

**СУБЪЕКТ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ:  
ПОДХОД К ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПОНЯТИЯ**

**Лаврикова Анастасия Александровна**, кандидат политических наук, доцент  
Тульский государственный университет  
Российская Федерация, 300012, г. Тула, пр-т Ленина, 92  
E-mail: elav@mail.ru

Рассмотрены система качеств и факторы формирования субъекта политического участия. Предложен анализ субъекта политического участия через смысловую конструкцию категории «общественность», включающую такие свойства, как проблемность ситуации, публичность, дискурсивность, направленность и регулярность коммуникационных связей и др. Это позволяет охватить весь субъективный состав непрофессиональной политической деятельности, отразить его сложносоставной характер, рассмотреть ситуации, при которых один и тот же индивид / представитель организации одновременно включён в различные форматы политического участия, таким образом, представляя разные группы общественности. Данный подход также расширяет перечень контрагентов субъектов политического участия, в число которых включаются уже не только политические институты (прежде всего, речь идёт о государстве), но и другие, не всегда политические в полном смысле этого слова акторы, выступающие носителями иных (иногда антагонистичных) интересов / ценностей, также имеющих публичный характер. Подобная интерпретация субъектного пространства политического участия, с одной стороны, в значительной степени учитывает такие черты и процессы, определяющие содержание современной политики, как индивидуализация при сохранении коллективного измерения политического, дифференциация, размывание границ политического, децентрализация, рост неопределённости и др., а с другой – обосновывает необходимость отказа от недифференцированного подхода в управлении политическими коммуникациями, который в настоящее время продолжает доминировать в национальном контексте.

**Ключевые слова:** политическое участие, субъекты политического участия, общественность, публичная сфера, проблемная ситуация, политический дискурс, политическая коммуникация, «мудрая толпа», социальная группа, политическая вовлечённость

**THE SUBJECT OF POLITICAL PARTICIPATION:  
AN APPROACH TO INTERPRETATION OF THE NOTION**

**Lavrikova Anastasiia A.**, Ph. D. (Policy), Associate Professor  
Tula State University  
82–26 Lenina Ave., Tula, 300012, Russian Federation  
E-mail: elav@mail.ru

The article deals with the system of qualities and factors of forming the subject of political participation. The subject of political participation will be viewed in terms of conceptual construction of the category “community” which includes such as features as a problem situation, publicity, discursivity, directivity and regularity of communication links, etc. It will enable the author to cover the whole subjective composition of non-professional political activity; to reflect its complex character; to view the situations in which the same individual / representative of an organization is simultaneously included in various formats of political participation thus representing various groups of community. Besides, such approach increases the list of counter-agents of subjects of political participation, which includes not only political institutions (the state, first and foremost), but also other institutions, which are not always political in every sense of this word, actors who are the carries of other (sometimes antagonistic) interests/ values which also have a public character. This kind of interpretation of the subjective space of political participation, on the one hand, largely takes into account such features and processes which determine the content of contemporary politics as individualization with keeping a collective dimension of policy, differentiation, diffusion of policy borders, decentralization, growth of uncertainty, etc., and, on the other hand, gives grounds for necessity to refuse a non- differential approach in managing political communications, which continues to dominate in the national contest at present.

**Keywords:** political participation, subjects of political participation, community, public sphere, problem situation, political discourse, political communication, «wise crowd», social group, political involvement

Анализ пространства политического участия в процессе кросс-национальных, национальных и региональных исследований показывает, что общая закономерность, проявляющаяся в различных сообществах независимо от локализации и качества жизни, состоит в следующем: на фоне множества разнопорядковых факторов политического участия при определении

доминирующего тренда развития непрофессиональной политической деятельности (партнерского / конфликтогенного) наблюдается относительное уменьшение значения объективных предпосылок при расширении влияния субъективных / актороориентированных детерминант. Взаимодействие субъектов политического участия определяет границы пространства политического участия, а от свойств самих субъектов зависят его базовые характеристики.

Гражданин как индивидуальный участник политических отношений не может эффективно воздействовать на функционирование политической системы, для этого интересы граждан должны носить сплоченный, коллективный, в определенной степени организованный характер и реализовываться посредством солидарных действий. Согласно мнению С. Г. Климовой, набор качеств, составляющих «профиль субъектности», включает: 1) осознание себя членами некоего сообщества; 2) способность формировать правила и убеждать партнеров / контрагентов действовать в соответствии с этими положениями или принимать во внимание их существование; 3) способность членов сообщества следовать продекларированным правилам [5, с. 275–276]. С этой точки зрения формирование субъекта политического участия происходит под влиянием различных обстоятельств, общим качеством которых является проблемность. Под проблемой в данном случае понимается ситуация неопределенности, не имеющая готового, предсказуемого по последствиям алгоритма действия: она не может быть разрешена на основе определенного культурного правила (или даже в рамках существующих институтов), а только путём совместного решения, достигнутого в процессе дискуссии. Именно наличие проблемы (или восприятие ситуации как проблемной) стимулирует граждан, во-первых, поделиться со своей позицией в отношении сложившейся ситуации, во-вторых, принять решение относительно возможных вариантов её преодоления и включиться в коммуникационный процесс по поводу сложившейся ситуации, и, в-третьих, реализовывать конкретные действия, выбранные ранее. При этом наличие различных вариантов решения проблемы (в том числе и из-за существования разных схем понимания происходящего) обуславливает неоднородность и многоуровневость субъективного пространства политического участия.

В истории, социологии, философии, коммуникативистике и других науках для обозначения субъектов, обладающих подобными свойствами, используется понятие общественности. И хотя в литературе встречаются разные трактовки данного термина (Г. Блумер, Дж. Дьюи, Ю. Хабермас, Дж. Груниг, М. Шишкина и др.), общими позициями являются указания на наличие (реальное или воспринимаемое как таковое) общих интересов / ценностей в рамках определенной социальной общности, осознание или эмоциональное переживание интересов / ценностей как общих с другими людьми, представленность этих интересов / ценностей в актуальном публичном дискурсе и включённость индивидов, представляющих ту или иную группу общественности, в коммуникационные взаимодействия по поводу интересов / ценностей. При этом общность интересов / ценностей в данном контексте рассматривается не через призму универсализма / «всеобщности», а с привязкой к определенной / социальной группе / сообществу, даже если последние носят весьма локальный характер. Таким образом, формирование общественности происходит на четырёх уровнях: потребностей (что обусловлено схожими обстоятельствами, связанными с существованием некой неразрешимой ситуации); проблемных дискурсов (где происходят как процесс осознания проблемы, так формирования определённых взглядов на сложившиеся обстоятельства, появляющегося в производстве некой символической реальности); мотивации к действию по удовлетворению индивидуального интереса / ценности (вызванной схожестью во мнениях относительно подхода к решению указанной проблемы); поведения (проявляющегося в организации, совместных действий). В результате для общественности как социальной группы не столь важны количественные показатели (она может быть как весьма малочисленной, так и глобальной), сколько значение приобретают такие признаки, как относительная гомогенность, обусловленная наличием своеобразного символического кода коллективной идентичности (что отличает её от толпы), давление со стороны общей проблемы или вопроса, требующих разрешения, как основы для объединения (а не просто процесс потребления схожих товаров / услуг, присутствующий массе) [6, с. 89], возможность включения в процесс коммуникации по поводу возникшей ситуации (не дающая возможности отождествлять её с публикой). В современных условиях

к этим характеристикам добавляются ещё подвижность и спонтанность, проявляющиеся в её свободном формировании, текучести и изменчивости.

Важным для понимания онтологической сущности общественности представляется понятие публичности. Ю. Хабермас, отождествляя общественность и публичную сферу, под последней понимает определённую область, противостоящую частной жизни [2]. Её свойствами выступают представленность интересов / ценностей на индивидуального характера, использование средств массовой коммуникации и, как следствие, социальность отношений. По мнению Х. Арендт, появление публичной сферы связано со становлением общества модерна, когда в процессе целенаправленной деятельности людей происходит формирование пространства, где становятся возможными достижение подлинной свободы индивидов, реализация политических действий как проявление их гражданского статуса и создание особой политической целостности [4, с. 64]. В рассматриваемой концепции в качестве свойств публичной сферы выделяются прозрачность, открытость, гласность и «объективное», то есть «предметное отношение к другим» в противовес сфере частного, которая характеризуется закрытостью, отсутствием других, причастностью только к данному человеку. В рамках публичного пространства в ходе коммуникации происходит образование некой множественности (плюральности) позиций, отношения между которыми можно определить как «состязательная солидарность» («агонизм») [4, с. 74], что позволяет говорить о присущих ему чертах конфликта и согласия.

Институционализация процесса отделения публичной сферы от частной происходит на базе представлений людей об идеях и нормативных образцах, положенных в основу их взаимоотношений с другими людьми и, в целом, их существования в социуме [9]. Только они делают возможными социальные практики и ими же подкрепляются. Ч. Тейлор, а вслед за ним и отечественные исследователи [7] для объяснения ситуации обращаются к категории «моральный порядок», под которым понимают «нечто большее, чем элементарное осознание норм, оформляющих нашу социальную практику, являющихся частью непосредственного знания, делающего саму эту практику возможной», включая в его структуру также знания о фактическом «порядке вещей» и представление о том, как «все должно быть и какие неверные шаги могут дискредитировать общую практику» [7; 9]. То есть речь идёт о фиксации как наличного, актуального, так и идеального (желаемого) состояния общества. Эти общие представления определяют ожидания индивидов, вступающих во взаимодействие с другими, что делает коммуникацию предсказуемой. Ключевыми характеристиками «морального порядка» являются следующие: степень осознания гражданами «глубинных нормативных идей», их общепринятость, взаимность, основанных на них ожиданий, реализуемость указанных норм (так как только в таком случае возможна социальная практика).

Пространство публичной сферы связано с обсуждением идей, согласованием интересов, достижением консенсуса, что формирует определённый контекст, способствующий или не способствующий политическому участию [1, с. 275].

В рамках основных теоретических положений, раскрывающих природу общественности, особый акцент делается на осознанности, рациональном восприятии ситуации<sup>1</sup>. Способность к рациональному обсуждению проблемы рассматривается как одно из базовых условий деятельности общественности в плане реализации функций организации и контроля. Вместе с тем, анализ социальных взаимодействий показывает, что абсолютизация указанного свойства общественности не даёт возможности адекватно объяснить многие явления современности. Постоянное увеличение объёмов информационных потоков, которые индивиды уже не могут обработать самостоятельно, смена обсуждаемых тематик, участвовавшие случаи узкой специализации дискурса ставят под сомнение достаточность сформированного уровня компетентности граждан для рационального участия в решении актуализируемых проблем.

Интерес в плане коррекции указанных позиций представляет введение Дж. Шуровски понятия «мудрой толпы», основными характеристиками которой являются: многообразие мнений (каждый индивид, входящий в её состав, должен обладать собственным мнением,

---

<sup>1</sup> Например, Ю. Хабермас этот параметр рассматривает как ключевой в интерпретации понятия, отмечая, что общественность – это специфический социальный квазисубъект, ориентированный на рациональное обсуждение общих проблем с участием всех граждан [2].

даже основанном на самой невероятной интерпретации фактов); независимость участников (мнение отдельных членов группы автономно от суждений окружающих); децентрализация (граждане имеют возможность основываться на локальных сведениях); агрегирование (механизм объединения личных мнений в коллективное решение). Согласно автору, если группа соответствует указанным параметрам, то её общая позиция с большой вероятностью будет верной [11]. Данную мысль развивают С. А. Панкратов, С. В. Шакарбиева, поясняя, что «коммуникационное поле каждого индивида взаимодействует с коммуникационными полями членов группы, создавая определённое напряжение для развития смыслов этой коммуникации и перехода на новый виток взаимодействия (так как в таком взаимодействии рождаются новые смыслы)» [8, с. 27]. Значительная роль в рассматриваемом процессе принадлежит коммуникационным связям, которые соединяют исходные индивидуальные смыслы с теми, что воспроизводит группа, кроме того компетентность одних участников коммуникации компенсирует неосведомлённость других. Аналогичные суждения встречаем и у Т. А. Алексеевой: по её мнению, общественное признание относится к intersubjectively достижению, основу которого составляет «взаимопонимание через диалог», а «идентичность не сводится только к приписываемой нам социальной роли, но предполагает самоинтерпретацию с опорой на традиции, дискурсы и нарративы, существующие в данном обществе» [3]. В целом следует отметить, что именно дискурсивность постепенно становится системообразующим фактором в процессе конструирования общественности, актуализируя те или иные интересы / ценности, поддерживая их на индивидуальном характере, обеспечивая общность на уровне мотивации и поведения. В свою очередь, ограниченное вовлечение различных социальных групп в систему коммуникации на регулярной основе (индикатором чего может выступать низкая популярность публичных дебатов) следует рассматривать как существенную причину незавершённости процесса формирования субъекта политического участия.

Отход от абсолютизации рационального восприятия действительности как свойства общественности допускает множественность и разнообразие вариантов её проявления в рамках публичной сферы, что объясняет отсутствие некоего универсального образца субъекта политического участия.

Анализ субъекта политического участия через смысловую конструкцию категории «общественность» позволяет, во-первых, охватить весь субъективный состав непрофессиональной политической деятельности, включая в него как физических лиц, так и организации; во-вторых, учесть, что в пространстве политического участия присутствуют разные группы субъектов, которые могут значительно отличаться по своим характеристикам (прежде всего, по уровню вовлечённости в политический процесс и социальной ответственности), в-третьих, рассматривать ситуации при которых один и тот же индивид / представитель организации одновременно включён в различные форматы политического участия, таким образом представляя разные группы общественности. Кроме того, такой подход расширяет перечень контрагентов субъектов политического участия, в число которых включаются уже не только политические институты (прежде всего речь идёт о государстве), но и другие, не всегда политические в полном смысле этого слова, акторы, выступающие носителями иных (иногда антагонистичных) интересов / ценностей, также имеющих публичный характер. Единство субъективного пространства политического участия обеспечивается за счёт доминирующего в конкретном культурном ареале типа символического порядка: «именно кристаллизованные формы коллективного опыта, задающие темпы и ритмы символических обменов, порождают и предпосылки становления особого пространства их реализации» [10]. Вместе с тем сами интеракции субъектов политического участия с контрагентами в сфере публичной политики могут быть весьма разнообразными как по форме, так и по степени формализации (переговоры, консультации, экспертизы, дебаты, обсуждения, общественный контроль и т. д.). На наш взгляд, предлагаемая интерпретация субъектного пространства политического участия, с одной стороны, в значительной степени учитывает такие черты и процессы, определяющие содержание современной политики, как индивидуализация при сохранении коллективного измерения политического, дифференциация, размывание границ политического, децентрализация, рост неопределённости и др., а с другой – обосновывает необходимость отказа от недифференцированного подхода в управлении политическими коммуникациями, который в настоящее время продолжает доминировать в национальном контексте.

#### Список литературы

1. Barnes, M. Power, Participation and Political Renewal: Theoretical Perspective on Public Participation under New Labour in Britain / M. Barnes, J. Newman, H. Sullivan // *Social Politics*. – 2004. – Vol. 11, № 2.
2. Habermas, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* / J. Habermas. – Режим доступа: [https://pages.uoregon.edu/koopman/courses\\_readings/phil123-net/publicness/habermas\\_structural\\_trans\\_pub\\_sphere.pdf](https://pages.uoregon.edu/koopman/courses_readings/phil123-net/publicness/habermas_structural_trans_pub_sphere.pdf), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. Англ.
3. Алексеева, Т. А. «Публичное» и «частное»: где границы «политического»? / Т. А. Алексеева // *Философские науки*. – 2005. – № 4. – С. 8–12.
4. Арендт, Х. *Vita activa, или о деятельной жизни* / Х. Арендт. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2000. – 437 с.
5. Климова, С. Г. Профсоюзы как форма субъектности наемных работников / С. Г. Климова // *Россия реформирующаяся* / отв. ред. Л. М. Дробижева. – Москва: ИС РАН, 2004. – С. 273–290.
6. Коханов, Е. Ф. Теоретические и методологические основы PR-деятельности (социологический аспект) / Е. Ф. Коханов. – Москва: РИП-холдинг, 2004. – 202 с.
7. Павлова, Т. В. Гражданское и политическое в российских общественных практиках: перспектива институциональной дифференциации / Т. В. Павлова, С. В. Патрушев., Л. Е. Филиппова // *Вестник Института социологии*. – 2012. – № 4. – С. 120–137.
8. Панкратов, С. А. Публичная политическая коммуникация и краудсорсинг: от толпы к публике / С. А. Панкратов, С. В. Шакарбиева // *Известия Саратовского университета. Нов. сер.: Социология. Политология*. – 2016. – Т. 16, вып. 3. – С. 329–333.
9. Тейлор, Ч. Что такое социальное воображаемое? / Ч. Тейлор. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/69/te3-pr.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
10. Шаронов, Д. И. Коммуникативное пространство общности (методологический аспект) / Д. И. Шаронов // *Вестник Томского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. Философия, социология и культурология*. – 2008. – Вып. 8 (64). – С. 256–260.
11. Шуровьески, Дж. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство / Дж. Шуровьески. – Москва: И.Д. Вильяме, 2007. – 304 с.

#### References

1. Barnes M., Newman J., Sullivan H. Power, Participation and Political Renewal: Theoretical Perspective on Public Participation under New Labour in Britain. *Social Politics*. 2004, vol. 11, no. 2.
2. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Available at: [https://pages.uoregon.edu/koopman/courses\\_readings/phil123-net/publicness/habermas\\_structural\\_trans\\_pub\\_sphere.pdf](https://pages.uoregon.edu/koopman/courses_readings/phil123-net/publicness/habermas_structural_trans_pub_sphere.pdf).
3. Alekseeva T. A. "Publichnoe" i "chastnoe": gde granicy «politicheskogo»? ["Public" and "private": where are the borders of the "political"?] *Filosofskie nauki* [Philosophical Sciences]. 2005, no. 4, pp. 8–12.
4. Arendt H. *Vita activa, ili o deyatelnoy zhizni* [Vita activa, or about active life]. St. Petersburg, Aleteyia Publ. House, 2000, 437 p.
5. Klimova S. G. Profsoyuzy kak forma subektnosti naemnykh rabotnikov [Trade unions as a form of subjectivity of employees]. *Rossiya reformiruyushchayasya* [Reforming Russia]. Moscow, IS RAN Publ. House, 2004, pp. 273–290.
6. Kokhanov E. F. Teoreticheskie i metodologicheskie osnovy PR-deyatelnosti (sociologicheskii aspekt) [Theoretical and methodological bases of PR - activities (sociological aspect)]. Moscow, RIP-kholding Publ. House, 2004, 202 p.
7. Pavlova T. V., Patrushev S. V., Filippova L. E. Grazhdanskoe i politicheskoe v rossiyskikh obshchestvennykh praktikakh: perspektiva institutsionalnoy differentsiatsii [Civil and political in Russian public practices: the prospect of institutional differentiation]. *Vestnik Instituta sotsiologii* [Bulletin of the Institute of Sociology], 2012, no. 4, pp. 120–137.
8. Pankratov S. A., Shakarbieva S. V. Publichnaya politicheskaya kommunikatsiya i kraudsorsing: ot tolpy k publike [Public political communication and crowdsourcing: from the crowd to the public]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya "Sotsiologiya. Politologiya"* [News of Saratov University. Series "Sociology. Political science"], 2016, vol. 16, issue 3, pp. 329–333.
9. Teylor Ch. Chto takoe sotsialnoe voobrazhaemoe? [What is the social imaginary?]. Available at: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/69/te3-pr.html>.
10. Sharonov D. I. Kommunikativnoe prostranstvo obshchestvennosti (metodologicheskii aspekt) [Communicative public space (methodological aspect)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Gumanitarnye nauki. Filosofiya, sotsiologiya i kulturologiya"* [Bulletin of the Tomsk State University. Series "Humanitarian sciences. Philosophy, sociology and cultural studies"], 2008, issue 8 (64), pp. 256–260.
11. Shuroveski Dzh. *Mudrost tolpy. Pochemu vmeste my umnee, chem poodinochke, i kak kollektivnyy razum formiruet biznes, ekonomiku, obshchestvo i gosudarstvo* [The wisdom of the crowd. Why together we are smarter than singly, and how collective intelligence forms business, economy, society and state]. Moscow, I.D. Vilyame Publ. House, 2007, 304 p.