

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РЕГИОНА

Изменения политической системы, происходившие в современной России на рубеже XX–XXI вв., затронули не только институциональную сферу политики, но и политическую культуру. Эти обстоятельства заставляют исследователей политики по-другому подходить к рассмотрению понятий политической науки. Одно из понятий, на которое в значительной мере повлияли даже не столько преобразования в России, сколько социально-политические изменения общества в целом, – это ориентация общества на получение и распространение знаний, информации.

Категория «политическое лидерство» изначально относилась к трудно определяемым в силу нескольких причин. Лидерство представляет собой нечто большее, чем просто обладание постом в исполнительной власти. Ко всему прочему политическое лидерство признавалось таковым в случае наличия специального дара – харизмы, и, таким образом, приравнивалось к героическому лидерству. По замечанию некоторых политологов, стоит отказаться от понятия «лидер» и прибегнуть к куда более внятному – «менеджер». Поступая таким образом, мы, соответственно, отказываемся от возможности появления на политической сцене политического лидера в классическом понимании. А именно, под политическим лидерством понимают способность оказывать влияние на поведение сообщества. Такое определение достаточно четкое, однако требует дополнительного разъяснения. Лидерство предполагает непосредственное взаимодействие внутри определенной группы, имеющее под собой основание направлять деятельность группы в необходимое для лидера русло. То есть лидерство не может быть таковым только при наличии человека с «лидерскими» качествами.

Известный французский ученый Ж. Блондель предлагает в своей классификации следующее разграничение на лидеров и менеджеров. По его мнению, менеджер – это лидер, осуществляющий свою деятельность в узкой сфере, например министры, занимающиеся каждодневными проблемами [1]. То есть менеджер выступает подтипом лидера, что, в сущности, не дает полного объяснения в их разграничении.

На наш взгляд, лидерство (читай – политическое лидерство) и менеджмент возможны в разных по уровню группах. А основ-

ным критерием определения группы выступает возможность непосредственного воздействия и взаимодействия всех членов. В случае с малыми группами политического лидерства быть не может, а существует менеджмент. Зато в больших группах, общностях, когда возможно в большей степени опосредованное воздействие (электронные и в меньшей степени печатные СМИ) при минимальном взаимодействии мы можем вести речь о возможности политического лидерства (на уровне государства, региона, политической партии).

Далее в работе мы попробуем выявить основные особенности политического лидерства на примере региональной общности, так как именно регион как субъект Российской Федерации представляет собой, с одной стороны, сообщество с гораздо более сложной структурой, чем в какой-либо компании, а также числом каналов коммуникации, что в современной политике играет значительную роль. С другой стороны, регион, пусть и не является государством в государстве, как это было 10–15 лет назад, но представляет уровень государственной власти на местах. А значит, мы вправе говорить о возможности или необходимости политического лидерства в пределах конкретного региона.

Сложность изучения регионального лидерства состоит в выявлении лидерства как такового и разграничении с понятием «руководитель» (руководитель в нашем случае просто номинирован властью). В 1990-х гг. проблема решалась путем анализа электоральных предпочтений. А именно: испытание плебисцитом, заканчивавшееся положительным результатом для действующего губернатора/президента говорило ни о чем ином, как наличии лидерства в рамках конкретного региона. Парадокс указанной ситуации заключается в том, что лидерство само по себе – явление достаточно кратковременное. В российских регионах считалось и считается наоборот – чем дольше политик находится во главе исполнительной власти региона, тем правдоподобнее будет называть его региональным лидером. Попробуем объяснить изложенное выше: либо политик на протяжении правления не утрачивает свою харизму, с помощью которой и сохраняет влияние в регионе, либо политическое лидерство поддерживается инерционно с помощью разнообразных каналов коммуникации, что более вероятно.

Остановимся подробнее на тех изменениях, которые заставляют по-другому взглянуть на политическое лидерство. Первое – это изменение общего вектора в политике страны: от активной

регионализации 1990-х гг. к жесткой централизации власти в 2000-х. Как это ни странно, но в 1990-х гг. политическое лидерство в большей степени носило институциональный характер. Институт лидерства был важен как для лидера, так и для населения. В нынешней ситуации лидерство не может быть определено простым избранием на пост. Наделение властью происходит с подачи главы государства. А вот действительно ли руководитель является лидером, определить уже сложнее. Здесь нам поможет как раз второй вектор изменения в политической системе России – переход общества в иное коммуникативное поле. Вектор все больше направляется пусть не к целостному изменению политической культуры, но к иному видению политического процесса.

С одной стороны, российское общество до сих пор во многом остается архаическим, что подтверждает дуализм политического сознания. Примечательно, что деление на «своих» и «чужих» успешно применялось в предвыборных кампаниях на пост руководителя региона. Кандидат, а затем и региональный лидер справедливо называл себя «своим», призванным защищать от «чужих» – центральной власти, что в ходе регионализации полностью оправдывало себя в большинстве случаев.

С другой стороны, в 2000-е гг. происходит увеличение информационных потоков, меняются качество передаваемой информации, способы ее трансляции. Пусть с некоторым опозданием, но Россия вошла в мировой процесс под названием «глобализация». Важными факторами становятся развитие коммуникаций, создание широких информационных сетей, компьютеризация всех сфер жизни. В рамках развития информационного общества на первый план выступает факт обладания информацией, умение ею управлять. В большинстве случаев «информационное общество определяется как ступень в развитии современной цивилизации, характеризующаяся увеличением роли информации и знаний в жизни общества, возрастанием доли инфокоммуникаций, информационных продуктов и услуг в ВВП, созданием глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение их социальных и личностных потребностей в информационных продуктах и услугах» [2].

Итак, мы отметили необходимость пересмотра основных характеристик категории «политическое лидерство». В настоящий момент харизматическому лидеру появиться сложно, точнее,

признать такого лидера харизматичным будет трудным процессом. Новое политическое лидерство, подчиняющееся общему политическому процессу в России – лидерство организационное [3]. С одной стороны, наличие лидерства может доказать лишь та группа, которая непосредственно взаимодействует с этим человеком. Здесь налицо подтверждение социально-групповой теории лидерства. Но выше мы же сказали о невозможности существования лидерства в малой группе!? К тому же даже такое организационное лидерство можно доказать в случае прямого контакта с членами группы, которая в силу своей элитности представляет весьма закрытую структуру. Наличие организационного лидерства в рассматриваемой группе может быть доказано эффективностью работы. При всей закрытости такой группы, ее действия и действия лидера должны быть нацелены на продвижение не своих личных интересов, а интересов региональной общности.

Главным объяснением лидерства станет преобладание последнего в коммуникативном пространстве региона. Безусловно, мы можем обратить внимание и на позиционирование конкретного губернатора за пределами своего региона, на общенациональном уровне, но для нас важно проследить, насколько изменилась стратегия политического лидерства внутри региона.

Вспомним, как лидеры регионов представляли себя населению во время предвыборных кампаний и в рабочие будни. Потребности жителей региона и общая картина мира 1990-х гг. находились в зависимости от воспоминаний о советском прошлом. Население желало видеть в своих президентах республик, губернаторах краев, областей и т. д. «крепкого хозяйственника», «сельского парня», «своего мужика». В описании регионального политического лидерства указанного времени мы будем ссылаться на работу В. Д. Нечаева «Региональный миф в политической культуре современной России» [4], так как именно этот автор описал не только особенности политического лидерства, но и проанализировал концепцию лидерства в рамках политической культуры России. Одной из главных функций лидера автор выделил оформление населения в региональную общность, что в свою очередь без лидера невозможно. Потому апелляции именно к важности региональной идентичности носили вполне оправданный характер. Кроме того, важным, как мы уже отмечали, являлось позиционирование лидера как «защитника и покровителя тех или иных социальных, профессиональных и экономических групп», «...защитника региональной общности в целом» [3, с. 48].

Взаимодействие лидера региона (пусть даже и небольшого по численности и территории) происходит опосредованно, т. е. коммуникация является не прямой, а скорее односторонней. В данном случае руководством региона чаще всего применяется вещательная модель коммуникации – по направлению скорее вертикальная, чем горизонтальная (по классификации Й. Бордвика и Б. ван Каама).

Одна из функций регионального лидера – быть представителем региональной общности. В этом и проявлялась стратегия политического лидерства в 1990-х гг. во время проведения предвыборных кампаний, иных мероприятий по поддержке главы региона. Коммуникативное пространство занимали пресса, радио и в большей степени телевидение, а также предвыборные материалы (последние представляют собой предмет анализа). В большинстве случаев и электронные, и печатные СМИ региона поддерживали скорее монологичную, чем диалогичную коммуникацию. Происходило это не столько по причине отсутствия их самостоятельности, сколько из-за отсутствия необходимости строить коммуникацию по принципу диалога и сопричастия. Поэтому мы вправе утверждать о наличии вещательного типа коммуникации в 1990-е гг.

В современной ситуации границы коммуникативного пространства значительно расширились в первую очередь за счет мощного вхождения в общественную жизнь Интернета. А потому меняется не только тип политической коммуникации, но и вся стратегия политического лидерства в рамках регионального общества. Почему это происходит? В политической культуре сталкиваются две вещи, которые взаимно обуславливают дальнейшее развитие, а именно – архаичность сознания, с одной стороны, и включенность в глобальное информационное пространство, с другой стороны. Так, для архаической культуры важна вера в правителя, и правителю необходимо поддерживать у населения веру в себя. Но с развитием компьютерных сетей происходит атомизация индивида. В этом случае для власти и политического лидера возникает проблема масштабного недоверия. Отсюда вытекает первоочередная задача: убедить индивида, заставить его поверить. Как это ни парадоксально, но для политического лидера важно наличие архаических взглядов на политику у населения, что в последнее время происходит все реже.

Литература

1. Блондель Ж. Политическое лидерство // Психология и психоанализ власти. – Самара, 1999. – Т. 1. – С. 443–444.
2. Нечаев В. Д. Региональный миф в политической культуре современной России / В. Д. Нечаев. – М., 1999. – С. 44.
3. Кудряшова Е. В. Лидер и лидерство : исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли / Е. В. Кудряшова. – Архангельск, 1996. – 193 с.
4. Семенов Е. Е. Политические коммуникационные процессы современного мира : монография / Е. Е. Семенова. – Н. Новгород : НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2008. – 208 с.

ЛОСЬ В. А.

ЕВРАЗИЙСКАЯ МОДЕЛЬ ДЛЯ РОССИИ XXI В.: ОТ ТЕОРИИ К РЕАЛЬНОСТИ

Противоречивость рассматривается как одна из фундаментальных характеристик русского национального самосознания, что обуславливается пограничным положением России между цивилизациями двух противоположных типов. Российское геополитическое пространство квалифицируется как Евразия (когда имеется в виду отчетливая взаимосвязь с западноевропейскими стереотипами), или Азиопа (когда акцентируется внимание на ориенталистских истоках российских социокультурных традиций).

В духовно-культурологическом контексте противоречивость российской ментальности отчетливо выражается в оппозиции «западничество–славянофильство», которая, начиная с эпохи Петра I, явилась источником национальной социокультурной конфликтности. Более того, эта оппозиция, «западники» («демократы») – «славянофилы» («патриоты»), с незначительными исторически-конъюнктурными изменениями сохранилась и в XXI в., оказывая существенное воздействие на общественные умонастроения, способствуя поляризации российского социума.

Весь XIX в. Россия, стремясь обрести национальную модель развития, балансировала между стратегиями западнического и славянофильского типов. При этом ранние славянофилы, с одной стороны, отмечали российские особенности духовного и социокультурного развития, а с другой – учитывали возможности адаптации западного опыта в специфических условиях России. Аналогично и ранние западники исходили из того, что при выборе стратегии развития нужно не только учитывать национальные особенности, но и реально оценивать западноевропейские ценности.