринимается контрsubjектами (избирателями) положительно, то к тому, что было сказано или показано, они относятся положительно. Если же, наоборот, источник информации воспринимается контрsubjектами (избирателями) отрицательно, то они относятся к посланию с недоверием.

Кроме того, послание содержит в себе еще две части: «как сказано или показано» (способ подачи информации) и «кому сказано или показано» (ориентация на определенного адресата информации). Кроме того, как отметил А. Моль (см.:

Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973), всякое сообщение, в том числе и рекламное сообщение, характеризуется некоторым *соотношением банальности, оригинальности, избыточности, новизны и понятности* (рис. 7.9).

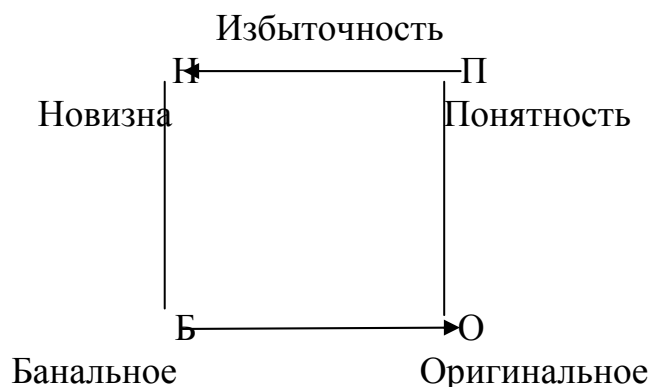


Рис. 7.9. Содержание послания-сообщения

В зависимости от нормы содержания информации рекламное сообщение можно поместить в какой-то точке на горизонтальной шкале «Б–О» в промежутке между полной банальностью (классический пример: бесконечное повторение одних и тех же знаков) и полной оригинальностью (например: случайное сочетание равновероятных знаков). Разница между числом знаков в сообщении и их минимальным числом, необходимым для передачи того же количества информации, называется избыточностью. Избыточность изменяется как величина, обратная информации (горизонтальная шкала «Н–П»). Понятность сообщения зависит от его избыточности. Для наиболее банального сообщения она имеет максимальное значение и нулевое – для самого оригинального. Соотношение вертикальной и горизонтальной шкал, показанное наклонными прямыми «Б–П» и «Н–О», выражает эту важную закономерность. Как отправитель, так и получатель сообщения должны иметь более или менее совпадающий перечень используемых ими знаков, хотя совпадение их никогда не бывает абсолютно точным.

Для того чтобы нести какую-либо информацию, сообщение должно нести в себе нечто непредсказуемое, оригинальное. Отправитель сообщения должен выбирать слова из имеющегося перечня таким образом, чтобы это было в каком-то отношении неожиданным для получателя. Именно эта неожиданность и вызывает интерес у получателя сообщения, хотя она и не должна быть избыточной. Получатель должен быть в состоянии разобраться в поступающей последовательности символов, сохранить возможность с некоторой степенью вероятности на основе уже переданной части сообщения делать правильные догадки относительно его ожидаемого продолжения. Текст сообщения должен быть предсказуем и непредсказуем одновременно.

Если мы имеем цепочку букв: «А – Б – В» и заранее известно, что после А может последовать Б и только Б, а после Б – В и только В, то весь ряд оказывается полностью предсказуем уже по первой букве («полностью избыточной»). Высказывание типа «Волга впадает в Каспийское море» для человека, которому это уже известно, никакой информации не несет, поскольку является единственно воз-

возможным, им нельзя построить в пределах нашего жизненного опыта и здравого смысла альтернативного высказывания. Но, предположим, что мы имеем некоторую цепочку событий (рис. 7.10).

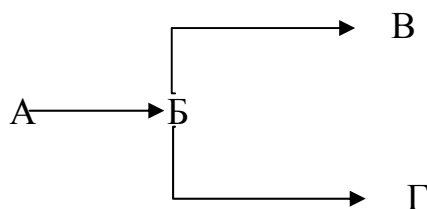


Рис. 7.10. Цепочка событий

Здесь после события Б могли бы последовать события В или Г с равной степенью вероятности. В этом случае сообщение типа: «Имело место А – Б – В» или «Имело место А – Б – Г» заключало бы в себе известную минимальную информацию. Информация противоположна автоматизму: там, где одно событие автоматически имеет следствием другое, информации не возникает. Величина потенциальной информации зависит от наличия альтернативных возможностей.

Чтобы политическая реклама была эффективной, следует придерживаться ряда правил её разработки и использования. Например, группа поддержки должна:

а) чётко отдавать себе отчет в том, для кого предназначена реклама, кому она адресована, а также кому адресован содержащийся в ней образ продвигаемого индивида-субъекта (кандидата);

б) делать всё возможное, чтобы продвигаемый ею индивид-субъект (кандидат) и содержащийся в рекламном сообщении его образ были заметны на политическом рынке, чтобы их не могли перепутать с другими продвигаемыми индивидами-субъектами (кандидатами), другими образами, найти какой-нибудь выразительный, запоминающийся символ для них, максимально продемонстрировать контрсубъектам (избирателям), какие именно выгоды они смогут получить, если будут поддерживать продвигаемого индивида-субъекта (например, голосовать за него), проиллюстрировать им его неповторимые качества (свойства, черты, характеристики);

в) опираться не столько на эмоции сами по себе, сколько на эмоциогенные факты, демонстрировать контрсубъектам (избирателям), как они с помощью продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) смогут разрешить свои проблемы, удовлетворить свои потребности, заручившись при этом официально зарегистрированным мнением экспертов о предлагаемых данным индивидом-субъектом (кандидатом) способах решения этих проблем;

г) побольше использовать в рекламном сообщении иллюстраций и помнить, что фотография лучше, чем рисунок, привлекает внимание, создает в глазах контрсубъектов привлекательный образ, вызывает доверие;

д) сформулировать броские заголовки и подзаголовки рекламных текстов, используя простой язык, общедоступные термины и выражения;

е) не утомлять контрсубъектов рекламой, не делать её слишком назойливой, проявлять изобретательность, использовать нововведения, нетрадиционные подходы;

ж) не прекращать рекламу до тех пор, пока она полностью не исчерпала свой потенциал, помнить, что повторное сообщение даёт больший эффект, чем разовое.

Кроме того, группа поддержки должна учитывать, что запоминаемость – плохой измеритель эффективности рекламы, что легче изменить поведение, чем отношение, что одно рекламное сообщение может сильно сказаться на узнавании продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) и его образа, что при помощи интенсивной рекламы легче улучшить оценки малоизвестного индивида-субъекта (кандидата), чем хорошо известного (установлено, что продвигаемый индивид-субъект с высокой популярностью не должен участвовать в теледебатах, ибо, как правило, после них его рейтинг либо падает, либо остаётся тем же), что эффективность рекламы возрастает во время длительных политических кампаний.

Опыт проведения избирательных и других рекламных кампаний свидетельствует, как это отмечает специалист по рекламе Г. Картер (см.: *Картер Г. Эффективная реклама*. М., 1991), что эффективность текста обеспечивается тогда, когда его автор:

а) высказывается просто, упрощает и оттачивает мысли, использует повседневные слова и краткие предложения, избегает специального жаргона;

б) высказывается интересно, увлекательно и с воодушевлением, возбуждая любопытство, избегает длинных нудных перечислений, экстравагантных утверждений (ибо контрсубъектов интересуют выгоды, которые можно извлечь из рекламируемого индивида-субъекта);

в) высказывается прямо, быстро переходит к сути дела, экономит предложения, убирает ненужные слова (особенно прилагательные), но не жертвуйте словами, необходимыми для поддержания стиля или ритма;

г) высказывается утвердительно, заявления отрицательного характера переделывает в утвердительные высказывания побудительного типа (например, фраза «Не упустите своего шанса!» звучит слабее фразы «Мы даем Вам шанс улучшить свою жизнь. Сделайте свой выбор сегодня же!»), избегает отрицательных наставлений (выражениям типа «Почему бы не зайти в нашу штаб-квартиру?» находит утвердительно-позитивные замены типа «Познакомьтесь с нашей штаб-квартирой прямо сейчас!»);

д) руководствуется здравым смыслом, в своих утверждениях рассчитывайте на то, чтобы их понял человек среднего ума;

е) излагает факты, расцвечивает свою аргументацию, но осторожно и умеренно, когда этого требует стиль изложения или красочность подачи материала, завершая сообщение как можно быстрее;

ж) остается кратким, делает небольшие по площади участки текста, чтобы их легко можно было охватить взглядом, написав, сокращает, сокращает, сокращает;

з) всегда бывает правдивым и благопристойным, не похожим на других и оригинальным, подаёт материал как-то необычно (для этого использует заголовки, иллюстрации, текст, девизы, конфигурацию сообщения), но не выглядит нелепым, глупым или слишком умным;

и) повторяет наиболее важные аргументы, варьирует фон, но сохраняет постоянные элементы напоминания, ибо эксцентричность может показаться оскорбительной;

к) стремится привлечь и удержать внимание (что зависит от сообщаемой информации, от используемых слов, от длины текста и его легкости по своему внешнему виду), для чего разбивает текст на абзацы, набирает жирным шрифтом подзаголовки, использует непривычные или увлекательные заявления, слова и фразы, рождающие мысленные образы (например, не «комфортабельный дом», а «уютное жилье», не «матери», а «мамы»), избегает помпезности и разговора свысока;

л) говорит контрсубъектам, что он должен сделать (ибо контрсубъект должен знать, что от него хотят), выражает свой призыв мощно и чётко, сочетая его с осязаемым стимулом к совершению действия;

м) избегает прямых сравнений с конкурентами;

н) апробирует текст и композицию сообщения, например, в «фокусной группе».

Подготавливая листовки, буклеты, плакаты, другие рекламные сообщения, перед написанием текста необходимо определить его задачу, попытаться наглядно представить себе роль, которую он будет играть в продвижении индивиду-субъекта (кандидата). Прежде всего надо собрать всеобъемлющие сведения по заданной теме:

а) краткое изложение предполагаемого текста;

б) перечень выгод для контрсубъектов (избирателей);

в) фотографии или иллюстрации для использования;

г) перечень фотографий, которые предстоит сделать;

д) перечень рисунков и прочих иллюстраций, которые надо сделать;

е) подборки сведений типа таблиц, спецификаций и рабочих характеристик.

Затем следует выбрать формат издания. Приблизительно распределить на бумаге фотографии, иллюстрации, таблицы, спецификации и прочие элементы. Определить, где разместится вводная часть, где – основное описание. Найти короткие предложения, способные нарисовать мысленную картину. Набросать варианты подписей к иллюстрациям. Отложить работу на время.

Вернувшись к работе, надо найти новые и более уместные слова, оригинальные подходы. Приспособить к ним тему в целом и текст. Найти образные заголовки, притягивающие к себе внимание. Делать абзацы краткими, стремясь поддерживать интерес с помощью кратких подзаголовков, привносящих в текст новые аспекты темы или новые точки зрения.

После перерывов вернуться к тексту еще раз два, чтобы отредактировать его, придать ему изящество. Проверить результаты своих усилий на соответствие правилам рекламы.

Затем просчитайте число написанных слов, чтобы рассчитать требуемую площадь. Основной текст наберите шрифтом 100-го кегля (исходя из расчета максимум 20 слов на 6 кв.см). Спецификации можно печатать более мелким шрифтом (30 слов на 6 кв.см). Самый мелкий шрифт 6-го кегля слабо поддается чтению пожилым людям и используется для набора оговорок или обязательной несущественной информации. В один квадратный дюйм (прямоугольник площадью 6 кв.

см) входит около 20 слов, напечатанных самым мелким шрифтом в 10 пунктов, или около 30 слов, напечатанных самым мелким для удобного чтения шрифтом в 8 пунктов.

Для выработки стиля авторам рекламного текста следует спросить себя: Стали бы мы употреблять написанные слова в разговоре? Есть ли непринужденность и дружелюбие подхода в написанном тексте? Как бы мы излагали это же самое в беседе с друзьями? Необходимо записать, рассказанное воображаемому другу. Отшлифовать написанное. Отредактировать текст, выбросив слова и фразы, без которых можно обойтись, и придав ему приятную ритмику. Сократить текст, используя русские слова. Выровнять длину фраз и абзацев, выбирая наиболее подходящие слова для обеспечения контрастности темпа. Перенести наиболее значимые слова и их сочетания в конец предложения или абзаца. Каждая фраза или каждый абзац должны быть связаны с предшествующими.

Девиз при правильном использовании формирует ценную ассоциативную связь идей. Важно сформулировать его цель, найти запоминающиеся и емкие по смыслу фразы, использовать ритмические построения и аллитерации, ударные строки и слова. Никогда не следует позволять коллегам частично переписывать сделанное кем-то из группы поддержки (при таком «коллективном» творчестве текст теряет свой стиль, а иногда и понятность). Иногда иллюстрацию можно использовать в качестве основного средства привлечения внимания. Изображение папы, мамы и детей, фотография симпатичной молодой пары содержат намёк на счастливую семью и возможность приключений, чего хотел бы испытать контр-субъект (избиратель). Но наличие иллюстраций не является обязательным (когда изображения трудно отличить друг от друга по внешнему виду).

Выбор шрифта должен обеспечить легкую читаемость сообщения, как и иллюстрации. Последние должны обладать резкостью и контрастностью, чтобы на них можно было бы без труда различать любую деталь. Это должны быть предельно чёткие черно-белые изображения без промежуточных тонов, а шрифты – без тонких засечек. Фотография должна быть отретуширована для сокращения числа тонов, чтобы в идеале остались только черный, белый, серый, светло-серый и темно-серый тона.

Можно назвать следующие приёмы иллюстрирования, широко используемые в политических кампаниях:

а) штриховые рисунки (работа осуществляется только чёрным цветом на белой поверхности; фото-способом такую иллюстрацию можно превратить в вывоченное изображение, состоящее из белых штрихов на черном фоне);

б) фотографии (они – свидетельство реальности, доказательство события или ситуации; их надо ретушировать, но не слишком сильно, чтобы не заметил читатель);

в) тонированные штриховые рисунки и штриховые рисунки с размывкой, передача затемненных участков изображения тонировкой (участками растрового фона из точек или тонких линий) и тональная размывка требующих затемнения участков;

г) рисунки в технике линогравюры (изображения очень четкие, интересно смотрятся, хорошо воспроизводятся на грубых поверхностях, но обходятся дорого);

д) тоновые рисунки (рисунки, выполненные аэрографом, размывкой, карандашом или пастелью);

е) технические и фотографические эффекты;

ж) цветные иллюстрации (цветная фотография, цветной диапозитив или полностью цветной рисунок);

з) символы и стилевое оформление названий (фирменные символы и стилизованные названия, логотипы – обычные плашки с литыми металлическими литерами или клише высокой печати, применяемые как опознавательные средства на бланках и рекламных материалах).

Нередко в политических кампаниях используется прямая почтовая реклама. Чтобы она прошла успешно, необходимо составить рассылочные списки, для чего можно воспользоваться информацией жилищных организаций или библиотек. Разработать график почтовых отправок. Все письма должны обращаться по имени. Первый абзац должен обязательно возбудить интерес. Письма должны быть краткими и по существу. Из 4–5 небольших абзацев. Последний абзац должен побудить к действию. Постскриптом делает особый акцент на соображениях, которые надо подчеркнуть. Использование основополагающей темы и осмотрительных повторов повышает воздействие последующих дополняющих писем и прочих материалов. Макет письма должен иметь широкие поля и небольшие абзацы, чтобы побудить взгляд пробежать по нескольким первым словам, а потом продолжить чтение. Обращение должно быть красиво окаймлено примерно одинаковыми полями с обеих сторон и щедрым нижним полем, но не очень широким, чтобы не нарушить баланса. На листе формата А4 максимальная ширина полосы набора должна составлять около 14 см. Должны быть устранены хвосты – все очень короткие концевые строки абзацев, состоящие из одного-двух небольших слов (последовательно поднимая цепочки слов на предыдущие строки, добавив или убрав пару слов). Адреса на конвертах должны быть выполнены либо вручную, либо процессором, красиво и аккуратно.

Наружная реклама и реклама на транспорте должна часто попадаться на глаза, привлекать к себе внимание, быть краткой, без труда читаемой на ходу, понятной. Когда есть «читатели поневоле» (автобусная остановка, вагон) реклама может не только напоминать, но и информировать, разъяснять, увещевать, используя плакаты и планшеты.

В) Проектирование персональных встреч

Персональные встречи продвигаемых индивидов-субъектов являются важнейшей формой их продвижения в поле политики. Без них не обходится ни одна современная политическая кампания. Они развивают вызванный рекламой первоначальный интерес к продвигаемому индивиду-субъекту. Поэтому от умения индивида-субъекта и его группы поддержки проводить и активно использовать их в политической кампании зависит их успех в ней.

Персональные встречи основаны на личном контакте продвигаемого индивида-субъекта (например, кандидата) с контрсубъектами (например, с избирателями). Они нацелены на информирование, узнавание и напоминание, имеют свои достоинства и недостатки.

Негативной стороной персональных встреч является их ограниченность в числе аудитории контрсубъектов (избирателей), большие издержки в расчете на одного контрсубъекта (избирателя). К числу же достоинств относится индивидуальное внимание к каждой группе контрсубъектов (избирателей) или даже к каждому контрсубъекту (избирателю) и возможность передачи значительного объёма информации. Здесь существует скорее активное, чем пассивное взаимодействие между продвигаемым индивидом-субъектом (кандидатом) и контрсубъектами (избирателями), что позволяет группе поддержки использовать концепцию диалога как двустороннего коммуникативного потока, невозможного в рекламе.

Персональные встречи гибки и могут адаптироваться к требованиям и особенностям поведения контрсубъектов (избирателей). Размер издержек, не приносящих результата, здесь чаще всего меньше, чем в рекламе. Персональные встречи концентрируются на чётко определенных и сосредоточенных в одном пространстве и времени целевых группах контрсубъектов (избирателей). Они позволяют получить ответ на все вопросы. обратная связь здесь носит немедленный и четкий характер. Контрсубъекты (избиратели) могут спрашивать продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) о чём угодно, высказывать ему свои претензии, но и он может спрашивать контрсубъектов (избирателей) об их отношении к существующим проблемам, предлагаемым способам решения этих проблем, к выдвигаемым политическим программам.

Планирование персональных встреч включает следующие этапы и процедуры:

- а) установление целей персональных встреч;
- б) назначение ответственных за проведение персональных встреч;
- в) определение бюджета на проведение персональных встреч;
- г) разработку предполагаемых тем, или проблем, различных вариантов их обсуждения и решения;
- д) выбор конкретных средств и форм проведения персональных встреч;
- е) создание предварительных коммуникативных заготовок, текстов вступительного слова, ответов на предполагаемые вопросы, заключительного слова, общего плана поведения при персональных встречах;
- ж) выбор времени и места проведения персональных встреч, составление их графика;
- з) определение помощников, партнеров по проведению персональных встреч, распределение обязанностей-заданий между ними по проведению персональных встреч;
- и) установление уровня успеха или неудачи персональных встреч, их эффективности.

Конкретными целями персональных встреч могут быть: информирование (объяснить контрсубъектам позиции продвигаемого индивида-субъекта, показать им его качества, ответить на поставленные ими вопросы, искать какие-либо

дополнительные вопросы с их стороны), **убеждение** (чётко разделить характеристики конкурентов, максимизировать популярность продвигаемого индивида-субъекта и минимизировать популярность конкурентов, превратить потенциальных контрсубъектов в поддерживающих продвигающего индивида-субъекта, успокаивать неудовлетворенных контрсубъектов), **напоминание** о продвигаемом индивиде-субъекте и его качествах, **поддержание благоприятного отношения** к нему, его идеям, программе. Большинство групп поддержки целями персональных встреч имеют и информирование, и напоминание, и образ, но основная из них – убеждение, превращение интереса контрсубъектов (например, избирателей) к продвигаемому индивиду-субъекту (например, кандидату) в их реальные высказывания и действия в его пользу (например, в голосование за него на выборах).

В группе поддержки может быть один или несколько ответственных за проведение персональных встреч. Они могут закрепляться как за целевыми группами контрсубъектов (избирателей), так и за отдельными сегментами политического поля (избирательными участками, отдельными микрорайонами), а также за определенными продвигаемыми индивидами-субъектами (когда их у группы поддержки несколько). Но в любом случае им необходимо понимать цели группы поддержки, её стратегию и тактику, положение продвигаемого индивида-субъекта в политическом поле, определить стратегию персональных встреч, их цели и способы организации, методы взаимодействия с контрсубъектами (избирателями) и другими продвигаемыми индивидами-субъектами (конкурентами), разрабатывать и обновлять прогнозы в отношении персональных встреч, поведения на них контрсубъектов (избирателей), на основе этих прогнозов распределять свои силы и ресурсы, подбирать, обучать, оплачивать своих помощников и партнеров, давать им задания, распределять между ними обязанности, руководить ими, синхронизировать персональные встречи с рекламой и паблисити, с вопросами определения продвигаемого индивида-субъекта, исследования политической (в том числе электоральной) среды, оценивать деятельность своих помощников, партнеров и свою собственную деятельность, постоянно следить за конкурентами.

В бюджет персональных встреч включаются издержки на аренду помещений, технической аппаратуры, транспортные расходы, проживание в гостиницах, питание и т. д.. Бюджет основывается на прогнозе числа персональных встреч, количества участников, учитывает места проведения встреч (их отдаленность, характер помещений, плотность проживающего рядом населения). В нём распределяются ассигнования между ответственными за персональные встречи, сегментами политического поля (избирательными участками или регионами) на тот или иной период времени.

Выбор времени и места проведения персональных встреч предполагает установление их количества, составление графика на весь период политической кампании (а также до и после неё), определение времени суток и продолжительности проведения каждой встречи, а также места их проведения, согласованность персональных встреч в пространстве и времени с другими формами продвижения и видами деятельности группы поддержки. Хорошая пространственно-временная определенность персональных встреч позволяет значительно повысить их эффективность.

Среди помощников и партнеров по проведению персональных встреч можно выделить:

а) тех, кто занимается творческой работой (консультанты по различным вопросам, "сценаристы", "режиссеры", "художники-оформители", психологи, социологи, политологи, экономисты и т.д.);

б) тех, кто занят "техническим обслуживанием" персональных встреч. Распределение обязанностей между ними лежит на ответственных за персональные встречи.

Установление успеха или неудачи осуществляется по каждой персональной встрече и их сериям, по отдельным продвигаемым индивидам-субъектам (когда их несколько), целевым группам контрсубъектов (например, избирателей) и сегментам политического поля (например, избирательным участкам, регионам). Для этого используются различные показатели и методы (например, экспертные оценки, опросы контрсубъектов с помощью оценочных талонов-карточек).

Что касается **разработки тем, проблем**, подлежащих обсуждению на встречах, **выбора используемых на них конкретных средств и форм коммуникации, создания коммуникативных заготовок**, то это является наиболее трудной частью планирования персональных встреч, представляет собой их важнейшую составляющую. Она заслуживает того, чтобы рассмотреть ее отдельно и более подробно.

Существует множество конкретных **форм проведения** персональных встреч. Однако их можно определенным образом сгруппировать. Например, они подразделяются на:

1) те, которые проводятся с участием конкурентов;

2) те, которые проводятся без участия конкурентов.

И те, и другие проходят в форме *встречи-беседы, встречи-митинга, встречи-дискуссии, театрализованного представления, встречи-манифестации, пресс-конференции, встречи-кавалькады, встречи-отчета, встречи-интервью, "круглого стола", встречи-презентации, тематического вечера и других формах*. При этом в качестве коммуникативного средства используются не только устные высказывания участников встречи, но и аудиовизуальные технические средства, выступления артистов, спортсменов, показ образцов модной одежды, выразительные движения, жесты, позы и другие средства общения.

Организуя эти персональные встречи, группа поддержки должна учитывать их сущностные характеристики.

Во-первых, всякая **персональная встреча есть некоторое достаточно дифференцированное и интегрированное собрание участников** политического (например, избирательного, электорального) процесса. Каждый участник персональной встречи – это одновременно и участник этого процесса, что и определяет характер его деятельности в ходе встречи, а также характер его отношений с другими ее участниками. Персональная встреча – это часть целостного политического процесса, а не изолированный и случайный факт жизни какого-то множества людей.

Персональная встреча – это именно собрание, скопление, соединение сошедшихся в одно время и одно место живых человеческих индивидов, событие их по-

литической жизни, понимаемое не столько как "момент", "происшествие" биографии каждого из них, сколько как их совместное и одновременное друг с другом бытие – со-бытие. Именно таков первоначальный смысл слова "событие" У Даля оно толкуется как "событийность кого-то с кем, чего-то с чем, пребывание вместе и в одно время; ... совместность ... современность" (*Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. Т.4. М., 1955. С. 253*).

В персональной встрече её участники живут в общей (единой) пространственно-временной сфере, в общей (единой) "точке" пространства и общий (единый) "момент" времени. Здесь пространственно-временные координаты жизни каждого из них пересекаются друг с другом, время и пространство жизни каждого как бы "вливаются" в пространство и время жизни других, образуя одну (общую, единую) целостную пространственно-временную сферу.

Вместе с тем персональная встреча – это достаточно дифференцированное и интегрированное собрание, событие. Одни его участники – продвигаемые в поле политики индивиды-субъекты (например, кандидаты), другие – их контрсубъекты (например, избиратели), третьи – доверенные лица продвигаемых индивидов-субъектов (кандидатов). Каждый из них принадлежит к какой-то группе, какому-то типу, сохраняя индивидуальность. Исходя из этого между ними возникают многообразные отношения. И это многообразие должен учитывать каждый участник персональной встречи.

Вступая в персональную встречу, люди вступают в нее как участники – деятельные субъекты, осуществляют в ней определенную деятельность и вступают в определенные отношения друг с другом. Эта деятельность и эти отношения представляют собой некоторую систему действий, высказываний и психических актов.

Во-вторых, **всякая персональная встреча есть такое собрание участников политического** (например, избирательного, электорального) **процесса, в деятельности и взаимоотношениях которых доминируют высказывания и психические акты.** Каждый из участников персональной встречи:

а) отражает не только действия, высказывания и "телесную организацию" других участников, но и их психические образования и акты;

б) проявляет (воплощает) свои психические образования, действия, высказывания и психические акты в психических образованиях, действиях, высказываниях и психических актах других участников;

в) формирует не только свои собственные психические образования, действия, высказывания и психические акты, но и психические образования, действия, высказывания и психические акты других участников;

г) управляет не только своими действиями, высказываниями и психическими актами, но и действиями, высказываниями и психическими актами других участников;

д) сообщает другим участникам некоторую информацию не только о "внешнем", но и о "внутреннем" мире собравшихся.

В-третьих, **всякая персональная встреча есть собрание не только её участников, но и её исследователей, критиков, организаторов.** Вступая в неё в качестве участников, люди занимают в ней также позицию исследователей, критиков, организаторов. И это относится как к группе поддержки, так и к продвигае-

мым индивидам-субъектам (кандидатам), их контрсубъектам (избирателям) и конкурентам. Все они в той или иной мере исследуют, критикуют и организуют персональную встречу, действия, высказывания и психические акты друг друга. В каждой из названных позиций участники персональной встречи оперируют знаниями, оценками и нормами как своеобразными способами осознания объективно существующей реальности – персональной встречи. Но если в позиции участника между ними сохраняется некоторое равновесие, то в позиции исследователя доминируют знания, в позиции критика – оценки, в позиции организатора – нормы.

В-четвертых, **всякая персональная встреча есть не условная, а реальная единица политического процесса**. Она обладает, совершенно чёткими границами, завершённостью и индивидуальностью, адресована конкретным контрсубъектам. Всякая персональная встреча довольно-таки **чётко ограничена в пространстве и времени, имеет начало и конец**. Но кроме того, её границы определяются сменой участников. Каждая новая встреча **имеет свой состав участников** (даже если их список один и тот же), отличающийся от состава участников предыдущих встреч. **Завершённость** персональной встречи определяется, во-первых, исчерпанностью ее тематического содержания (темы, проблемы, поставленной на обсуждение) в пределах замысла участников-организаторов, во-вторых, потребностями и возможностями последних, в-третьих, выбранными ими типическими формами композиционного построения встречи. **Наличие адреса** означает обращенность встречи к определенному, а не всякому собранию людей. **Индивидуальность** же персональной встречи характеризует её отличие от всякой другой персональной встречи, ее уникальность, неповторимость.

В-пятых, **всякая персональная встреча есть звено в цепи персональных встреч**. Она всегда соотнесена с другими персональными встречами – как предшествующими, так и последующими. В ней как бы пересекаются все другие встречи, а она сама является источником новых встреч. Кроме того, как уже отмечалось, персональные встречи есть лишь звено в системе различных форм продвижения индивида-субъекта (кандидата). Они есть их продолжение и начало, следствие и предпосылка, опираются на них и служат им опорой.

При проведении персональных встреч следует соблюдать ряд тактических правил, например, таких, как:

- 1) не тратить на обдумывание ответа слишком много времени;
- 2) не сидеть в оборонительной позе;
- 3) дать контрсубъектам (избирателям) возможность почувствовать, что идея, которую вы выдвигаете, принадлежит им или соответствует их интересам;
- 4) время от времени "персонализировать" своё обращение к контрсубъектам (избирателям);
- 5) проявлять сочувствие к мыслям и желаниям контрсубъектов (избирателей), живой, искренний интерес и дружеское отношение к ним;
- 6) придавать своим идеям наглядность, инсценировать их;
- 7) не упорствовать, когда довод противника (кандидата-конкурента) очевиден или он очевидно правильно доказан;
- 8) не слишком легко соглашаться с доводом противника, если даже он покажется вам правильным;

9) стараться свои доводы выразить кратко, метко, ярко, чтобы они сразу были поняты и врезались в память;

10) вести с противником "джентльменский", "рыцарский" спор, т. е. с уважением, не допуская высмеивания, пренебрежительного тона, грубостей или неуместных острот.

Вступая в персональную встречу необходимо учитывать логику её развития, в которой можно выделить следующие основные "внутренние" стадии:

1) вход в пространство встречи (в зал, аудиторию, на сцену), обзор присутствующих контрсубъектов (избирателей, конкурентов, партнеров, соратников), ориентирование в обстановке и выбор "ключевых" лиц, на которых он предполагает сконцентрировать свое внимание;

2) привлечение к себе внимания присутствующих контрсубъектов, прежде всего, тех из них, которых он определил в качестве "ключевых";

3) зондирование "внутреннего" мира контрсубъектов (прежде всего – "ключевых");

4) трансляция, передача своего "внутреннего" мира, своего видения самого себя, конкурентов, избирателей и окружающего мира с его проблемами (экономическими, социальными, политическими, духовными) адресату – контрсубъектам (прежде всего – "ключевым");

5) отклик контрсубъектов на свои высказывания, обоюдный обмен высказываниями, взаимодействие участников встречи друг с другом;

6) концентрация внимания контрсубъектов (прежде всего – "ключевых") на решающих "моментах" содержания обсуждаемых в ходе встречи проблем, на своем отношении к ним как наиболее предпочтительному;

7) завершение встречи, выход из неё в наиболее выгодное для вас время и наиболее приемлемым способом.

Для каждой из этих стадий развития персональной встречи группа поддержки должна разработать и применять соответствующий набор правил. Например, во время выступления продвигаемого индивида-субъекта (кандидата) может использоваться такие хорошо известные правила:

1) выступление должно быть проблемным, оно должно выявлять, исследовать и решать одну проблему (и не более), вызывающую интерес и распадающуюся на несколько (не более трех-пяти) подпроблем;

2) не перескакивать с одной подпроблемы или проблемы на другую, переходить к другой подпроблеме или проблеме только, завершив рассмотрение уже сформулированной проблемы или подпроблемы;

3) используйте минимум, но максимально эффективных аргументов и фактов, подтверждающих правильность выбранного вами варианта решения проблемы, не игнорируйте другие варианты, рассматривайте аргументы и факты, опровергающие ваш вариант и доказывающие правильность других вариантов, размышляйте по поводу сформулированной проблемы многовариантно;

4) прибегайте, когда это необходимо к контрастам, иллюстрациям, необычным фактам, сравнениям, эмоциогенным словам, интересным историям и цитатам, повторам важных идей различными фразами и словами, жизненными примерами, но избегайте длинного цитирования, чтения текстов, специальных терминов, по-

второв одних и тех же предложений, связывайте начало и конец выступления, одну идею с другой, один факт с другими фактами;

5) акцентируйте важные мысли и слова, меняйте темп речи и тон голоса, делайте паузы до и после важных идей, будьте приветливы, используйте юмор, создавайте кульминационные точки, резюмируйте, плавно завершайте выступление или какую-то его достаточно большую и самостоятельную часть.

Основные принципы выступления можно свести к следующим. Выступающий должен:

1) тщательно подготовиться к выступлению:

глубоко проанализировать материал и затем привести его к соответствующему объему путем сокращения (составить план для себя);

хорошо знать культурный уровень аудитории (используя устные вопросы, опросные листы, анкеты и т. д.);

готовить речь не для себя, а в расчете на аудиторию;

2) учитывать рамочные условия:

подумать о целесообразности и необходимости передачи информации именно данным способом (устным выступлением);

задуматься над целесообразным графиком выступления;

учитывать размеры и другие характеристики помещения;

3) обеспечить высокую целенаправленность выступления и ориентированность аудитории, избегать ненужных отступлений и болтовни, свести (в зависимости от назначения передаваемой информации, от её значения и применения в будущем) материал до важнейших положений;

4) выступать компетентно, аргументировано, понятно и непротиворечиво, тогда, когда действительно есть что сказать избирателям;

5) применять эффективные методические приемы, способствующие пониманию:

говорить простым языком (избегать сложных и бесконечных предложений, иностранной, неизвестной или новой терминологии, чисто абстрактных рассуждений и ненаглядного стиля речи);

хорошо структурировать, упорядочить речь (никогда не терять из виду красную нить выступления, отделять существенное от несущественного, время от времени проводить резюме и повторение сказанного, вводить избирателей в курс того, почему их ожидает то или иное, визуализировать основные положения выступления, следить за разумными паузами);

говорить кратко (обратить внимание на сжатость изложения, чёткость высказываний, избегать отступлений, однако не сводя речь к телеграмме);

говорить стимулирующим образом (прибегать к примерам, сравнениям, разным выражениям, разнообразяющим вставкам, юмору, вспомогательным средствам всех видов, опыту аудитории);

6) заботиться об обратной информации (задавать аудитории вопросы, побуждать её задавать вопросы по содержанию выступления, использовать различные приемы получения от аудитории оценочной информации о содержании и форме прошедшей встречи).

Выступление – это своеобразный экзамен. Оптимальная мотивация достижения высоких результатов здесь складывается из сочетания двух факторов: "надежды на успех" и "страха перед неудачей" (рис. 7.11).



Рис. 7.11. Модель мотивации
(согласно теории стресс, информационно-теоретическому подходу Гекхаузена)

Соотношение силы этих факторов определяет степень мотивации выступления. При исключении страха перед неудачей выступление покажется слишком лёгким и мотивация на достижение высокого результата вообще не срабатывает. А если преобладает страх перед неудачей, то выступление представляется слишком трудным. Сообщение должно бездефектно передать информацию, по возможности, побуждающую (мотивирующую) аудиторию к определенным высказываниям и действиям. Проблема часто заключается в том, что вполне интересное содержание из-за манеры изложения сводится на нет. Выступающий часто имеет неверное представление о собственной персоне, о своем общем впечатлении, которое он производит на аудиторию.

При устном выступлении речь выступающего обуславливается следующими факторами: дыханием, формированием звуков, четкостью, ударением, мелодичностью и ритмом языка, тембром голоса, региональным диалектом, паузами. Кроме того, наряду с общим внешним видом выступающего, важны его жесты, мимика, контакт взглядом, передвижения в помещении. Задача выступающего состоит в том, чтобы эти элементы выражения поддерживали содержание выступления и, по возможности, представляли собой дополнительные стимулы для аудитории.

Перед любым выступающим рано или поздно встает вопрос о мотивации аудитории. Как заметил признанный специалист в области исследования мотивации Гекхаузен, каждый считает мотивацию "очень важным делом, но почти никто не знает, что это такое, как к ней подступиться, что конкретно с ней делать". Но выступающим перед аудиторией, тем не менее, не следует отчаиваться. Существует ряд возможностей сделать персональные встречи "интересными" для её участников. Можно назвать факторы, которые определяют эффективную мотивацию (см.: *Kohl K. Seminar fur Trainer. Hamburg, 1987*). Эта мотивация зависит:

от принципиального интереса аудитории (например, избирателей) заниматься политикой и обсуждать предложенную тему;

от содержания персональной встречи, её сложности, привлекательности и важности для жизни аудитории;

от настроения выступающего (если сам выступающий слабо мотивирован на встречу, то эту будет отрицательно сказываться на отношении последних к встрече);

от эмоционального отношения аудитории с выступающим (например, важно, является ли выступающий симпатичным или несимпатичным для данной аудитории);

от эмоционального состояния аудитории (если участники встречи в данный момент заняты другой, злободневной для них проблемой, то они вряд ли активно включатся во встречу, так как они думают о другом);

от отношений участников встречи между собой (в атмосфере, которая характеризуется доверием и доброжелательностью, легче выступать и воспринимать сказанное, чем в атмосфере отравленной недоверием и конкуренцией);

от предшествующего опыта участников встречи относительно подобных политических встреч (если они на предшествующих встречах в основном набрали положительный опыт, то они с большим интересом будут участвовать в новых, чем участники, которые неоднократно были разочарованы в них).

При рассмотрении персональной встречи или выступления выступающий может обеспечить мотивацию участников встречи на трёх разных уровнях: на уровне содержания, на уровне методики, на уровне своего поведения.

Мотивация по содержанию обязывает выступающего:

обеспечить смысловую связь выступления через события, свой опыт и опыт аудитории, через подразделение материала, предметно-логическую структуру, собственные закономерности, подоплеку сказанного;

обеспечить предметно-логическую структуру через основную структуру и её развитие, выделение важнейших вопросов, подразделения материала и проявление взаимосвязей, установление связи с другими темами, образцовое, углубляющее выяснение вопросов и указание на практические предпосылки, условия и последствия;

установить связь с практикой через рассмотрение актуальных событий, примеров, проблем, деловых процессов в органах государственного управления, типичные ситуации.

Методическая мотивация предполагает:

тематическое и целевое выделение важнейших моментов и подразделение материала через сжатие темы и сосредоточение на существенном, разработку и передачу аудитории важнейшей цели встречи и разнообразных обоснований сказанного, формирование этапов встречи в соответствии со сменой высказываний и действий участников встречи, с их способностями, возможностями коммуникации и презентации;

смену используемых методов проведения встречи (с ориентацией на самого себя или с ориентацией на аудиторию);

наглядность и применение технических средств.

Мотивация за счет поведения выступающего требует от него:

принципиального, партнерского, уважительного и юмористического отношения с аудиторией;

мотивации языком (простоты, четкости и смысловой стройности, краткости, стимулирования, отсутствия скованности);

мотивации манерой сидеть, стоять, ходить, мимикой, жестами, контактами взглядом;

конкретного общения с участниками встречи (соответствующего их размещению, стилю обращения с их возражениями, поведения при вопросах, обращения с аудиторией вне персональной встречи, управления возможными конфликтами).

Иногда в ходе персональной встречи между выступающим и частью аудитории может возникнуть конфликт. Например, не обошлось без эксцессов во время президентских выборов в Италии в 1992 г.: один из депутатов от крайней правой партии ИСД (Итальянское социальное движение) запустил пригоршню монет в противника – депутата от ХДП (Христианско-демократической партии) и готов был ринуться в рукопашную (см.: *Известия*. 1992. 16 мая. С. 1). При этом надо помнить, что внешне высказанный (представленный) источник конфликта (проблема) редко бывает основой конфликта. Это только его внешнее проявление, а основа конфликта лежит где-то глубже.

Стиль представления (манифестации, высказывания) источника конфликта (проблемы) в разных культурах (например, Запада и России) различен. Но вряд ли различны базовые источники конфликта. В качестве таковых, по мнению Эрика ван Праага, выступают:

а) страх, например, боязнь смерти, боязнь потерять кого-либо или что-либо, боязнь провалить какое-нибудь дело;

б) стремление к интимной близости (жажда интимности). Роль полов представлена в каждом конфликте (даже когда конфликт между однополыми людьми). Проигрыш мужчины воспринимается им как проигрыш именно мужского качества, как потеря мужского достоинства. Кроме того, надо учитывать наличие общего интереса у конфликтующих людей (например, и реформаторы, и консерваторы хотят мира).

Можно предложить следующие принципы разрешения возникающих в персональных встречах конфликтов:

вести с контр субъектами диалог, а не монолог;

искать больше правды вместе, а не доказывать, что Ваш кусочек правды лучше;

осуществлять движение к источнику конфликта, а не к внешним его проявлениям (манифестациям);

добиваться общего выигрыша (общего интереса), который всегда можно найти;

быть здесь и сейчас, присутствовать в этом конфликте на все 100 %, а не переносить его в другое место и время;

всегда находить в конфликте что-то такое, к чему Вы привязаны и что обязательно должно произойти;

если есть скрытый конфликт, то его нужно перевести в открытый конфликт.

К особому типу персональных встреч можно отнести телевизионные выступления продвигаемых индивидов-субъектов (например, кандидатов), их участие в различного рода теледебатах. Они занимают важное место в общей структуре продвижения. Это подтверждают социологические опросы избирателей. Так, по данным социологического опроса, проведенного социологами Академии общественных наук среди полутора тысяч избирателей первого президента России по 16 регионам, наиболее сильное влияние на их выбор оказали Центральное телевидение (57,6 % опрошенных) и Российское телевидение (36,7 % опрошенных).

В декабре 93-го ЛДПР провела наиболее результативную избирательную кампанию. В условиях её кратковременности телевидение было единственным эффективным средством проведения кампании. Имея хорошую финансовую обеспеченность (вторую после "Выбора России"), ЛДПР получила больше телевизионного времени, чем другие партии. В. Жириновского показывали чаще, чем любого другого кандидата. В своих блестящих, профессионально сделанных выступлениях, говоря простым языком и короткими предложениями, он обращался к тем вопросам, которые действительно волновали избирателей: "нечестные" цены на базаре, необходимость в большем числе милиционеров для городов, охваченных преступностью, строительство жилья для военных. Ему удалось всем все объяснить, всем все пообещать.

"Выбор России" не имел эффективной стратегии проведения кампании. Его лидеры пытались создать имидж блоку как уже находящегося у власти и "обремененного" победить на выборах. Они ничего не обещали избирателям, дерзко заявляли, что их курсу реформ нет другой альтернативы, кроме возвращения к коммунистическому прошлому. Е. Гайдар и другие представители блока выступали с длинными, монотонными, академическими монологами о макроэкономике периода финансовой стабилизации, что находилось в разительном контрасте с лаконичными, критическими выступлениями Жириновского.

Одним из главных стратегических просчетов "гайдаровцев" был отказ на ответ Жириновскому. Когда же они все-таки сделали это в последнюю неделю перед голосованием, то платили телевидению за показ старых речей Жириновского. Надеясь испугать людей возможными результатами голосования за него, эти бесплатные для Жириновского дополнительные его выступления только помогли создать образ главного кандидата оппозиции.

В других странах эта тенденция проявила себя уже давно. В середине 1970-х годов 48 % французов считали, что основным источником полученной ими информации об избирательной кампании явилось телевидение, 20 % таким источником называли радио (см.: *Sondages*. 1974. № 1–2. Р. 70).

Роль телевидения в продвижении индивидов-субъектов, в частности, политических кандидатов обусловлена, во-первых, персонификацией электорального процесса, ориентацией избирателей на личностный потенциал кандидатов, во-вторых, "пара-социальным" характером телевизионного воздействия на людей, возможность создания с его помощью эффекта "присутствия". Телевидение многократно усиливает те или иные качества (свойства, черты, характеристики) кандидата, которые могут либо привлечь симпатии избирателей, либо вызвать антипатию. Все, что избиратели видят на телеэкране, воспринимается ими как увиден-

ное в реальности, они чувствуют себя соучастниками происходящего на нем. Поэтому многое из того, что говорилось о персональных встречах, относится и к телевизионным (а также радио) встречам кандидатов с избирателями. Только размер аудитории там и здесь несопоставимы.

Отсюда становится понятным, почему при проведении телевизионных встреч на передний план, также как и при проведении персональных встреч, но только в более значительной степени, почти всегда выходят личностные характеристики кандидатов, их внешность, манера поведения, жестикация, голос, грамотность речи и т. д.. Они оказываются весьма важными для формирования образа кандидата.

Французский социолог и политический деятель М. Нуара приводит такие данные о воздействии разных частей образа кандидата при его выступлении на телевидении в период избирательных кампаний: самое большое значение для избирателей имеет выражение лица кандидата – об этом заявили 55 % опрошенных, затем идут выразительность и интонация голоса – 38 % опрошенных, а содержание речи отходит далеко на задний план – 7 % опрошенных. Поэтому выражение лица, жесты, интонация, тембр голоса, претендента тщательно отрабатываются в соответствии с предварительно выясненными ожиданиями и потребностями избирателей. Когда психологическая ось образа найдена достаточно точно, телевизионная встреча протекает для данного кандидата более успешно.

Если же это образ не найден, а также, когда он сознательно кем-то искажается, например, работниками телевидения, обеспечивающими телевизионную встречу, то её результат может иметь и негативные последствия для всей избирательной кампании данного кандидата. Так случилось с Р. Никсоном в 1960 году, когда он баллотировался и провалился на президентский пост. Телевизионная команда, которая вела передачу с его участием, была настроена против него. Был поставлен чрезвычайно яркий свет, лицо Никсона показывалось крупным планом. А поскольку у него тонкая кожа лица, то оно казалось небритым, что расценивалось телезрителями как неуважение к ним. Софиты поставили очень близко, и через несколько минут по лицу Никсона покатился пот, который он спешно вытирал платком. При этом на кандидата были направлены семь телекамер, его не предупредили, в какую из них смотреть, и он смотрел то в одну, то в другую. На экране же получалось, что глаза его бегают, а это производило на зрителей негативное впечатление - "у Никсона совесть не чиста". Позднее, в своей книге "Шесть кризисов" Никсон писал: "Мне кажется, я потратил слишком много времени в той самой кампании на существо и слишком мало на внешность: я придавал больше значение тому, что собирался сказать, чем тому, как я выгляжу".

Нечто подобное происходило, например, на телевизионной пресс-конференции по Российскому телевидению с В. Жириновским во время избирательной кампании по выборам первого президента России. Он также был поставлен в очень невыгодные условия (в частности, софиты быстро "нагрели" его и оператор частенько показывал, как он вытирает пот).

Ракурс, план, монтаж (в том числе "прямого" эфира) – всё это может поразному представлять кандидата избирателям, а они, обычно, верят в то, что "сами видели", хотя видели они то, что им показывали. Поэтому в составе группы под-

держки часто находится консультант – специалист по телевизионной режиссуре, который на профессиональном языке ведет переговоры с представителями телекомпаний о той или иной телевизионной встрече кандидата с избирателями, оценивает "технология" ее проведения. Иначе надо полагаться на добросовестность, профессионализм и порядочность работников телевидения, что не всегда оправданно.

Хороший оператор, режиссер может "сгладить" естественные недостатки кандидата, сделать их незаметными. Стремясь компенсировать недостаточность обаяния кандидата, его группа поддержки, сценаристы и режиссеры телевизионных встреч выставляют напоказ его детей, не говоря уже о женах, которые, по крайней мере со времени Джеки Кеннеди, постоянно участвуют в политической кампании и выходят на телеэкран.

На оценку избирателями телевыступления кандидата существенное влияние оказывает уровень их ожиданий. Важно принизить уровень требований и ожиданий, предъявляемых к вашему кандидату, и повысить его в отношении ваших конкурентов. Если от человека ожидают многого, то ему труднее показаться лучшим, чем он есть на самом деле.

Как отмечает американский журналист Крейг Смит, анализирувавший предвыборную кампанию в США в 1984 году, все возлагали большие ожидания на президента Р. Рейгана. Говорили, что своим успехом на выборах в 1980 году он обязан умелому проведению дебатов с тогдашним президентом Д. Картером. Более того, его соперник У. Мондейл за годы своей карьеры в Сенате заслужил репутацию плохого оратора, речи которого всегда были слишком скучными. Ожидания в отношении президента Рейгана были чрезмерно высокими, и столь же низкими в отношении его соперника. Но случилось так, что Мондейл значительно превзошел ожидания, а Рейган не дотянул до своей планки, существовавшей в общественном мнении и оценках прессы. И в результате победителем тех дебатов все считали Мондейла, проигравшим – Рейгана.

Ровно через две недели, когда между ними проходили вторые дебаты, результаты первых определили ожидания вторых. Если в преддверии первых дебатов президента наделяли исключительными способностями и предрекали ему легкую победу, то накануне вторых все говорили, что на его ораторских способностях начал сказываться возраст. Более того, Мондейла начали рассматривать как гораздо более опасного соперника. Ожидания в отношении Мондейла были значительно выше, чем в отношении Рейгана. Произошла обратная ситуация: ожидаемый победитель Мондейл дебатов проиграл, а ожидаемый аутсайдер Рейган одержал верх. Рейгану не стоило большого труда соответствовать установленному для него пониженному стандарту, Мондейлу же не удалось дотянуться до поднятой слишком высоко планки. Как наглядно иллюстрируют дебаты многих президентских кампаний, кандидатам, вне зависимости от того поста, на котором они баллотируются, от размера их округов, от степени внимания к ним прессы имеет смысл делать так, чтобы публика ждала от них как можно меньшего (см.: *Стратегия политических дебатов* // Личный архив автора. Фонд 2. Документы Национального института международных отношений США. Дело 21. Листы 5–7).

Необходимо моделировать выступление. Для этого кандидату следует обратиться с группой своих самых близких помощников и проиграть возможные вопросы избирателей и варианты ответов на них. Моделирующая ситуация должна быть максимально приближена к реальной. В частности, следует использовать настоящую телестудию, кого-нибудь, кто играл бы роль оппонента. Предварительно можно просмотреть записи прошлых выступлений или дебатов с участием оппонента.

Важно выделить доминирующую проблему. Например, кандидат на президентских выборах 1984 года в США Алан Кранстон начал свою кампанию, заявив, что предвыборная борьба, как и вся его последующая деятельность, будут подчинены решению "самой главной задачи". Эта задача, сказал Кранстон в своей первой речи, была в том "чтобы вывести нас самих и наших детей из-под темного облака ядерной войны". Все остальные проблемы общества обсуждались Кранстоном в контексте главной. Он утверждал, что "не существует решения проблем растущей безработицы, снижения производительности, уменьшения роста благосостояния американцев до тех пор, пока мы не перестанем вливать громадную часть наших ресурсов, средств, технологий, энергии наших людей и правительства в гонку вооружений" (см.: *Формы политических заявлений в ходе предвыборных кампаний* // Личный архив автора. Фонд 2. Документы Национального демократического института международных отношений США. Дело 22. Листы 5–6).

Чем более зрелищней является дискуссия между кандидатами ("актерами"), тем в большей степени рациональные элементы, высказываемые в ее ходе, в глазах избирателей ("публики") теряют свое значение в пользу личности того или иного кандидата ("актера"). Так происходит переход от демонстрации к коннотации, скольжение на уровне значений – от реальности и фактов к символам.

В своих телевыступлениях кандидату выгоднее опираться на организации и профессиональные группы людей, пользующиеся в целевой группе избирателей наибольшей популярностью и имеющие низкую негативную оценку, например, на объединение ветеранов, врача или религиозного деятеля, а не на страховую кампанию, банкира или депутата, мнение которых лучше увязать со своим конкурентом. "Мой сосед – врач-ветеран (священник) – выступает за отставку президента", тогда как "Мой оппонент – депутат, друг известного в нашем городе банкира и соучредитель страховой компании – против отставки президента".

Гомеров Игорь Николаевич

ЧЕЛОВЕК В ПОЛЕ ПОЛИТИКИ

Лекция



Игорь Николаевич Гомеров – профессор Новосибирского национального исследовательского государственного университета (630090, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 2), доктор политических наук (МГУ, 1996), профессор (1997), действительный член Академии политической науки и Академии гуманитарных наук, вице-президент Сибирской академии политических наук. Основные научные интересы связаны с исследованием политических технологий, государственной власти, политической культуры, политической субъектности, политической деятельности и политических отношений. Общий объем опубликованных научных и учебно-методических работ – более 453 п. л. Автор нескольких десятков научных статей, более 30 монографий, книг, брошюр и учебных пособий, в том числе монографий (электронный доступ: сервер Государственной публичной научно-технической библиотеки Сибирского отделения Российской академии наук <http://www.spsl.nsc.ru/win/nelbib/ek.htm>. © Гомеров И. Н.):

Гомеров И. Н. Архитектура выборов: маркетинговый подход. Новосибирск, 1993. 315 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Государство и государственная власть: предпосылки, особенности, структура. М., 2002. 832 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Демократизация политической системы России: актуальность, проблемы, перспективы. Новосибирск, 2012. 138 с. (электронный доступ: <http://www.spsl.nsc.ru/win/nelbib/elbook/gomerov2.pdf>). © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Партийно-личностные ориентации избирателей. Новосибирск, 1994. 118 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Политика: предпосылки, элементы, специфика. Новосибирск, 2006. 245 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Политическая деятельность: психолого-политологический анализ. Новосибирск, 2010. 550 с. (электронный доступ: <http://www.spsl.nsc.ru/win/nelbib/elbook/gomerov.pdf>). © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Политическая культура как моделирующая система. Новосибирск, 1995. 122 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Политическая система общества: компоненты, структура, функции. Новосибирск, 1992. 153 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Политическая субъектность в структуре политических отношений: теория и российские реалии. Новосибирск, 2011. 885 с. (электронный доступ: <http://www.spsl.nsc.ru/win/nelbib/elbook/gomerov1.pdf>). © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Политология как наука и учебная дисциплина. Новосибирск, 1999. 223 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Структура и свойства власти. Новосибирск, 2000. 236 с. © Гомеров И. Н.

Гомеров И. Н. Электоральная культура и технология выборов. Новосибирск, 1998. 252 с. © Гомеров И. Н.