

В. С. Михайловский
 (Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
 vadimr2010@minsk@mail.ru)

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА В ПОЛИТИКЕ: НЕОЛИБЕРАЛЬНЫЙ ВЫЗОВ РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Современный политический процесс функционирует на разных уровнях — от локального до глобального. При всей специфике протекания политического процесса в рамках национальных государств есть общие факторы, которые оказывают воздействие на политику. К таким «вызовам» относятся развитие массовой культуры, которая создает особое политическое пространство современности.

Согласно американскому социологу Д. Беллу массовая культура — это своего рода организация обыденного сознания в информационном обществе, особая знаковая система или особый язык, на котором члены информационного общества достигают взаимопонимания [1, с. 647]. Массовая культура является особым способом (предпочтительной) быстро налаживания взаимопонимания как между отдельными личностями, так и между нациями и этносами. Это возможно в силу общности потребностей и ценностей, общности «культурного кода» современного человека на глобальном уровне. В этом позитивное значение массовой культуры.

Массовая культура представляет собой феномен распространения культуры именно Запада. В своей основе эта культура является гуманистической и демократической, несет образцы должного поведения организации белорусам. Однако она воспроизводится как составная и неотъемлемая часть глобального капиталистического порядка, что деформирует ее позитивное предназначение. Идеальный человек для капиталистического порядка не гуманист и демократ, а лояльный потребитель. Массовая культура — это культура потребления, цель которой поддерживать в массовом сознании ощущение нехватки различных благ.

Массовая культура западного общества в Беларуси есть способ включения ее в глобальную систему потребления, а следовательно, в глобальный капиталистический порядок. Это экономическая цель в рамках функционирования глобального капитализма и расширения рынков сбыта. Потребление — это объективное явление. Человечество потребляло всегда. Однако сегодняшняя мировая ситуация отличается тем, что потребление, как отмечал французский философ Ж. Бодрийяр, не является результатом свободного выбора, а формируется во внешнем принуждении. Поэтому, исследуя проблемы потребления, не стоит фокусироваться только на этической проблеме в рамках «процесса наслаждения». Проблема потребления должна рассматриваться «в политическом плане», и оптимальным пунктом анализа должно стать исследование потребности «стратегическим» как механизма власти [2, с. 101–102]. Экономическая функция (задача) мас-

совой культуры должна привести в итоге к реализации интереса транснационального капитала как основного покупателя доходов от современного глобального потребления.

Отдельному человеку сложно противостоять натиску транснациональных корпораций, государство же способно включить механизмы защиты, начиная от массовой просвещения и заканчивая экономическими барьерами. Однако действовать государство может только в интересах граждан и на основе легитимности, подрыв которой и становится политической функцией (задачей) массовой культуры.

Массовая культура открывает огромные возможности для воздействия на обыденное сознание и формирование определенных ценностных ориентаций в экономике и модели поведения в политике. Роль массовой культуры в политике разных стран зависит и от стартовых позиций общества и от глубины включения в глобальные процессы. Реализация господства транснационального капитала в Республике Беларусь посредством массовой культуры обладает своими особенностями. И главное, что для Беларуси этот процесс еще не завершен, а значит, возможен его поворот вспять.

Цель транснационального капитала не только продать товар, но икупить труд белоруса за те деньги, которые он потом потратит на покупку этого товара. Беларусь как глобальный потребитель должна стать и глобальным работником. Здесь возникает особенность белорусской ситуации. О белорусах, включенных в глобальное потребление как экономик, речь идет как о включенных в глобальное потребление как экономик. Речь идет не только об отсутствии повсеместного производства транснациональных корпораций, но и о возможности белорусской экономики удешевить белорусскую культуру потребления национальным продуктом. Парадокс в том, что укоренение ценности потребления оборачивается для Беларуси фактором экономического роста. Формула «думаем глобально — потребляем национально» означает и развитие экономики, и ее безопасность. Подобная ситуация — успех Беларуси и вызов ей. Нынешняя белорусская экономическая политика — это стратегия избегания «ловушки бедности» без культурной изоляции страны. Подобная политика — роскошь для современных государств, что и определяет попадание Беларуси под «прищип» неимпериалистической экспансии.

В современном мире империалистического агрессора как объективного «врага» нет. Есть лишь многочисленные программы «развития», предлаемые (называемые) странами Запада и международными финансовыми организациями в интересах транснационального капитала. Это и может быть понято как неolibеральный империализм.

Для эффективного преодоления государственного суверенитета транснациональному капиталу необходимо закрепить в белорусском обществе неolibеральный дискурс как универсальный. Необходимо формировать политическую действительность, которая и транслируется посред-

ством массовой культуры. Универсализм позволяет транснациональному капиталу получить массовое согласие «на моральное право господствовать» [3, с. 47]. Идеология капиталистического универсализма обосновывает всю сложившуюся систему капиталистических отношений как воплощение здравого смысла [4, с. 144] и, таким образом, является фактором ее легитимации.

В плане навязанный неолиберальный дискурс должен привести к публичной критике властей за недостаточное включение страны в мировую капиталистический порядок. Государство должно попасть в «ловушку конституционализма», выполнять требования населения и еще больше углубить экономическую ситуацию, подвергаясь критике и требованим дальнейших реформ.

Республика Беларусь находится на «пороге» такой ситуации. Самый простой способ контролировать белорусское сознание словами с неопределенными конъюнктурными смыслами. Такими словами являются «свое-бодая», «демократия», «требования времени», «структурная перестройка экономики», «приватизация», «разгосударствление», «дебюрократизация». Массовая культура потребления — это культура быстрого неразборчивого потребления. Она навязывает страх не успеть прожить жизнь и остаться неудачниками. Это настроение транслируется и на политическое пространство, где быстрые неразборчивые реформы сродни товарам. Потребительский дискурс «кризиса», «борьбы за инвестиции» и «места в мировой торговле» привносит к спешности, а следовательно, непродуманности реформ. Поэтому умение в подобной ситуации остаться преданным выбранному продуманному курсу есть свидетельством политической зрелости государственной элиты.

Вместе с тем не следует так однозначно оценивать роль массовой культуры в политике. Массовая культура как технология возможна и эффективна для трансляции иных норм политического участия и ценностей политического поведения. Решающую роль в такой позитивной трансформации массовой культуры может сыграть привлечение критического потенциала в общественный и политический дискурс.

Список литературы

1. Bell, D. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М.: Академия, 1999. — 956 с.
2. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака = *Politique de l'économie politique du signe* / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. Д. Крайчеккина; науч. ред. В. Кузнецов. — М.: Акад. Проект, 2007. — 335 с.
3. Валлерстайн, И. Европейский универсализм: риторика власти / И. Валлерстайн // Прогнозис. — 2008. — № 2. — С. 3–56.
4. Hahn, N. S. C. Neoliberal imperialism and pan-African resistance / N. S. C. Hahn // *J. of World-System Research*. — 2007. — Vol. 13, № 2. — P. 142–178.

ГЕОКУЛЬТУРНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БЕЛАРУСИ КАК АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА: ФИЛОСОФСКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

И. Б. Михеева

(Институт философии НАН Беларуси, г. Минск, Беларусь,
tanya.mikheeva@gmail.com)

Наблюдаемый сегодня постепенный перенос политико-идеологических и научно-исследовательских акцентов с геополитической оптики на оптику геокультурную при разработке оптимальных программ позиционирования того или иного государства на международной арене актуализируется в силу ряда обстоятельств онтологического и гносеологического характера. Прежде всего, значимость такой переориентации обусловлена самим фактом динамичного становления и перманентной реконфигурации новых интеграционных пространств на евразийском, европейском и общемировом пространстве, что предопределяет необходимость для государств различных регионов эффективно отстаивать и укреплять свою международную правосубъектность. Под последней понимается способность государства как субъекта международных права быть полноценным участником международных правоотношений, то есть самостоятельным и автономно осуществлять юридически значимые действия, среди которых выделяются, в первую очередь, участие в создании международно-правовых согласованных норм, заключении международных договоров, работе международных организаций и др. Иными словами, субъектность государства в широком смысле этого слова синонимична его суверенности и заключается в способности и возможности быть независимым и признанным лицом на (гео)политической, (гео)экономической и (гео)культурной арене регионального и международного масштаба.

Вместе с тем, ситуация стремительной динамики международного контекста, в который встроена, в том числе, и белорусская действительность и который порождает разноплановые тенденции и процессы, оказывающие непосредственное влияние на внутреннее и внешнее развитие страны, требует постоянного мониторинга и изучения. Усиливающаяся кризисные явления мирового и регионального масштаба, перманентное возникновение все новых вызовов экономического и политического свойства, увеличение числа различных угроз национальным интересам и политической суверенитету Беларуси требуют выработки оперативных и адекватных программ действий, в том числе и прежде всего, в формате научных разработок и рекомендаций. Одним из современных эвристических методологических подходов к прояснению основ и перспектив мировой динамики и роли в ней Республики Беларусь, как раз и выступает геокультурная парадигма.

Список литературы

1. Тернова, Л. О. Парасоуполитика / Л. О. Тернова. – М. : Альфа-М, 2012. – 655 с.
2. Прагматика глобализации: игры и правила новой эпохи / А. А. Коваленко [и др.]. – М. : Инфра-М, 2000. – 344 с.
3. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь : утв. Указом Президента Респ. Беларусь № 575 от 09.11.2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prokaptcha.gov.by> – Дата доступа: 28.02.2016.

Л. В. Случка

(Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,

L.slutska@mail.ru,

О. Е. Побережная

(Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,

Olga14021977@gmail.ru)

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ КАК БАЗОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Современный политический процесс характеризуется все возрастающим значением политической коммуникации, которая выступает своеобразным социально-информационным полем политики. Это обусловлено развитием информационных технологий, сетевых структур, перемещением политики в виртуальное пространство компьютерных и телевизионных коммуникаций. Информационно-коммуникативные технологии, используемые в политической сфере, не только качественно видоизменяют старые представления, установки, стереотипы, но и влияют на политическое поведение, модели взаимоотношений между политическими институтами и индивидами. Символическое пространство политики становится особенно востребованным для установления взаимопонимания между участниками политического процесса, особенно между политической элитой и массами.

Политические коммуникации предоставляют органам государственной власти, политическим партиям, движениям и конкретным политикам возможность целенаправленного информационного взаимодействия с гражданским обществом, в результате которого происходит формирование и корректировка общественного мнения. При формировании современного политического пространства используются различные формы политической коммуникации: политический маркетинг, пропаганда, политическая реклама, PR. Политический маркетинг охватывает все многообразие политических коммуникаций. Основными сферами политического маркетинга являются: государственный политический маркетинг, партийно-политический маркетинг, международный внешнеполитический мар-

кетинг, избирательный маркетинг. В настоящее время он стал равнозначной технологией эффективной социальной деятельности в сфере производства, продвижения социально-проектной деятельности государства и НГО как на национальном, так и на международном уровне.

Политическая пропаганда представляет собой способ массивного, направленного, одностороннего воздействия на общественно-политическое сознание масс, задачей которого является изменение политического поведения людей в интересах достижения политических целей коммунистической партии, движения, отдельного лидера). С пропагандой тесно связана политическая реклама и PR, которые, тем не менее, не являются тождественными понятиями. Их основные различия заключаются в направленности на кардинальное изменение модели поведения и политической ориентации, а побуждает к совершению политического выбора на текущей стадии политического процесса. Ее воздействие направлено на группу населения, которая чаще всего уже является носителем конкретных идей, переубеждение и полное изменение картины мира индивида. В сравнении с политической рекламой пропаганда более агрессивна и может быть направлена на трансформацию «врагов» в «соратников» и «соратников» во «врагов».

Пропаганда невозможна при отсутствии знаний об адресате. Для повышения эффективности пропаганды необходимо иметь базовые представления о мифах, символах, стереотипах и культурных кодах, доминирующих в обществе. Однако в отличие от политической рекламы пропаганда использует информацию об обществе в целом, а не о выделенных целевых группах.

Различаются и инструменты, используемые политической рекламой и пропагандой. Политическая реклама использует стратегико-убежденный, который направлена на формирование у целевой аудитории потребности и желаний поступать определенным образом. В политической рекламе могут использоваться манипулятивные технологии, заключающиеся в трансформации потока представлений ложных фактов, частично искажения информации, сохранения данных в тайне и другие способы, позволяющие оказывать скрытое влияние на аудиторию.

Политическая реклама не может функционировать при отсутствии обратной связи, поскольку политическая реклама может воздействовать и побуждать к необходимым действиям только ту группу, которая уже является носителем конкретных идей и настроений, являющихся основой политической деятельности. Она функционирует в конкурентной борьбе и направлена на позиционирование объекта рекламирования, при этом образ конкурента чаще всего не затрагивается, чтобы лишиться раз не напугать конкурента. Пропаганда изначально может существовать в конкурентном полити-

ческом поле, однако в пропагандистской коммуникации конкурент изоб-
ражается в качестве врага, который противостоит всей всему социуму.
В конечном счете, пролупманное пропагандистское воздействие влетит при-
обретение значительных преимуществ или монополии в коммуникатив-
ной сфере той или иной политической силой.

Политическая реклама – диалоговая коммуникация, в которой полу-
чателю и адресату обмениваются информацией. Пропаганда базируется на
монологе и не предусматривает равноценного обмена данными. Тем не
менее для пропаганды важен ответ реципиента, что обеспечивает взаимо-
действие акторов политического пространства.

Политическая реклама находится в тесном коммуникативном взаи-
модействии с политическим PR, который направлен на создание благопри-
ятной информационной среды [1, с. 56-57]. Он состоит из ряда действий:
пресс-релизы, организация конференций, интервью, благотворительные и
общественные проекты, участие в публичных мероприятиях [2, с. 77]. Но
реклама в PR – это только часть определенных действий. PR – это разнола-
новая деятельность, которая характеризуется не только подготовкой и рас-
пространением информационных сообщений определенной формата, но
и организационной деятельностью. Политическая реклама персонифи-
цирована, передача информации осуществляется через посредников. В PR
возможно личное участие и взаимодействие с аудиторией (например, об-
щение депутата и представителей общественной организации во время круглого сто-
ла). PR предполагает непосредственное взаимодействие политического ком-
муникатора с реципиентом.

Применяя различные PR-технологии, специалисты по связям с обще-
ственностью целью своей деятельности видят формирование положитель-
ного отношения к какому-либо объекту развивающейся PR-кампании,
формирования общественного мнения и установления фундамента для
последующих информационных обменов с обществом (это отличает PR от
пропаганды).

Современное политическое пространство функционирует в услови-
ях открытой конкуренции социально-проектной и символически-ценност-
ной деятельности политических субъектов. Она определяет их диспозиции
и коммуникативные практики как более или менее хаотические, якобы слу-
чайные. «Хаос» составляет содержание демократического процесса в со-
временном политическом пространстве, где технологии политической ком-
муникации становятся инструментами его упорядочения, организации и
самоорганизации [3, с. 2-4]. Они, воздействуя на различные уровни поли-
тического сознания, создают условия для социальной конструирования
политического пространства, которое выступает как интересующее и
коммуникативное поле взаимодействия политических акторов и символи-
ческое пространство борьбы за определенные интраэрационные проекты
на национальном и глобальном уровне.

Список литературы

1. Манойло, А. В. Государственная информационная политика в условиях / А. В. Манойло. – М. : МИФИ, 2003.
2. Джеффкинс, Ф. Паблик рилейшнз : учеб. пособие / Ф. Джеффкинс, Д. Ялин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
3. Бернейс, Э. Пропаганда / Э. Бернейс. – М. : Изд. дом «Н-Рублишпигу», 2010.

Г. И. Сорока-Скиба

(Волковский колледж УО «Гродненский государственный университет
имени Янки Купалы», г. Волковыск, Беларусь, galinagomans@mail.ru)

ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ И БЕЛАРУСЬ: МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической,
культурной и религиозной интеграции и унификации
(из словаря «Википедия»)

Развитие новых технологий и знаний как основного ресурса являются
ключевыми характеристиками современного мира, что не могло не ска-
заться на образовании. Образование в эпоху глобализации стало своего
рода краеугольным камнем, точкой, где складывается премудрость и проти-
вучия, порожденные современной эпохой, той областью, которая, по-
 сути, формирует мир XXI века и его лицо – человека. С начала этого века в
мировом научном сообществе становится всё более популярной концеп-
ция глобального общества (globalisociety), когда все люди Земли – граждане
единого глобального общества, состоящие из множества локальных об-
ществ отдельных стран мира.

Ключевые характеристики современного мира – развитие новых тех-
нологий и знаний как основного ресурса. И это серьезным образом сказы-
вается на образовании, которое также становится объектом глобализации
[1, с. 81]. В числе признаков, которые следует назвать – активное использо-
вание в учебном процессе глобальной информационной сети, информа-
ционных технологий, что позволяет вывести образование на качественно
новый уровень. Влияние Интернета на образование не исчерпывается только
открытым доступом учащихся к мировым информационным ресурсам, –
возникают новые формы, стремительно развивается дистанционный обра-
зование. Новые технологии дают возможность решить и такую важную
проблему, как визуализация, наглядность в процессе обучения. Графика,
схемы, динамика развития того или иного процесса, рисунки и т.д., позво-
ляют лучше усвоить учебный материал, стали неотъемлемой частью не
только Интернета, но учебных программ, представленных на CD. Другой
важный момент развития глобализации в ракурсе влияния на образование

В. В. Шимов
Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь.
shimov@ambler.ru

ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКЕ И ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Понятие «цивилизация» отражает природу человека как биосоциального существа. Человек, как существо разумное, имеет своеобразный механизм выживания, выделениями его из остальной биосферы. В отличие от большинства живых организмов, живущих посредством биологической адаптации к окружающей среде, человек сам формирует, строит свою среду обитания. Благодаря разуму, основная функция которого – познавательная деятельность и использование полученных знаний для практической пользы (то, что мы называем технологиями, и есть конвертирование абстрактного теоретического знания в практическое пользу), человек получает возможность снижать свою зависимость от мира естественной природы и, более того, менять, «форматировать» этот естественный мир для своих нужд.

Цивилизация – и есть та искусственная среда обитания, которую создает человек в процессе своей познавательной разумной деятельности. Эта среда включает в себя материальные и духовные объекты, формирующие инфраструктуру жизнеобеспечения человеческого общества. Именно развитие информационно-познавательной деятельности людей, в конечном счете, обуславливает развитие и прогресс человеческой цивилизации. Это развитие касается как сугубо материально-технической составляющей, так и социальной – этики отношений между людьми и основанных на ней социальных институтах, т.е. формах организации отношений между людьми в обществе.

Цивилизационное развитие человечества происходило неравномерно, и эта неравномерность сохраняется по сей день. Долгое время человеческие цивилизации существовали как относительно обособленные очаги, окруженные территориями либо малочисленными/незаселенными, либо населенными («варварскими») племенами и народами.

Множественность и относительная изолированность цивилизаций порождала несходство культур, социальных институтов, религий и т.п. В то же время абсолютизировать эту обособленность и самодостаточность локальных цивилизаций не стоило. Именно такую ошибку допускали авторы, работавшие в русле классического цивилизационного подхода, возникшего в конце XIX – первой половине XX вв. (Н. Данилевский, О. Шпенглер, А. Тойнби). Они рассматривали раскол на локальные цивилизации как имманентную черту развития человечества. Собственно, сама категория человечества при таком подходе ставилась под сомнение. Непреодолимость межцивилизационных барьеров, постулировавшая в рамках данного подхода, дробила человечество на замкнутые локальные сообщества, взаимодействие между которыми может носить преимущественно конфликтный характер.

На рубеже XX–XXI вв. традицию старого цивилизационного подхода подхватили С. Хантингтон, П. Бьюкенен и другие интеллектуалы-консервато-

ры западного мира, заявившие, что после окончания холодной войны основным стержнем человеческой истории становятся противостояние Запада и незападных цивилизаций. Аналогичные тенденции после падения коммунизма наблюдались и в России. Здесь набирает популярность идею особую цивилизационного пути, возрождается интерес к евразийству, оригинальную концепцию России как цивилизации-острова, окруженного межцивилизационными пространствами-лимитрофами, предложил В. Цымбурский. Классический цивилизационный подход сформировался в эпоху подъема национализма, и это оставило на нем свой неизгладимый отпечаток. Представления о локальных цивилизациях в нем, по сути, копируют представления о нациях. Нация мыслится закрытым сообществом с четко очерченными границами. Точно таким же сообществом, только более высокого уровня, мыслится и локальная цивилизация.

На самом деле, локальные цивилизации не являются замкнутыми и самодостаточными образованиями. Логика развития локальных цивилизаций вписана в логику общечеловеческой истории, локальные цивилизации можно уподобить разным дорогам, ведущим к одной цели. Несмотря на внешне многообразные и непохожие форм, в основе всех цивилизаций лежит общий императив: накопление знаний и развитие технологий. Именно это, в конечном счете, определяет успешность цивилизации на том или ином историческом этапе. Сама по себе изолированность локальных цивилизаций, наблюдавшаяся на протяжении человеческой истории, не является неким самодовольным и непреодолимым законом, а связана с технологическими ограничениями, существовавшими на протяжении длительного исторического периода.

Однако, несмотря на это, доминирующей тенденцией в истории человечества была глобализация. Развитие коммуникаций взаменяло барьеры между человеческими сообществами, способствуя интенсификации контактов между ними, обмену знаниями и технологиями. В то же время говорить о переходе к глобальной «сверхцивилизации», очевидно, преждевременно.

Вплоть до Нового времени между локальными цивилизациями существовали относительный паритет в уровнях развития. В Новое время происходит скачкообразное усиление западного мира на фоне стагнации и упадка других локальных цивилизаций. В итоге весь мир оказался ареной глобальной цивилизационной экспансии Запада, многовековые культурные барьеры оказались взломаны, культурные границы – размыты.

Эти процессы породили ожидания нового мира, где все локальные цивилизационные традиции сольются в единую общечеловеческую монотипную культуру. В. Маяковский в свое время предложил красивую, но расплывчатую формулу «мира без России, без Латвии». Намного большей глубиной и проработанностью отличался мир коммунистических утопий И. Ефремова, где все нации и расы, в конечном счете, слились в единую человеческую семью, объединенную общим языком, культурой, структурами и образом жизни коммунистического общества. Из протиположного идеологического лагера образа глобального человечества будущего предložили Ф. Фукуяма с его доктриной либерально-капиталистического «конца истории».

В то же время, реальность оказалась далека от этих оптимистических ожиданий, и несмотря на то, что логика развития глобализации, на наш взгляд, действительно направлена в сторону дальнейшей интеграции и консолидации человеческого сообщества, путь этот будет намного более трудным и долгим. В результате сохраняющиеся неравенства доступа к ресурсам, чело́вечество остается расколотым на враждующие, конкурентные группы, в основе которых лежат идентичности, базирующиеся на ксенофобии и неприязни («иньх»). Решение этих проблем — дело будущего, по всей видимости, весьма неблизкого.

А. А. Шириняни

(Московский государственный университет, г. Москва, Россия,
jants@yandex.ru)

РУССКИЕ МЫСЛИТЕЛИ О КОНСЕРВАТИЗМЕ

Слово «консерватор» и производные от него слова вплоть до XVIII века на Руси не встречается, в XVIII — начале XIX веков оно использовалось преимущественно в бытовом смысле, лишь во второй половине XIX века начинают активно возникать и использоваться его политические коннотации. В это время терминами «консерватизм», «консервативный», «консерватор» обозначали чаще всего политические явления и процессы, антилиберальные, антисоциалистические по своему характеру, и свойственные, прежде всего, Европе, а не России. Одни русские мыслители считали термин «консерватизм», «консервативный», «консерватор» и явления, ими обозначаемые, свойственными только западному обществу, строю и не подпадавшими русскому миру. Другие были уверены в том, что в России есть что хранить, что она проникнута консервативным духом, а русский народ — стихийный консерватор. Одни делали акцент на негативных оценках консерватизма, объявляли консерваторов противниками первого порядка, обвиняли их в близости к власти и правительственной бюрократии. Другие аргументировали связь консерватизма и прогресса в реальной политике, подчеркивали противоположность консерватизма радикализму и революционности, отстаивали идею сохранения исторических начал общества и государства.

Так, например, охранительный характер консерватизма, его близость к власти, и вытекающее из этого стремление защитить собственность и существующий общественный строй в своих работах подчеркивал А. И. Герцен. Он писал о том, что консерватизм дозволяет жить старому и ненужному, пока можно (1848); заявлял, что консерватизм — отставание своего места (в ситуации невозможности ни дальше развиваться, ни оставаться развитым) (1850); различал революционный консерватизм и консервативную революционность (1848—1850), подчеркивал, что «консерватизм, не имеющий иной цели, кроме сохранения устаревшего status quo, так же разрушителен, как и революция. Он уничтожает старый порядок не жар-

ким огнем гнева, а на медленном огне маразма» [Герцен А. И., 2010, с. 301] (1850); отмечал, что законный консерватизм защищает падающие институты, составляющие главное препятствие развитию (1865). Герцен считал, что консерваторы поддерживают всеми силами старое устройство (1848); консерваторы хранят, сохраняют (1850); стремятся, во что бы то ни стало, спасти разлагавшийся общественный порядок (1850); что консерватор всегда собственник, имущий, ему есть что хранить, беречь (1856, 1859). И, наконец, в 1868 г. пришел к выводу о том, что «князь говорить серьезно о консерватизме в России. Даже самое слово это не существовало до основания крестьян. Мы можем стоять, не прогася с места, подобно святому столпнику, или же пятиться назад подобно раку, но мы не можем быть консерваторами, ибо нам нечего хранить» [Герцен А. И., 2010, с. 677].

В отличие от Герцена, многие русские мыслители были уверены в том, что в России есть что хранить, что она проникнута консервативным духом, а русский народ — стихийный консерватор. Так, П. А. Вяземский писал о пражущем России «духе консерватизма и общественного порядка» [Вяземский П. А., 2010, с. 271], размышлял о консерватизме русской нации, облагодетель здоровым инстинктом и здравым смыслом, мудростью и добрыми побуждениями. «В отличие от других стран, — отмечал П. А. Вяземский, — у нас революционным является правительство, а консервативной — нация. Правительством можно и авантюрам, оно нетерпеливо, непостоянно, оно — новатор и разрушитель. Либо оно погружено в апатический сон и ничего не предпринимает, что бы отвечать потребностям и желаниям момента, либо оно пробуждается внезапно, как бы от мушкетера укуса, разбегает по своему поводу один из жгучих вопросов, не учитывая его значение и того, что вся страна легла бы всплхнуть с четырех углов, если бы не инстинкт и не здравый смысл нации, которые помогают парализовать этот порыв и считать его несостоявшимся» [Вяземский П. А., 2010, с. 415]. О консервативных началах русского народа рассуждал и К. Н. Леонтьев. Он различал «простой» консерватизм, лобивший прошлое и веривший в его возрождение и «серый» консерватизм, консерватизм чисто экономический, лишенный религиозного оправдания; подчеркивал национальную специфику консерватизма: «Охранение в странах католических иное, чем в наших православных; консерватизм Тюрк не похож на охранение буддистов; но либерализм везде одинаково враждебен тем историческим началам, в дисциплине которых вырос тот или другой народ» [Леонтьев К. Н., 2010, с. 264].

И, в завершение, заметим, что некоторые русские мыслители считали многие политические понятия и процессы ими обозначаемые (не только термины «консерватизм», «консервативный», «консерватор», но и «либерализм», «оппозиция», «демократия», «прогресс» и т.п.) свойственными только западному обществу, строю и не подпадавшими русскому земскому миру. Они солидаризовались с К. С. Аксаковым, который прямо заявлял: «Трудно понять Россию, не отревшившись от западных понятий, на основании которых все мы хотим видеть в каждой стране — и поэтому в России — или революционный или консервативный элемент; но и тот и другой суть точки зрения нам чуждые...» [Аксаков К. С., Аксаков И. С.,