

ЛЕГИТИМАЦИЯ КАК СПОСОБ СИМВОЛИЧЕСКОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Кулешова М.А.

(Томский политехнический университет)

Процесс символического конструирования политической реальности может быть реализован посредством нескольких способов, специфика которых позволяет не только раскрыть особенности вхождения в мир политики, но и проследить степень участия в этих процессах основных составляющих социального и политического пространства. В зависимости от территориальных и ментальных характеристик данного общества можно определить и специфическую окраску того или иного способа. Вместе с тем, хотелось бы отметить, что анализ данной проблемы позволяет констатировать, так называемую, многоуровневость вышеуказанного процесса и выделить в нем несколько составляющих, позволяющих отразить особенности интересующего нас социокультурного пространства.

Одним из способов символического конструирования политической реальности является легитимация, которую Бергер и Лукман предлагают рассматривать в качестве объективации “второго порядка”. При этом они утверждают, что ее основная цель заключается в том, чтобы сделать объективно доступными и субъективно вероятными уже институционализированные объективации “первого порядка”¹.

Однако легитимационные процессы не являются по своей сути однородными, так как они предполагают наличие знания, предшествующего ценностям. В связи с этим в зависимости от характера знания (самоочевидное знание, теоретическое утверждение, явные теории и теоретические традиции) на разных этапах легитимационного процесса формируются различные конструкции общества, высшей из которых является символический универсум, при этом конструирование символического универсума происходит с помощью социальных объективаций.

Можно сказать, что символический универсум в жизни индивида “расставляет все по своим местам”. Он гарантирует предельную легитимацию институционального порядка. Если говорить о социальной значимости символического универсума, то он выступает в качестве защитных механизмов как для институционального порядка, так и для индивидуальной биографии, а также предусматривает определение социальной реальности (то есть устанавливают границы того, что относится к сфере асоциального взаимодействия).

При этом совершенно очевидно, что и в качестве способа символического конструирования реальности, и в качестве принципа оправдания законности суть легитимации заключается в том, чтобы обосновать существования бытия власти в качестве центробразующего элемента

политического пространства и вместе с тем показать все разнообразие конструируемых типов пространства. Именно в связи с легитимационными процессами проблема поддержания политического порядка приобретает особое значение, при этом уделяется особое внимание взаимодействию масс и лидеров. Так М.Дюверже в своей фундаментальной работе “Политические партии” говорит о том, что в эволюции политических партий с начала 19 века самыми основными являются два фактора: рост властных руководителей и тенденция к установлению личностных форм власти. Возрастание власти, персонализация власти - вот основные феномены, которые наблюдаются не только в партиях, но и во многих социальных общностях.

Совершенно очевидно, что в процессе легитимации мы можем говорить и о выделении особой, легитимационной символики. Процедура общественного признания политического действия или политического лидера, объяснение и оправдание тем более значима, что не носит насильственный характер. Любые события, связанные с этим явление, приобретают, как правило, символический характер. Доверие населения к власти - это тот капитал, на котором держаться сами демократические институты. Именно поэтому борьба за голоса является очень важным событием. В связи с этим имеет смысл отметить и еще одну символическую категорию - манипулирование. Применительно к сфере политического она обезличена и предполагает воздействие на широкие массы. Воля меньшинства (а то и отдельной личности) в завуалированной форме навязывается большинству². По мнению В.Амелина³, технология политического манипулирования предполагает наличие трех основных составляющих, на примере которых можно проиллюстрировать всю значимость манипуляционной символики.

В сознание под видом объективной информации неявного, но желательного для определенных групп содержания, “запускаются” символы, отражающие смысл этого содержания.

Осуществляется воздействие на болевые точки общественного сознания для того, чтобы вызвать в зависимости от обстоятельств, страх, тревогу или ненависть, происходит также при непосредственном символическом участии, причем “болевые” точки, в свою очередь, также могут иметь символическое проявление.

Реализация новых замыслов и скрывааемых целей, достижение которых коммуникат связывает с поддержкой общественным мнением своей позиции, носит исключительно функциональный характер, но является следствием двух первых этапов.

Посредством манипулирования, таким образом, возможно не только поддержание порядка, но и обеспечение устойчивости легитимационных процессов. Вместе с тем легитимное воспроизводство отноше-

ний общественного представительства в системе государственного руководства и управления играет не меньшее значение, чем выработка поддерживающих легитимационный порядок процедур. При этом если учитываются, так называемые, особенности русского национального характера, то определение границ легитимационной символики не представляет никаких трудностей.

Так русских отличает повышенное внимание к лидерам, потребность быть ведомыми. Бердяев отмечал, что “русский народ всегда ждет властелина”⁴. Россияне издавна привыкли возлагать на лидера свои заботы и ответственность за положение дел, полагаться на мудрого рулевого, с ним связывать надежды и преодоление трудностей. Политический лидер в России, совмещая в себе качества “структурного” и “коммунитарного” лидера, выступает и как главное лицо культуры, но культуры, имеющей архаическую подоснову⁵.

Русским свойственна потребность в опоре на власть и руководство. Государство в России традиционно выступало регулятором и инициатором общественных установок и общественных перемен. Такая глобальная роль государства не могла не привести к тому, что пассивность, покорность в отношении государственной власти прочно отпечатались в характере русских людей. Привычка к повиновению государственной власти стала одной из “физиономистических” черт российской политической культуры.

Определяя особенности русского национального характера, В.В.Крамник отмечает сужение и ограничение функций государства, которые, вместе с попытками становления гражданского общества в ходе реформ, ведут к автономии граждан, созданию новой психологии: на власть надеяться, но и сам не плошай. Но сохраняется еще тенденция, когда большинство людей хочет не участия во власти, а отдания себя власти, перенесения на власть всего бремени. В этом случае массы знают, что когда им что-либо не нравится или чего-нибудь сильно захочется, они могут достигнуть всего без усилий и сомнений, без борьбы и риска, им достаточно нажать на кнопку и чудодейственная машина государства тотчас сделает, что нужно. Эта легкая возможность всегда представляет для масс сильное искушение. Вера в государство наделяет человека чувством стабильности и собственной значимости. Когда же ему предлагают верить в себя, опираться на собственные силы, это вызывает у него чувство бессилия.

Кстати, некоторые партии в своих программах стараются не только подчеркнуть то, что государственная власть должна служить опорой населению, но и тот факт, что именно русский народ является опорой российской государственности. При этом указывается, что русский народ вымирает, а русская культура размывается. В связи с этим именно

государство должно решить проблему противоречия между традиционными ценностями культуры и нынешней деградацией нравственной среды⁹. Однако этот принцип работает лишь в общероссийском масштабе, поскольку, например, в Томске и Томской области региональные представительства тех или иных политических партий и объединений не оказывают существенного влияния, ни на политические процессы в целом, ни на избирательные процессы в частности.

Русским людям в большей мере свойственная уравнилельная и коллективистская психология. За советский период "уравниловка" превратилась в коренную черту россиян, трудно поддающуюся изменению и вызывающую, быть может, сильное недовольство в условиях резкой поляризации общества в ходе радикальных реформ. Именно поэтому те, кто сумел включиться в новые формы жизни, воспринимают это как естественный выбор и способ существования, а те, кто не смог преодолеть "коллективистское начало"-переживают экзистенциальный вакуум, утрату жизненных смыслов, или своего рода социальную ненормальность. В результате новые формы бытия для них оказываются непривычными, вызывают чувство одиночества, ненужности, неспособности угнаться за временем, проявить себя в новых обстоятельствах.

Еще одна отличительная черта русских - их доверчивость и даже легковерие. Следует отметить, что вера носит несколько неопределенную окраску. Зачастую верят слепо, руководствуясь не расчетом или соображениями выгоды, а принципами, убеждениями. Это характеристика, кстати, играет немаловажную, если не основную, роль во многих региональных (в том числе и в Сибири) политических процессах.

У русских большую роль играет мораль, идеология. Всю политическую идеологию пронизывает идеализм⁶. Кроме того, как считает Лосский, русский человек отличается высоким развитием нравственного опыта⁷. Он проявляет особый интерес к различению добра и зла, зорко подмечает несовершенство всех поступков, нравов и учреждений. У основной массы избирателей совершается разделение происходящего на "светлое - темное", "истина-ложь", "полезное - вредное". Сильны искажения "социальной справедливости". Причем идеал Справедливости является фетишем российской политической мысли. Это не отвлеченная пустая абстракция, а материалистический идеал первобытнообщинного устройства⁸. Идеалы, нравы, убеждения традиционно ценятся в России если не выше, то не ниже, чем материальное благополучие. За них часто борются и умирают. И хотя роль материального фактора резко возрастает в последнее время, все же большинство россиян идет не от жизни к нравственности, а по-прежнему от нравственной идеологии к жизни. Их отличает скорее не умозрительный, а практический склад ума. У них "недостаточное чувство действительности", "стремление к сверхземному".

У русских самосознание зачастую оттесняет реальную жизнь, а теории, программы замещают решение конкретных проблем.

Россияне - патриоты по натуре. И это не агрессивный, а жизнеутверждающий патриотизм. Это идея, отданная вначале на откуп социал-демократическим партиям, постепенно начала проникать в программы демократических партий, по крайней мере, на уровне деклараций и лозунгов¹⁰. Патриотизм - это процесс. В свое время Бердяев писал о том, как в России нездоровый патриотизм, боящийся правды и выражающийся в словесной идеализации того, что есть, заменяется здоровым патриотизмом, глядящим в глаза самой горькой правде, выражающийся в служении тому, что должно быть¹¹.

Русские люди максималисты и нигилисты. Они не умеют ждать, рассчитывать силы, постепенно, но верно решать поставленные задачи. Им все подавай немедленно: здесь и сейчас. Они предпочитают переделывать, а не улучшать, отрицать, а не предлагать, разрушать, а не созидать. Они стремятся к крутым поворотам, революционной ломке. Русский человек все доводит до крайности, до абсолюта. Может быть, эта особенность русского характера и помогла Гайдару в его "шоковой терапии".

Эти крайности свойственны россиянам потому, что у них потерян духовный центр. Кто сказал, что Россия - страна консерваторов? Полное отсутствие консерватизма, по мнению Бердяева, фатальная особенность России. Россия вышла из революции, и все еще продолжает жить по законам революции. Русские люди не перестают рваться, стремиться куда-то без оглядки. Только в самое новейшее время рванули сначала в "военный коммунизм", потом - сплошная коллективизация и индустриализация, потом - "догнать и перегнать", потом - "непосредственное построение коммунизма", потом - ускорение, потом - развал СССР. Ну и финал: прыжок, а не движение к рынку.

До сих пор еще не изжита привычка ставить грандиозные, непомерные цели. Если равняться - то на Америку, если реформировать страну - то в короткий срок.

Русские люди с трудом избавляются от мессианства, от стремления создать самое передовое, самое справедливое общество. Так, например, в программе партии "Власть-народу!" особенный акцент сделан на стремление доказать лидерство России в процессе мирового развития, заявляется об исключительной ее роли в мировом сообществе. Именно Россия должна "проторить дорогу для человеческой цивилизации"¹². В свое время русские радикалы не гнушались никакими средствами, готовы были истребить Россию во имя утопических целей. Их духовные наследники - русские коммунисты - также насаждали коммунистический строй, сокрушая на своем пути все препятствия, применяя дозволенные

и недозволенные приемы. Российская политическая традиция ухватилась за идеи исторического мессианства в революционной форме, имевшего христианские корни¹³.

Сказывается и извечная конфронтационность россиян. Русским просто скучно жить обыденной, повседневной жизнью. Наше общественное сознание передает из поколения в поколение стереотипы общественных взаимосвязей. И хотя налицо, несомненно, идеалистичное восприятие конфликта, а сюжет “борьбы за справедливость” один из наиболее живучих и притягательных в мифологии российского общества, конфликтность отечественного политического сознания (как одна из его потребностей) возникает и удовлетворяется преимущественно в сфере общественного сознания.

Понятно, что в связи с данной проблемой мы говорим о специфике применимости всех этих характеристик в ходе именно избирательных кампаний. Как общероссийские, так и региональные выборы, будучи мероприятиями массового характера, с неизбежностью требуют определенного набора действий, согласованных по времени и месту (отчасти именно этим объясняется пространственно-временное ограничение избирательных кампаний). Для того чтобы в массовое сознание поступила информация о символах времени, пространства и нормативно-правового характера до начала любой избирательной кампании осуществляется информационное поступление о сроках, времени и месте проведения выборов, а также об особенностях законодательной базы данного процесса. Также в это время происходит определение границ, как для всего избирательного процесса, так и для отдельных его этапов. Кроме того, в связи с наличием в любых выборных процессах типичных политических событий (объявление о проведении выборов, регистрация кандидатов, голосование и включение кандидата в политическую систему), границы основных этапов являются строго определенными и приобретают ритуальный характер, отделяя одно действие от другого.

В избирательной кампании, как в неоднородном процессе, возможно выделение нескольких этапов: идентификации, доверия и борьбы. При этом особенности использования символического материала зависят не только от характеристик выбранной модели избирательной кампании, но и от условий политического мира в целом, и политической ситуации в частности. Так на первом этапе основное внимание уделяется процессу конкуренции символов за избирателя. Концентрация массового сознания на ключевых моментах программы данного кандидата и стремление обозначить (соотнести) “своего” кандидата с предлагаемой символической формой, имеет своей целью выделить и сделать узнаваемой ту конкретную фигуру, вокруг которой завязывается избирательный процесс. На этапе доверия осуществляется более массивная атака на

сознание избирателя, с целью отдавания предпочтения определенному фигуранту. При этом необходимо учитывать все особенности массовых (общественных) настроений, так как именно знание специфики электоральных характеристик позволяет не только усилить положительные эмоции “своего” электората, но и ослабить негативные - «чужого». Стремление установить символические отношения между кандидатом и избирателем в итоге должно привести к формированию общего поля их взаимодействия. И, наконец, на третьем этапе осуществляется откровенная конкуренция символов за передел конструируемой реальности с учетом целей, преследуемых в данной кампании данного кандидата. При этом следует отметить, что часто происходит попытка ослабления или полной дискредитации “чужих” символов главным образом посредством так называемых “грязных” технологий. Основная задача в данном случае - заставить работать на полную мощность “свои” символы на “своего” носителя и повернуть символы конкурента против него же.

Важным моментом, касающимся стратегии избирательной кампании, является стремление представить ее как зрелищное событие, в котором кандидат выглядит главным героем, а его соперники показаны в качестве “препятствия” на пути благого дела. При этом избиратели выступают как активные зрители и/или участники, стремящиеся оказать посильную поддержку основному актору. В связи с этим происходит конструирование уже самой избирательной кампании как символического события. Вкладывание в нее особого смысла, который в конечном итоге приведет к поставленной цели, выделение основных моментов, в соответствии с теми требованиями, которые существуют у электората, разработка действий - все это несет на себе отпечаток символического опыта и является, в свою очередь, символическим проявлением политического действия. Так во время последних выборов губернатора Томской области была наглядно представлена именно такая ситуация, главным действующими лицами которой являлись предыдущий губернатор В.Кресс и его соперник А.Деев. Интрига, скандал, разоблачения, обвинения, - все это вместе и каждое в отдельности обеспечили томскому электорату довольно длительный запас эмоций и обсуждений. Позднее подобное шоу было сыграно во время очередных выборов мэра г.Томска, когда основные страсти разгорелись между предыдущим мэром А.Макаровым и его основным конкурентом Ю.Галямовым.

С самого начала избирательная кампания может быть представлена в виде той или иной модели. При наличии универсальной формы ее содержание может быть тем специфичнее, чем более специфичной является выбранная избирательная модель. При этом совершенно очевидным является тот факт, что в зависимости от выбранной модели, символический набор, используемый в данной кампании, также будет различным.

При обязательном использовании универсальной символики, в обязательном порядке будет наличие и специфических символов, являющихся в данном случае совершенно необходимым элементом.

Существование самых различных разработок по этому вопросу не представляет возможности приводить их все. Но в качестве примера можно отметить типологию О.Кудинова и Г.Шипилова¹⁴. Типология основана на принципе основных ресурсов, используемых в том или ином случае. Так “рыночная” модель построена на принципе конкуренции символов, причем кандидат в данном случае выступает как “товар”, который “продается” со всеми сопутствующими характеристиками. Административно-командная модель строится с учетом использования “силовой” символики со стороны носителя власти, при этом очень большую роль играет государственная символика, которая может выступать и как средство давления на соперника, и как средство поддержки для избирателя. Массированная атака, которая в данном случае имеет максимальные возможности для осуществления, оказывает решающее воздействие на электоральные предпочтения (кстати, достаточно мощной используется административный ресурс во время избирательных кампаний в сибирском регионе). Организационно-партийная модель в максимальной степени использует партийную символику, причем, по мнению М.Дюверже¹⁵, “влияние политических партий прямо пропорционально размеру округа: чем он больше, тем большая роль партий в этом случае. Главным образом это связано с тем, что на маленьких округах с большей вероятностью возможно личное знакомство избирателей с кандидатом - тем чаще избирательная кампания принимает форму борьбы личностей, и выбор между ними избиратель делает на основании присущих ему качеств, а не их политической принадлежности. Когда территориальные рамки расширяются, прямой контакт между кандидатами и избирателями ослабевает: вторые уже не знают первых лично. Политическая этикетка становится существенным элементом голосования, тогда как в малых округах это дело второстепенное” (видимо, именно этим обуславливается та незначительная роль политических партий, в частности, в Томске и Томской области, о которой было уже сказано выше).

Еще один тип модели - неструктурированная модель, которая характеризуется сплоченностью вокруг кандидата. При этом в качестве основного символа выступает он же, поскольку является живым воплощением и олицетворением избирательной кампании. Совершенно очевидно, что в связи с этим максимальное значение имеет политический имидж кандидата, который необходимо формировать с учетом специфических особенностей российского политического мира в целом, и регионального политического пространства в частности.

Устойчивые особенности русского национального характера, которые в значительной степени обуславливают “принятие” или “отталкивание” того или иного политического имиджа. Здесь, по нашему мнению, характерными чертами являются: тенденция “комбинации из трех символов”, т.е. при характеристике политического лидера, политической эпохи или политического события выделяются, как правило, 3 основные характеристики (которые несут символическую нагрузку), при помощи которых определяется тот или иной политический элемент, этнические стереотипы.

Некоторые элементы тоталитарного наследия. К ним относится, например, уделение большого внимания образным символам (к примеру, образу Родины) и политическому мифу, как конструкту сознания. Кроме того, коллективная память тоталитарного прошлого (которая в данном случае играет особую роль при узнавании “героя” в хорошо понимаемом прошлом) сочетает в себе такие предельно значимые категории, как История, Родина и ее миссия, и, как следствие, воплощает в себе образ идеального лидера.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что для формирования современного политического имиджа в России актуальным являются принципы политической культурологии и политической антропологии. Кроме того, должен быть сформирован имидж общенационального лидера, и в данном случае немаловажную роль играет концепция архетипов К.Г. Юнга. Не следует забывать и о том, что формирование политического имиджа на местах связано с проблемой совместимости черт общенационального лидера и лидера на местном уровне, с учетом особенностей политической культуры конкретного электората данного региона.

Комплексная модель избирательной кампании предполагает включение самых разнообразных символических и других ресурсов, которые в итоге должны помочь “сыграть” всеобъемлющий спектакль, куда были бы вовлечены все избиратели, вне зависимости от их отношения к кандидату.

При этом, говоря об избирателях, всегда необходимо помнить о том, что в их сознание, в данной ситуации, поступают не только те символы, которые необходимы для победы того или иного кандидата. Воздействие на электорат осуществляется при помощи всех возможных способов и средств символизации и с этой точки зрения политические отношения между электоратом и кандидатом носят несколько односторонний характер. Та политическая реальность, которая конструируется, в массовом сознании, наделена теми же характеристиками, которыми наделяет ее тот или иной кандидат. Но самым главным является тот факт, что центром такой реальности является отдельно взятый человек.

Формируя представление о политике, где все вертится вокруг кандидата или имеет к нему непосредственное отношение (в зависимости от ситуации - положительное или отрицательное), политик тем самым способствует конструированию искаженной политической реальности.

Однако нельзя забывать и о том, что символический опыт электората может быть более расширенным, чем предполагают политики. В этом случае одной из основных задач будут являться процессы символического замещения или, в крайнем случае, смещения акцентов. То есть возникает необходимость активизации символического потока таким образом, чтобы сложилось впечатление особой ценности именно интересов избирателей, а не каких-то других.

Вообще же, политические отношения кандидата с электоратом носят более содержательный характер. Связано это, в первую очередь, с тем, что именно кандидат занимается выстраиванием этих отношений. От него исходит инициатива, и именно он, в конечном итоге, принимает решение о той или иной встрече, которая без его участия (непосредственного или опосредованного) просто не состоится. Кроме того, кандидат сам по себе, будучи символическим элементом, может быть либо индивидуальным символом, либо партийным. Как считает М.Дюверже, "партии играют основную роль в первой фазе избирательной процедуры - выдвижении кандидатом, но они присутствуют и во второй - селекции между кандидатами, то есть собственно выборах. Прежде всего, они оказывают на них косвенное, но важное влияние, поддерживая кандидата в его избирательной кампании. Они обеспечивают подавляющую часть издержек этой кампании. Кроме того, в этом случае избиратель становится объектом воздействия двух ярко выраженных типов пропаганды. Одна из них ведется кандидатом с целью быть избранным, другая - партией по случаю выборов, нацелена на распространение своей доктрины и своего влияния, на умножения своих рядов... Избирательная кампания представляет исключительные средства воздействия на общественное мнение. С другой стороны, публика оказывается в это время особенно восприимчивой по отношению к политике: почва как никогда подготовлена для того, чтобы развязать агрессивность "вируса партийности". Занимаясь избирательной пропагандой своего кандидата, партия, таким образом, развертывает постепенно и собственную партийную пропаганду. За какой-то гранью первоначальная ситуация оказалась перевернутой. Вместо того чтобы использовать партии для обеспечения успеха на выборах, используют выборы, чтобы обеспечить рост партии. Партия стала целью, а выборы - средством"¹⁶

В подобной ситуации очень важным является следующий момент: насколько в глазах избирателей кандидат отождествляется с той партией, от лица которой он выступает. Адекватно ли его символическое со-

держание символическому содержанию организации. В одном случае сила воздействия на массы увеличивается, в другом - резко уменьшается. В том случае, если кандидат не воспринимается в качестве достойного партийного символа - поддержку может потерять и партия, и кандидат, что в свое время произошло в Томске, во время выборов в ГД РФ, когда от партии "Яблоко" по партийным спискам проходил Б.Шайдуллин. Не ассоциируемый в массовом сознании ни с партией в целом, ни с его лидерами в частности он, в итоге, обеспечил не только абсолютный проигрыш своей кандидатуры, но и потерю определенного количества голосов всей политической партии.

Вообще же следует иметь в виду, что когда кандидат идет по партийным спискам, то его символическая нагрузка как бы "сжимается". Он должен является олицетворением каких-либо общественных идеалов (стремлений, ценностей). Он должен выражать и транслировать именно те идеи, которые в массовом сознании ассоциируются с их требованием к политике в целом и к представлениям власти в частности. Во время таких политических отношений политическая реальность формируется в виде бесконечного набора требований, которые необходимо удовлетворить

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, в качестве способа символического конструирования политической реальности, легитимация представляет собой весьма разносторонний процесс, в который оказываются включенными достаточно большое количество участников. При этом его специфика на региональном уровне зависит от тех символических характеристик, которые присутствуют на данном территориальном пространстве. Однако при этом не следует забывать о том, что некоторые черты, присущие как общероссийскому политическому миру, так и сибирскому политическому пространству основываются на довольно типичных символических формах, позволяющих не только контролировать процесс символического конструирования, но и обеспечивать специфические особенности его протекания.

¹ Подробно см.. см. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.

² Цуладзе А. Политическое манипулирование или покорение толпы. М., 1999. С.11.

³ Амелин В.Н. Социология политики. М., 1992. С.61.

⁴ Бердяев Н.А. Судьба России:опыты по психологии войны и национальности. М., 1990. С.12.

⁵ Подробно см. Щербинина Н.Г. Архаика в Российской политической культуре/Полис. 1997. №5. С.127-140

⁹ Каменец А.В., Онуфриенко Г.Ф., Шубаков А.Г. Политическая культура России. М., 1997. С.60.

⁶ Щербинин А.и., Щербинина Н.Г. Политический мир России. Томск, 1996. С.231.

-
- ⁷ Подробно см. Лосский Н.О. Характер русского народа. Кн.1,2. Посев.,1956.
- ⁸ Щербинин А.и., Щербинина Н.Г. Политический мир России. Томск, 1996. С.37-38.
- ¹⁰ Каменец А.В., Онуфриенко Г.Ф., Шубаков А.Г. Политическая культура России. М., 1997. С.66.
- ¹¹ Подробно см.: Бердяев Н.А. Судьба России: опыты по психологии войны и национальности. М., 1990.
- ¹² Каменец А.В., Онуфриенко Г.Ф., Шубаков А.Г. Политическая культура России. М., 1997.С.59-60.
- ¹³ Щербинин А.и., Щербинина Н.Г. Политический мир России. Томск, 1996. С.160.
- ¹⁴ Подробно см. Кудинов О.П., Шипилов Г.А. Диалектика выборов. М., 1997. С.66-71.
- ¹⁵ Дюверже М. Политические партии. М., 2000. С.433.
- ¹⁶ Дюверже М. Политические партии. М., 2000. С.442-443.