

Политическая социология: харизма политического лидерства

В статьях, помещенных ниже, изложены предварительные результаты международного исследования харизматического политического лидерства в современных России, Украине, Беларуси (2000-2002 гг.). Его программа и реализация, поддержанные INTAS (Международной ассоциацией содействия сотрудничеству с учеными новых независимых государств на территории бывшего Советского Союза), объединили усилия ученых Батского университета (Великобритания), Московского, Минского государственных университетов и киевского Центра социальных и электральных исследований (SOCIS). Материалы изучения харизматического потенциала в трех странах обнаруживают дискуссионность данной тематики, ее значимость для понимания особенностей политического лидерства на постсоветском пространстве. Редакция надеется на продолжение ее обсуждения.

© 2003 г.

Р. ИТВЕЛ

ВОЗРОЖДЕНИЕ ХАРИЗМЫ? ТЕОРИЯ И ПРОБЛЕМЫ ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПОНЯТИЙ

ИТВЕЛ Роджер - профессор европейской политики, Отделение европейских исследований и современных языков Батского университета (Великобритания).

В последние примерно двадцать лет одной из дискуссионных проблем в политической социологии выступает феномен харизматических политических лидеров, значимость которого то возрастает, то падает¹. Хотя термин "харизматический" часто используется как метафора (например, применительно к отдельным лицам из числа кинозвезд или футбольных кумиров), политика сегодня выдвигает серьезные основания для обсуждения его научного смысла: в демократических системах она стала более персонализированной, нежели поколением раньше. В США и Великобритании мы можем назвать двух политиков, чьи имена породили новые "измы": Рейган(изм) и Тэтчер(изм). В Западной Европе наблюдается появление разнообразных политиков, оцениваемых как харизматических, включая премьер-министров Тони Блэра (Англия) и Сильвио

Статья первоначально готовилась как краткий доклад для European Union-INTAS (Международной ассоциации содействия сотрудничеству с учеными новых независимых государств на территории бывшего Советского Союза) и является результатом эмпирических исследований (2000-2002 гг.) природы и потенциала харизматического лидерства в России, Украине и Беларуси.

Берлускони (Италия), а также таких антиистеблишментных деятелей, как Йорг Хайдер (Австрия) и Жан-Мари Ле Пен (Франция). Посткоммунистическую Восточную Европу тоже не обошел этот феномен. В Беларуси за какие-то месяцы в середине 90-х годов из неизвестности вырос до президента Александр Лукашенко, подтвердивший популярность на выборах в 2001 г. В России Владимир Жириновский хотя и потерпел неудачу в завоевании высших государственных должностей, тем не менее показал яркий пример электорального взлета в середине девяностых и последующего снижения - турбулентной траектории, характерной для политического харизматика. И в других государствах обнаружилось сходные фигуры: Лех Валенса в Польше, Слободан Милошевич в Югославии и сравнительно недавно Виктор Ющенко в Украине.

В этой связи можно выделить две главные проблемы. Во-первых, что означает "харизматический лидер"? Синоним популярности политика? В Чехии, например, президент Вацлав Гавел был популярен, однако его нельзя назвать харизматическим. С другой стороны, впавший в немилость премьер Вацлав Клаус в течение некоторого времени 90-х годов широко воспринимался харизматиком. Его поблекший образ дает повод для размышлений. Какой набор личностных характеристик делает лидера харизматическим? Ведь термин обычно ассоциируется с теми, кто на политической сцене выглядит или внешне представительным, как Хайдер, или убедительным говорунном, как Жириновский. Как тогда связать его с теми, кто страдает недостатком представительности и/или выступает не столь выразительным, например, с Клаусом и Валенсой?

Во-вторых, почему харизматический лидер привлекает массы? В силу определенных обстоятельств, благоприятствующих подобному лидерству? В Восточной Европе этот феномен часто объясняют, ссылаясь на быстрые социальные изменения и сдвиги, усиливающие историко-культурную предрасположенность к сильной власти. Но как быть с Западной Европой и США? Таких драматических условий там явно не наблюдается, а в некоторых западных государствах нет вообще традиции уважения к великим политикам.

Для меня в данном случае важны поиск типологии видов "персоналистских" лидеров, позволяющей различать харизматическое и "иконное" лидерство, а также возможности адаптации концепций, претендующих на объяснение политической харизмы, к требованиям эмпирических исследований. Этот путь не без сложностей. Так называемые харизматические лидеры обладают столь разными характеристиками, что трудно, если не невозможно, выделить искомое общее основание. Но и условия, предположительно сопутствующие харизматическому лидерству, не менее разнообразны. Более того, изучаемый феномен сам может выступить в качестве своей предпосылки, например, когда обсуждение обществом того или иного лидера вызывает ощущение кризиса, что, в свою очередь, понуждает к вере в его харизму. Сегодня заметна тенденция усиления внимания исследователей к мотивации сторонников лидера, нежели к природе лидерства. Таким образом, соотношение структуры и действия, где первое, с точки зрения нормы социальной науки, приоритетно, оказывается обратным. Несмотря на значимость гипотез и изучения факторов *спроса*, важно не пренебрегать и факторами *предложения* - а именно искусством лидерства.

Хотя о политической харизме уже много написано, лишь в некоторых работах предлагаются соответствующие эмпирические методика и техника. Одна из них, наиболее показательная в этом отношении, посвящена перонизму в Аргентине в 60-х годах XX в. При этом изучалось только одно движение в одной стране, в определенное время (когда его лидер уже пережил харизматический расцвет) и в качестве метода применялся простой опрос общественного мнения². Некоторые утверждают, что корень нехватки эмпирических исследований в том, что, будучи интуитивно осмысленным, данное понятие недоступно операционализации.

Существуют частные проблемы использования классических средств социально-научного исследования голосования - опросов общественного мнения - применительно к изучению электорального поведения, в котором можно выделить аффективные, ра-

циональные элементы, весьма изменчивые чувства. Опросы могут упустить потенциальные групповые влияния или преуменьшить их значение. По поводу последних Ван Дурен считает, что в ядре харизматического сообщества "существуют так называемые искатели, то есть харизматически настроенные последователи, чье "благословение" лидера проистекает из внутренней потребности. Если они едины в своем почитании лидера, то их поведение может привлечь внимание других, которые затем или заражаются общим энтузиазмом или же понимают поклонение лидеру как соответствующее данным обстоятельствам действие. Этим новообращенных можно назвать присоединившимися"⁴. Если харизматические движения характеризуются подобной динамикой, то необходима иная исследовательская техника, такая как глубинные интервью или фокус-группы.

В соответствии с нашей программой⁵ исследования важно рассмотреть круг лидеров в целом, а не только тех, кто расценивался как харизматические политики. Если ограничиться только последними, то даже выявление их общих, инвариантных характеристик не внесет ясности в каузальные связи с харизмой. Невозможно также определить подлинно харизматических лидеров без эмпирических исследований природы их поддержки. Эмпирическая работа предполагала три главные формы. Во-первых, опросы общественного мнения, нацеленные на выявление природы поддержки лидеров в трех выбранных странах, допускающие сравнимость результатов. Во-вторых, использование фокус-групп без выявления более глубоких характеристик сторонников конкретного лидера. Здесь, как и при опросах, считалось, что сырые данные будут достаточны и без какого-либо теоретического вмешательства. В-третьих, исходя из определенных теоретических положений предполагался анализ заявлений лидеров. Исследователям разрешалось применять свои схемы анализа. Некоторые результаты эмпирических исследований представлены в статьях, публикуемых ниже, и в моей статье они не обсуждаются. Ее цель иная - обрисовать исходную теоретико-методологическую модель, рассмотреть вопросы операционализации для будущих исследований. В частности, я стремлюсь показать, что харизма - весьма важное понятие в аналитическом инструментарии ученых. Это вовсе не означает, что происходит широкое возрождение харизматического лидерства. Тем не менее преуменьшать значение данного феномена не следует.

Понятие харизмы

Обращение к термину "харизма" восходит к новозаветному "Второму посланию к Коринфянам", где описываются различные дары Божественной благодати. В словарь социальной науки этот термин введен М. Вебером в начале XX в.⁶ Причем, он не дал его точного определения и не предложил систематически проверенной теории, полагаясь лишь на исторический материал (заметим, опросы общественного мнения впервые были использованы в политических целях в 30-х годах прошлого века, а фокус-группы - много позднее). В веберовской трактовке харизматический стиль лидерства рассматривался в ряду двух других форм и оснований политической легитимности - традиционной и легально-рациональной. Вебер описывал харизму в трех главных измерениях. 1. Харизматический лидер, обладающий чувством великой миссии (необязательно религиозной), характеризуется уверенностью в себе, большими ораторскими способностями. 2. Массе его последователей, появляющейся, как правило, в периоды кризиса, присущи прежде всего огромное доверие к нему и осязаемая неразборчивость в экономических вопросах. 3. Рутинизация харизмы (посредством партийной организации и т.д.), без которой трудно сформировать радикальные харизматические революционные движения.

Большинство продолжателей Вебера сосредоточились на первых двух аспектах. Например, А.Р. Вилнер утверждает, что харизматическое отношение существует при наличии четырех условий: 1) лидер воспринимается сторонниками как своего рода

сверхчеловек; 2) они слепо верят его высказываниям; 3) безоговорочно исполняют его директивы; 4) выказывают ему неизъяснимую эмоциональную преданность⁷. На основе анализа лидерского дискурса она разработала герменевтически плодотворное описание квазирелигиозных измерений мифических нарративов, в частности в развивающихся странах (началом послужило ее сравнительное исследование Сукарно в Индонезии, Насера в Египте, Нкрумы в Гане).

Как бы то ни было, если следовать веберовской формулировке, возникает проблема: харизма оказывается феноменом, относящимся к прошлому или к реалиям развивающихся стран. Так, Ганди мог распространить богоподобную власть на большинство населения в 40-х годах XX в. Однако и другие типичные исторические примеры харизмы становятся проблематичными в рамках узковеберовского подхода. Наиболее известные биографы Гитлера подчеркивают харизматическую составляющую его образа, и нет сомнений, что многие немцы видели в фюрере Бога (особенно после побед в 1939-1941 гг.)⁹. Вместе с тем нужно заметить, что в некоторых последних исследованиях голосования за нацистов вплоть до 1933 г. обнаруживается рациональный момент привлекательности нацистской идеологии¹⁰. Возвращаясь к современной политике в демократических странах, можно утверждать вслед за большинством комментаторов, что проблемы экономики и эффективного управления становятся центральными в понимании предвыборного соперничества политиков и голосования. Представляется невозможным, чтобы политик здесь мог достичь широко признанного богоподобного статуса.

Нет необходимости в жесткой привязке понятия харизмы к веберовским формулировкам. Сам Вебер рассматривал данное понятие в терминах идеального типа, т.е. вопрос заключается не в поиске строгого определения, а в обнаружении некоторого континуума вариаций харизматического лидерства, удаляющихся или приближающихся к "чистой" конструкции. Задача, следовательно, состоит в том, чтобы, оставаясь верным веберовской трактовке харизмы, адаптировать понятие применительно к изучению современной политики. Необходимо также провести различие между типами персонализированного лидерства, так как личное притяжение может принимать различные формы. К примеру, каково бы ни было соотношение между обожествлением Гитлера массами и их рациональным отношением к его экономической политике, он все же воспринимался фактически как человек, которого судьба наделила исключительностью. Нельзя тем не менее то же самое сказать о президенте США Эйзенхауэре, который, несомненно, обладал личной притягательностью, выделялся не столько партийно-политическим весом, сколько славным военным прошлым. Его трудно назвать человеком, призванным осуществить великую миссию. Скорее, он был первым президентом, чей образ был раскручен политконсультантами.

Проводя различие между двумя типами персонализированного лидерства - харизматическим и иконным, подчеркнем, что несмотря на то, что оба термина имеют религиозную коннотацию, они интерпретируются в данном случае в светском плане: здесь нет намека на то, что лидеры руководствуются какими-либо религиозными мотивами, а их сторонники видят в них божество.

Харизматический лидер. Лидер подобного типа обладает чувством миссии радикального политического изменения и/или особого предназначения спасти нацию. Само изменение необязательно видится как результат новой политики, оно может сводиться к слову статус-кво, требованию возрождения золотого века или какой-либо идеализации прошлого. Типичным для лидера выступает значимая личная представительность. Для его сторонников характерны в высшей степени преклонение перед ним и признание его особой миссии. Классическими историческими примерами можно назвать фигуры Ганди, Гитлера, Мао Цзэдуна (времен Великой культурной революции в Китае). Менее чистые образцы представлены Лукашенко и Жириновским.

Полезное уточнение понятия вносит различие между "харизмой кутюрье" и "харизмой масс". Последняя относится к способности лидера апеллировать к массам, первое же соотносится с его способностью вызывать преданность внутреннего круга, яд-

ра сторонников. Одни обладают ярко выраженной харизмой кружка и не обязательно отличаются массовой харизмой. Ленин широко почитался среди большевистского ядра, однако спорным остаются вопросы: был ли он сильным оратором и было ли широким признание его человеком особого предназначения в России в начале 20-х годов XX в. Первоначальное значение харизмы связано с притягательностью для масс. Тем не менее связь с внутренним ядром сторонников может быть важной, осуществляясь по-разному - управление партией из глухого уголка (Разлива) и обеспечение согласия с политикой лидера при помощи партийных соратников.

После Октябрьской революции Ленин обрел преимущество благодаря ореолу главы государства, вступившего на путь радикального социального изменения. Этот феномен обозначается многими исследователями как "институциональная харизма", указывающая на еще одно важное концептуальное измерение. Тем не менее не всякое занятие высшего поста дарит харизму. Президентство дало Эйзенхауэру власть, притягательность и уважение, но не сделало его харизматическим лидером. Важно помнить основное значение харизмы - мощная поддержка личности, которую воспринимают как ведомую чувством особой миссии или предназначения. По аналогии, институт или партия, воплощающие подобное чувство, могут быть названы харизматическими. Термин "институциональная харизма" должен использоваться в определенном контексте, а не просто описывать преимущества от занятия высших постов.

Некоторые авторы считают ценным дополнением к концептуальному инструментарию термин "квазихаризматический". Иногда возникает потребность в различении таких лидеров, как Ганди, который вызывал массовое преклонение, и Тэтчер, которая хотя и руководствовалась ясной идеологической целью, не отличалась широким почитанием. В других случаях задача состоит в том, чтобы выделить лидеров, которые, будучи лично уверенными в себе, не стремятся к радикальным изменениям. Однако, поскольку понятие харизмы относится к идеальным типам, нет необходимости добавлять предикат "квази" для таких политиков, как Тэтчер. Лидеры могут располагаться в различных точках харизматического континуума в зависимости от личных характеристик и связи со сторонниками (так, харизматическая личность может не пробудить особую харизматическую связь и наоборот). В отношении нерадикальных или мессианских лидеров применение "квази" излишне: харизма не является синонимом убежденности или представительности.

Утверждается, что термин "псевдохаризма" уместен в аналитическом плане¹³, помогая обозначить способ, при котором современная маркетинговая техника используется политиками в целях создания своего образа, даже для придания недостающего им чувства миссии. К примеру, Джон Кеннеди в период президентской кампании 1960 г. занял позицию по гражданским правам, которая соответствовала скорее советам специалистов по общественному мнению, исходивших из возможных приобретений и потерь голосов, нежели его убеждению. Сравнительно недавно политики, подобные Тони Блэру, стали окружать себя "спин-докторами" (специалистами по раскрутке). Если анализ сосредотачивается целиком на лидере, тогда термин "псевдохаризма" может пригодиться для различения действительно убежденных от искусственно созданных лидеров (надо учесть, что даже действительно убежденные могут применять маркетинговую технику: Гитлер задолго до прихода к власти отработывал ораторскую жестикуляцию перед зеркалом и фотографом). Но если фокусироваться в большей степени на аудитории, ее откликах, тогда понятие псевдохаризмы покажется не столь ценным, хотя оно и связано с теоретическим утверждением, что для поддержки лидера отнюдь не безразлично, насколько харизма лидера подлинна.

"Иконный" лидер. Во многих случаях термины "институциональная", "квази-" и "псевдо-" харизмы используются применительно к людям, которых нельзя отнести к харизматической категории. Эти деятели имеют личных политических последователей и высокий публичный резонанс, однако они иконны, а не харизматичны. Иконный лидер обладает специальными качествами, необходимыми для лидерства, но при этом не стремится ни к радикальным изменениям, ни к мессианскому положению. Он не

воспринимается сторонниками как человек, призванный осуществить великую миссию, его поддержка не является мощной, хотя может быть и широкой. Не лишен он и представительности, но его образ - образ технократа, отца и т.п. Такой лидер становится ключевым символом правительства и/или партии. Исторические примеры - Эйзенхауэр, более свежие - Гельмут Коль в Германии, Клаус в Чешской Республике, Леонид Кучма в Украине, Франсуа Миттеран во Франции и Владимир Путин в России. В современном мире подобный тип лидера привычнее, чем подлинно харизматический, поскольку последний предполагает личность с исключительными качествами и специфические условия, благоприятствующие восхождению такого лидера.

Теоретизирование относительно харизмы

В исследованиях по данной тематике много внимания уделялось тому, что можно назвать харизматичностью личности - ее особые черты, ассоциирующиеся с этим типом лидера (иногда они связывались с психологическим объяснением оснований лидерства). Сегодня фокус все более смещается к выяснению природы и причин харизматической связи, а именно особенностей личных оснований поддержки, ее силы. Работы, посвященные взлету харизматических лидеров, обычно не направлены на систематизацию и прояснение теоретических положений. Как бы то ни было, можно выделить три преобладающие в научной литературе темы: кризис, легитимация и содействие (по моей терминологии).

Социальный кризис. Большинство исследователей харизмы, опираясь на Вебера, рассматривают некоторые формы кризиса как необходимую начальную точку анализа¹⁴. Если харизма главным образом представляется как аффективное по характеру признание лидерства, а не рациональное, то и трактовка кризиса сводится к тому, чтобы видеть в нем скорее угрозу идентичности, нежели экономическим интересам. Во времена ускоренных изменений люди более предрасположены к состоянию аномии, утрате ценностей и чувства социальной принадлежности. Они, испытывая вакуум идентичности, оказываются открытыми влечению к лидерам, предлагающим радикальные альтернативы. Сложные события могут также настроить людей на поиск утешения в вере в сильного лидера, способного контролировать мощные силы и гарантировать спасение.

С. Фридландер, вслед за Е. Эриксон, предложил редкий пример систематизации поражений, вызванных кризисом. На психологическом уровне выделены три главные формы кризисных проявлений: а) ужас перед лицом серьезной опасности, физически угрожающей сообществу; б) страх, спровоцированный дезинтеграцией групповой идентичности; в) экзистенциальная боль, которую испытывают люди, утратившие смысл привычных жизненных ритуалов¹⁵. По версии других авторов, в подобные периоды социальные миры людей меняются столь драматично, что они оказываются изолированными от семьи, друзей, знакомых¹⁶. Личность, подавленная изменением, настолько обесилена, что может просто отказаться от голосования. Харизматический лидер помогает людям обрести ощущение того, что политика не бессмысленна, что он может изменить ситуацию, сохраняя ответственность за нужды своих сторонников. Мэдсон и Сноу называют это "вверительным контролем".

Упор на драматическом кризисе и ускоренных изменениях, безусловно, соответствует положению Веймарской Германии (1919-1933) или России в период перед революциями 1917 г. Но действительно ли нужен кризис для появления харизматических лидеров? Какой кризис породил харизму Ганди? Россия, несомненно, переживала огромные изменения в начале 90-х годов, но была ли она в состоянии кризиса, когда Жириновский сделал свой электоральный рывок? Была ли Беларусь в "кризисе" во времена первой президентской победы Лукашенко? Находились ли те, кто пошел за Жириновским и Лукашенко, в указанных выше трех формах психологического шока?

Культурная легитимация. Второе общее утверждение - харизматический лидер нуждается в определенной форме культурной легитимации. Это положение применяется к Германии до 1945 г. и даже к сегодняшнему постсоветскому пространству. Считается типичным для германской традиции сильное лидерство, образцы которого преподнесли император Фридрих или Бисмарк¹⁷. Россия тоже имеет традицию сильной власти, восходящую к царским временам, например, к Петру I.

Отдельные черты национальных традиций также могут содействовать становлению харизматического лидерства. Нет сомнения, что Лукашенко способен был добиться популярности, невзирая на свои малые достижения, потому что народ верил, что ему недостает хорошей команды. Это чувство напоминает старую веру в "хорошего царя", который окружен придворными глупцами и интриганами. Умберто Босси, лидер Итальянской северной лиги, являет собой другой интересный случай. В итальянской культуре нередко выделяют сопутствующий элемент мачизма (супермаскулинности, мужской неотразимости, обаятельности - от испанского *macho*), однако Босси худой, неуклюж и обычно плохо одет. Привлекательность этого образа связана с иными смыслами в сравнении с реакцией на позирование Муссолини. Он рассчитан на представления, свойственные католической культуре, об изможденном, истерзанном теле, распятом на кресте¹⁸.

Тем не менее харизма может появиться в обществах, не имеющих традиции сильного лидерства. Черчилль в Англии в конце 30-х годов считался исчерпавшим себя инакомыслящим, признанным только в узком кругу. Но в конце 40-х он воспринимался уже как великий военный лидер, олицетворение британского сопротивления нацизму. Здесь главным фактором, возможно, выступает кризис, а не культура.

Политическое содействие. Черчиллю помогало то обстоятельство, что в военное время политика, как правило, поднимается над партиями. Оставаясь формально консерватором, он во многом был аутсайдером, способным заслужить признание помимо партии (с учетом того, что консервативная партия особенно пострадала из-за политики умиротворения Германии). Вообще харизматические лидеры, похоже, появляются тогда, когда партии слабы или не пользуются уважением (растущая тенденция как на Западе, так и на Востоке?). Партии стремятся побудить людей голосовать на основе программных целей или политических противопоставлений, менее на основе личности кандидата. Несмотря на то, что некоторые харизматики были лидерами партий (Ленин, Гитлер), они добились своего статуса либо в однопартийной системе, либо в условиях неразвитой многопартийности.

В условиях демократии харизма скорее возникнет в рамках президентской, чем парламентской системы. Гитлер обрел значительную политическую известность в период президентских выборов 1932 г. Лукашенко занял видное положение также на президентских выборах. Выборы этого уровня выдвигают на первый план личность, качество ее политической представительности и т.п. Они также благоприятствуют популистской политике, за счет которой лидеры легко набирают очки, и тактике демонизации всех оппонентов (в меньшей степени это характерно для парламентских систем, которые, возможно, больше ориентированы на создание коалиционных правительств¹⁹). Однако здесь нет необходимой связи, поскольку Босси и Хайдер появились в государствах, которые ближе к парламентскому правлению, чем президентскому).

Наконец, еще одним фактором, существенным для демократических государств, выступают СМИ²⁰. Они все больше становятся несущей опорой политических кампаний. Популярные медиа нацелены на персонализацию проблем, иногда устраивая "президентские" состязания даже в условиях парламентских систем (например, на британских всеобщих выборах 2001 г., которые СМИ описывали как конфликт между убедительным Тони Блэром и несчастным консервативным лидером Вильямом Хейгом). Политики, в свою очередь, эксплуатируют медийные приемы. Однако вряд ли СМИ непременно поднимают новую волну харизматических лидеров.

Гипотезы

Если включить харизму в сферу социальных исследований, естественно, следует выдвинуть ряд гипотез, нуждающихся в проверке поведением опросов, работой с фокус-группами, глубинными интервью и др. Ограничусь формулировкой лишь некоторых возможных гипотез и их применения в опросах.

Гипотеза 1. Положение об аномии. Утверждается, что харизматические лидеры притягательны особенно для тех, кто, испытывая на себе внезапные изменения, пострадал от утраты социальной укорененности. Вопрос анкеты можно построить следующим образом: «Согласны ли вы, скорее согласны, не согласны, скорее не согласны с положением, что "события в последнее время изменялись быстро, так что я чувствую себя менее защищенным, чем прежде"?»

Гипотеза 2. Положение о "вверительном контроле". Утверждается, что харизматические лидеры притягательны, так как они дают возможность людям, ощущающим бессилие, почувствовать вновь свое влияние на политиков и события.

Гипотеза 3. Положение об исторической легитимации. Утверждается, что харизматики обладают широким признанием, поскольку они способны представить себя соответствующими легитимной национальной традиции.

Гипотеза 4. Положение об авторитарности. Утверждается, что харизматические лидеры притягательны для тех, кто предрасположен к подчинению сильной власти. Вариант вопроса: «Согласны ли вы, скорее согласны, скорее не согласны, не согласны с тем, что "несколько сильных лидеров сделают больше для страны, чем все законы и разговоры"?».

Гипотеза 5. Положение о низком уровне доверия к партиям. Утверждается, что политики харизматического типа получают признание, когда основным партиям не доверяют.

Гипотеза 6. Положение об институциональной харизме. Утверждается, что занятие высших постов, особенно выборного президентского, может принести дополнительную харизму лидеру. Вариант вопроса: "Согласны ли вы, скорее согласны, скорее не согласны, не согласны с тем, что Президент Российской Федерации есть воплощение национальной судьбы и предмет гордости и должен поддерживаться во всем и все время?"

Сравнение вопросов № 1 и № 6 высвечивает принципиальную проблему времени. Вопрос 1 главным образом относится к фазе взлета в поддержке харизматического лидера. Шестой - только к утвердившимся лидерам. Временной параметр существен и в других отношениях. Опрос, связанный со временем начала пути харизматического лидера, не может охватить достаточное количество его сторонников, необходимое для валидного анализа. С другой стороны, опрос, проводимый в период уже широкой поддержки лидера, может захватить респондентов, реагирующих не на его харизму, а на настроения окружающих.

Последующие вопросы важны для непосредственного зондирования связи лидера с его сторонниками, является ли она харизматической или иконной.

Гипотеза 7. Харизматический лидер вызывает особенно интенсивную идентификацию. Утверждается, что харизма есть нечто большее, чем только популярность или уважение: она подразумевает сильное чувство идентификации с миссией харизматика. Вариант вопроса: "Можете ли вы утверждать, что разделяете полностью, скорее разделяете, скорее не разделяете, не разделяете полностью видение президентом Лукашенко будущего Беларуси?"

Гипотеза 8. Поддержка лидера иконного типа базируется на рациональных факторах, таких как успехи прошлой карьеры. Для иконного лидера типична демонстрация прошлых успехов или таланта, например, проявившегося в управлении заводом (как у Кучмы), или тесных связей с важными группами (к примеру, с военной верхушкой).

Харизматическому лидеру не нужен показ каких-либо больших успехов. Способность справляться с неудачами может быть существенной частью теста на харизму. Например, Гитлер десять лет после вступления в нацистскую партию мало что зна-

чил. Тем не менее харизматический лидер может ссылаться на свои прошлые успехи. Таков Ющенко на украинской политической сцене. Решающим здесь выступает природа поддержки. Кучму поддерживают по рациональным соображениям, таким как согласие с его политикой. Сторонники Ющенко знают немного о его политике, но идентифицируют себя с ним как лидером, способным провести радикальную трансформацию.

Харизматический дискурс

Подчеркнем еще раз: важно не переоценивать сторону спроса в изучении харизмы. Здесь важна и сторона предложения, дискурс относительно лидерства. Это, возможно, легче понять, возвращаясь к соотношению харизмы и кризиса. Он обычно преподносится как объективная реальность. Однако харизматический лидер может усилить, даже устроить ощущение кризиса. Кризис ли породил во времена Французской революции Робеспьера? А может быть, наоборот? Вера Гитлера в собственное предназначение заставила его отказаться от поста вице-канцлера в 1932 г., тем самым углубилось кризисное состояние Германии. Убежденность Ленина в правильности своего прочтения Маркса привела его к вере в наличие революционной ситуации в 1917 г. Более спокойный и мирный марксистский лидер мог бы закончить остаток своих дней в незаметном изгнании.

Не все черты, указанные ниже, необходимо присущи лидеру, определяемому как харизматик. Только первая может считаться как необходимая стержневая черта. Другие же выступают общими в харизматическом дискурсе. Для лидера этого типа характерно следующее.

1. *Особая миссия, состоящая в проведении радикального изменения и/или спасении нации.* Харизматики временами могут делать выбор между своими обещаниями и компромиссами (Ленин и новая экономическая политика), но они руководствуются определенной формой мессианского предназначения. Они спасители, а не "ремонтники". Гитлер должен был бы предложить, как сделать парламентское правление более стабильным или обеспечить расширение общественных работ, чтобы помочь безработным. Он же обещал возродить Германию - удобная метафора, способная вместить как радикальное изменение, так и реставрацию прошлого. Фактом остается одно: идея радикального изменения не должна выдвигаться в ясном, законченном виде. В противном случае появляется опасность излишних политических деталей (есть риск засомневаться в практичности, запутаться в вычислениях проигравших и победителей и т.д.). Харизматическое предвидение нового будущего выше этого, оно должно вызывать широкий резонанс. Попытки М. Горбачева реформировать СССР (гласность и перестройка) и создать широкое общеевропейское взаимопонимание выступают замечательным восточноевропейским примером подобного обобщенного видения. То же можно сказать о призывах Жириновского к возрождению великой России.

2. *Личная представительность.* В ранних работах, посвященных харизме, обычно выделялись ораторские способности лидера. В более поздних - способности создать верный образ на телевидении. Оно заземлено на визуализации, хотя и не связано напрямую с физической привлекательностью. Вряд ли Путин привлек бы голоса на простых смотринах, но его телевизионный образ спортсмена, возможно, сделал его более притягательным не только в глазах женщин.

3. *Манизм.* Харизма обычно выступает мужской формой нарратива-символизма. В то время как женщины могут символизировать политические идеи, харизма больше ассоциируется с действием, героикой и т.п. (часто с войной или кризисом). Муссолини в этом отношении - классический пример, хотя богоподобный образ Гитлера показывает, что фашистские лидеры не обязательно принимают образ мачизма.

4. *Нарративы о жертвенности и борьбе.* Харизматики обычно рассказывают истории, в которых они вынуждены были преодолевать трудности и/или приносить

большие жертвы. Здесь открывается возможность для мужчин, не ассоциирующихся с манизмом (таких, как Босси), конструировать притягательный дискурс. Жириновский показал блестящий образец в этом деле, поведав публике о своем безрадостном детстве с постоянными лишениями и унижением. Нескрываемое использование православных тем рассчитано на усиление чувства мессианизма и жертвенности.

5. *Цели подключения, или цели идентичности.* Г. Гарднер относительно лидерства считает, что "лидеры и аудитория пересекаются во многих историях, но основная история имеет дело с вопросами идентичности. Тот лидер, который преуспел в выражении новой версии истории данной группы, оказывается наиболее действенным... Большинство лидеров предпочитали истории, которые имели подключающий эффект, побуждали индивидов думать о себе как о части более широкого сообщества"²¹. Более того, для лидера типичны некие приатки истории, которую он пытается рассказать. Гитлер добивался создания великой Германии, будучи сам австрийцем по происхождению. Жириновский вырос в бедности, в маргинальных слоях Казахстана.

6. *Категории "друг-враг" (манихейство).* Хотя харизматические лидеры обычно стремятся к (вос)созданию чувства общности, важной частью их вооружения выступает выискивание врагов. В одних случаях это внутренние враги, не являющиеся элементом подлинного общества. Такова гитлеровская демонизация евреев. В других - внешние враги. Для Жириновского врагом иногда бывали евреи, но постоянный образ его демонологии - США.

7. *Активизм сторонников.* Харизматики также склонны ожидать большего от своих сторонников, нежели иконные лидеры. Необязательно, чтобы этому помогали институты, подобные коммунистической или нацистской партии. Харизматические лидеры ожидают, что их сторонники возьмут судьбу в свои руки. Жириновский, к примеру, использует всяческое подчеркивание роли молодежи в осуществлении предначертаний России. Открыто или скрытно лидеры данного типа вербуют новых сторонников, используя искренность верующих.

Важно заметить, что дискурс и символы могут иметь различный эффект в конкретной аудитории. Гитлер не владел образом мачизма, однако это не мешало тысячам женщин регулярно направлять ему, уже ставшему канцлером, письма с предложениями себя. Не ясно также, какой дискурс наиболее действен. Привлекает ли Жириновский голоса избирателей мачизмом, или скромными рассказами о страданиях, или видением новой великой России?

Заключение

Изучение лидерства сопровождается парадоксом: этот феномен широко исследуется и вместе с тем является одним из наименее понимаемых учеными. Есть множество как понятийных, так и теоретических проблем его изучения. Тем не менее представляются поспешными выводы тех, кто считает понятие харизмы излишним в социальной науке. Данное понятие, возможно, имеет определенные шероховатости, теоретические объяснения этого феномена, возможно, эклектичны, а операционализация порождает серьезные вопросы. Тем не менее два момента, на мой взгляд, важны в перспективе. Во-первых, нужно согласиться, что понятие харизмы относится к разряду идеальных типов. Поэтому, к примеру, на вопрос, был ли Сталин харизматиком, нельзя ответить односложно - либо да, либо нет. Во-вторых, принципиален вопрос, понесет ли социальная наука аналитический урон, если будет отброшено понятие харизма? Ответ - да. Задача в том, чтобы изучать данный феномен более систематическим, научным образом.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ В статье не обсуждается проблематика харизматического лидерства в других сферах - организационной, религиозной, хотя, естественно, многочисленные соответствующие работы и принимались во внимание. Не рассматривается специально также понятие лидерства. Обзор литературы по этим вопросам см.: *Bass B.* *Bass and Stogdill's Handbook of Leadership.* New York, 1990 (в особенности pp. 184-221); *Tucker R.C.* *Politics as Leadership.* Columbia, 1981.
- ² *Kirkpatrick J.* *Leader and Vanguard in Mass Society: a Study of Peronist Argentina.* Boston, 1971. Эмпирический материал этого исследования использовался также в теоретической работе: *Madsen D., Snow P.G.* *The Charismatic Bond.* Cambridge, Ma., 1991.
- ³ *Rejai M., Phillips K.* *Leaders and Leadership.* Westport, 1997. P. 27.
- ⁴ *Van Dooren H.M.* *Messengers from the Promised Land.* Leiden, 1994. P. 253.
- ⁵ Эта программа предложена группой ученых Батского университета, возглавляемой мной и включающей Елену Коростелеву, Колина Лоусона, Говарда Уайта. Они отвечают за работу в трех выбранных странах - России, Украине, Беларуси, а Е. Коростелева дополнительно координирует исследовательские связи. На мою долю приходится разработка понятийных и теоретических проблем. Я благодарен Г. Уайту за советы по вопросам восточноевропейской политики.
- ⁶ См. особенно: *Eisenstadt S.N.* *Max Weber on Charisma and Institution Building.* Chicago, 1968.
- ⁷ *Wilner A.R.* *The Spellbinders. Charismatic Political Leadership.* New Haven, 1984. P. 8. Другие работы, примечательные поиском широкого подхода к изучению харизмы: *Lindholm C.* *Charisma.* Oxford: Blackwell, 1990; *Schweitzer A.* *The Age of Charisma.* Chicago, 1984.
- ⁸ *Erikson E.H.* *Gandhi's Truth.* New York, 1969.
- ⁹ *Kershaw L.* *Hitler: Hubris, 1889-1936.* London, 1998.
- ¹⁰ См.: *Brustein E.M.* *The Logic of Evi.* New Haven, 1996.
- ¹¹ По вопросу, был ли Ленин блестящим оратором см.: *Service R.* *Lenin: a Political Life.* Bloomington, 1985; по вопросу развития культа Ленина см.: *Tumarkin N.* *Lenin Lives!: the Lenin Cult in Soviet Russia.* Cambridge, Ma., 1983.
- ¹² Например: *Bass.* *Op. cit.* P. 241.
- ¹³ Например: *Bensman J., Givant M.* *Charisma and Modernity // Glassman R.M., Swatos Jr. W.H.* (eds.). *Charisma, History and Social Structure.* New York, 1986. P. 55.
- ¹⁴ См.: *Rejai and Phillips.* *Op. cit.* P. 26.
- ¹⁵ *Friedlander S.* *History and Psychoanalysis.* New York, 1978; *Erikson E.H.* *The Young Luther: a Study in Psychoanalysis and History.* London, 1968.
- ¹⁶ *Badsen and Snow.* *Op. cit.*
- ¹⁷ *Lepsius M.R.* *Charismatic Leadership: Max Weber's Model and Its Applicability to the Rule of Hitler // Graumann C.F., Moscovici S.* (eds.). *Changing Conceptions of Political Leadership.* New York, 1986.
- ¹⁸ *Barradough R.* *Umberto Bossi: Charisma, Personality and Leadership // Modern Italy.* 1995. Vol. 3. № 2.
- ¹⁹ Дискуссия о последствиях президентства в Восточной Европе редко затрагивает вопросы харизмы или популизма. Исключение см.: *Schopflin G.* *Nations, Identity, Power: the New Politics of Europe.* London, 2000.
- ²⁰ См.: *Madsen and Snow.* *Op. cit.*; *Manin B.* *Principles of Representative Government.* Cambridge, 1997. Этот вопрос изучается в странах Восточной Европы, причем скорее с упором на свободу печати, чем на вопрос о влиянии на персонализацию политики.
- ²¹ *Gardner H.* *Leading Minds: an Anatomy of Leadership.* New York, 1995. P. 14, 291.
- ²² *Burns J.M.* *Leadership.* New York, 1978. P. 2; *Fiorina M.P., Shepsle K.A.* *Formal Theories of Leadership: Agents, Agenda Setters and Entrepreneurs // Jones B.D.* (ed.). *Leadership and Politics Kansas,* 1989. P. 17.
- ²³ См.: *Spinrad W.* *Charisma: a Blighted Concept and an Alternative Formula // Political Science Quarterly.* 1991. Vol. 106, № 2. P. 310; *Worsley P.* *The Trumpet Shall Sound.* London: Paladin, 1968 (приложение).

Перевод с английского В.В. ПЛАТКОВСКОГО