

практическую пользу. Но, к сожалению, возможности Интернет технологий используются не в полной мере. Так, по большей части, в политике они используются по аналогии с традиционными СМИ, то есть как односторонний канал распространения информации. Возможности же получения обратной связи и диалога с аудиторией зачастую остаются не востребуемыми.

Новой формой в процессе освещения событий политического процесса в России стало использование такой формы общения в информационной сети Интернет, как блог.

Блог (от англ. «web-log» - интернет-журнал) представляет собой некоторое подобие дневника, в котором высказывается позиция автора по произошедшим с ним событиям. Преимуществом данной формы интерактивного взаимодействия является то, что в данной форме присутствует возможность получения обратной связи от читателей, ознакомившихся с содержанием публикуемых в нем материалов. Блоги начали активно применяться в политике и в предвыборной борьбе. Особенно показателен в этом отношении пример выборов, проходивших в 2008 г. в США. Данный канал массовой коммуникации активно применялся в том числе и действующим Президентом США Бараком Обамой, который таким образом сделал ставку на привлечение внимания со стороны молодого поколения избирателей.

Использование блога как формы общения, в том числе Президентом РФ, с интернет-аудиторией ознаменовало собой перелом в отношении к возможностям сети Интернет в политическом процессе России. Если ранее возможности глобальной сети зачастую пользовались, по аналогии с традиционными СМИ, лишь для публикации информационных сообщений, то возможность общения «без посредников» с Президентом привлекает многих представителей общественности к данному ресурсу.

Отличительной особенностью использования блогов является также то обстоятельство, что интернет-блог дает возможность диалогичности общения, без посредников в лице СМИ, политических партий и экспертов.

Единственным ограничением в использовании данного ресурса остается фактор относительно низкого распространения возможностей доступа в Интернет на территории России среди населения. Однако тенденцией последних лет является то, что расширяются возможности доступа в Интернет, а также снижается его стоимость.

В то же время социологические исследования показывают, что интернет-аудитория в массе своей во многом формируется из числа молодого поколения и представителей среднего возраста, которые вполне могут выступать в роли лидеров

общественного мнения и активно распространять свои взгляды, в том числе и вне сети Интернет. Именно по этой причине внимание к активному использованию новых современных каналов и форм обмена информацией играет важную роль в процессе эффективного информационного взаимодействия государства и общества.

В заключение следует сделать выводы о роли «прямых линий» и интернет-блога в информационной политике РФ. Влияние развития современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и их повсеместного проникновения в общественную жизнь имеет поистине колоссальное значение для определения основных направлений дальнейшего развития, в том числе и в политической сфере жизни общества. Развитие ИКТ существенно упрощает и удешевляет процесс информационного взаимодействия между гражданами, а также между обществом и государством.

В деятельности традиционных СМИ, в особенности телевидения, привносится эффект «интерактивности». К «интерактивным» формам информационного освещения политического процесса следует отнести «горячие линии», интернет-блог Президента. «Прямые линии Президента» как форма информационного взаимодействия выполняет функцию поддержания имиджа Президента в роли эффективного политического лидера. Если ранее возможности глобальной сети зачастую пользовались по аналогии с традиционными СМИ, лишь для публикации информационных сообщений, то возможность общения «без посредников» с Президентом привлекает многих представителей общественности к такому ресурсу, как интернет-блог.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Лебедева М.М. Мировая политика. – М.: Аспект Пресс, 2003.
2. Фоссато Ф. Виртуальная политика и российское ТВ. // Журн. «Pro et Contra». Июль-август. 2006. С. 13-28.
3. Башук А.И. Коммуникативные стратегии политического ритуала // URL: <http://politex.info/content/view/179/40>.

**Волбуева Т.О.**

## ПОЛИТИЧЕСКАЯ СИМВОЛИКА В ИСТОРИИ КОСТЮМА\*

*Аннотация.* В статье рассматривается история использования политической символики

\* © Волбуева Т.О.

в одежде в связи с революциями, борьбой политических партий и другими историческими событиями. Раскрывается маркировочное значение формы одежды (например, санюлоты и т. д.), цвета (например, красный в революционной традиции), аксессуаров. Прослеживаются изменения в использовании различных видов маркировки одежды в политической борьбе. Так, для второй половины XX в. характерен переход от символического значения покроя и цвета одежды к ее превращению в агитационное средство. Это происходит с размещением на одежде (чаще всего на футболках) политической рекламы в виде разного рода принтов – портретов политических деятелей, лозунгов, предвыборных слоганов и т. д.

*Ключевые слова:* политическая символика, одежда, аксессуары, политические партии и движения, революции, избирательные кампании

T Volobueva  
POLITICAL SYMBOLICS IN CLOTHES

*Abstract.* In article the history of use of political symbolics in clothes in connection with revolutions, struggle of political parties and other historical events is considered. The value of the form of clothes as a marker (for example, sans-culottes etc.), colours (for example, red in a revolutionary tradition), and accessories reveals. Changes in use of various kinds of marks of clothes in political strike are traced. Thus, for second half of XX century is characteristic transition from symbolical value of breed and colour of clothes to its transformation into propaganda means. It occurs to placing on clothes (more often on T-shirts) political advertising in the form of any prints – portraits of politicians, slogans, pre-election slogans etc.

*Key words:* political symbolics, clothes, accessories, political parties and movements, revolutions, election campaigns.

В последнее время проблемы политической моды и политической символики привлекают внимание исследователей. По этой тематике проводятся научные конференции [11], защищаются диссертации [1;2;7], публикуются статьи. О.Б. Вайнштейн принадлежит одна из немногих журнальных статей, специально посвященная политическим аспектам истории костюма [4]. Очень важной функцией моды она считает возможность одежды выражать политические смыслы. Это связано с функционированием костюма как семиотической, знаковой системы. Костюм – это социальный маркер, включающий набор смысловых рядов. Одним из таких рядов и являются политические символы. По мнению Т.Н. Быковой, главной особенностью

политической символики является синтез разных знаков из иерархии знаковых систем. В её статье перечисляются области применения политических символов, к числу которых относится и политическая мода как отражение соответствующих пристрастий сторонников партий и общественных движений, проявляющихся в одежде и поведении [3,147].

В какой-то степени данные сюжеты затрагивались и в нашей статье о протестной моде в России второй половины XIX в. [6]. Но не всякая протестная мода, которая часто имеет социокультурную направленность, претендует на роль политического маркера. Довольно наглядный пример представляют так называемые стилиаги в советском послевоенном обществе. Сами они в погоне за «заграничным обликом» не вкладывали в это стремление ни протестной позы, ни политического смысла. В определенной мере этот смысл был навязан моде ее неприятием как со стороны власти, так и со стороны послевоенных «шинелей и ватников». Вспомним такие ставшие слоганом строки о стилиагах: «Сегодня слушает он джаз, а завтра Родину продаст».

В данной статье не рассматривается национально-государственная политическая символика (гербы, флаги, гимны, облачения монархов). Наш предмет исследования – та политическая символика, которая связана с политическими движениями и партиями, революциями и избирательными кампаниями, с социально-политическими конфликтами в обществе. Соответственно, в фокусе внимания находятся периоды обострения общественно-политических отношений в разных странах и в разное время, для которых характерны как появление новых политических символов, так и политическая маркировка одежды и аксессуаров.

Политическая символика в одежде и аксессуарах характерна для новой и новейшей истории. Самое раннее ее появление, акцентированное на политическом аспекте костюма, можно рассмотреть на материале национально-освободительного движения в Нидерландах.

1566 год, страна – часть Испанской империи Филиппа II. Испанский гнет – финансовый и тоталитарный, сопровождаемый разгулом инквизиции, был непереносим. Делегация голландских дворян во главе с графом Эгмонтом является на прием к наместнице этой испанской провинции Маргариты Пармской. Они пришли вручить петицию с просьбой об отмене эдиктов, согласно которым в Нидерландах увеличивалось число епископских кафедр и устанавливалась инквизиция. Все участники нидерландской делегации были одеты крайне скромно, не так, как положено дворянам. Своим протестным костюмом они подчеркивали: Нидерланды ограблены в результате фис-

кальной политики Мадридской короны. Дворяне направляются сквозь строй нарядных испанских грандов. Гранды в высоких воротниках, не позволяющих опускать голову, озирают надменно и презрительно делегатов. И кто-то из грандов бросает реплику: гёзы (от фр. – нищие). Так из протестного костюма родилось слово, ставшее вскоре в годы Нидерландской национально-освободительной революции знаковым. Выступавшие против испанского владычества конфедераты стали носить, подобно нищенствующим монахам, одежду пепельно-серого цвета и особый значок в виде пфеннига, на котором были изображены нищенская сума и две протянутые руки. Морскими и лесными гёзами именовали себя партизаны, ликвидировавшие испанское владычество и создавшие Голландскую республику – первую республику в Европе.

Еще один пример связан с другой революцией – английской XVII в. В битве при Нейзби солдаты Карла I были одеты в белые кафтаны и носили белые шарфы, а их противники были в мундирах из красного сукна с оранжевыми шарфами (армия Кромвеля получила унифицированную форму по решению парламента незадолго перед битвой в начале 1645 г.). Так армии сторонников парламента и короля получили цветовые обозначения: первая – Красной, вторая – Белой. Есть предположение, что эта цветовая гамма опосредствовано была перенесена в политическую лексику времени Гражданской войны в России. С той же английской революцией связана и политическая символика движения левеллеров 1647–1649 гг., носивших ленточки цвета морской волны.

Костюм стал отличительным знаком и для политических движений Французской революции конца XVIII в. В годы якобинской диктатуры самоназванием революционеров стал термин санкюлоты. Наименование это произошло от фр. *sans* – без и *culotte* – короткие штаны. В отличие от аристократов, носивших короткие штаны, французское простонародье носило длинные штаны. И в этом случае часть одежды – штаны стали социальным и политическим маркером, отличавшим революционеров от роялистов. Члены Якобинского клуба носили куртку-карманьолу, что было своеобразной униформой. Другим отличительным знаком являлся головной убор – фригийский колпак. Общепринятым символом революции он стал не сразу: 19 марта 1792 г. в Якобинском клубе было прочтено письмо мэра Парижа, осуждавшего ношение красного колпака. 19 июня 1792 в клубе снова вспомнили запрет, но уже на следующий день во время захвата Тюильри санкюлотами король сам был вынужден надеть красный колпак, поданный ему на пике.

Начиная с мая 1790 г., Национальное собрание вручает мэрам шарфы в полоску. И полоса-

тая одежда с этого времени становится не только модной, но и идеологической. В эпоху Консульства приобретает свой окончательный вид французский флаг. Мишель Пастуро, изучавший семантику цвета в истории костюма, отмечает, что утроение полосок в одежде до принятия революционного трехцветного флага встречалось крайне редко [9, 55].

С падением якобинской диктатуры появились молодые люди и девушки, которые носили «антиреволюционный» протестный костюм. Щеголи заматывались шейными платками до ушей и наряжались во фраки и очень короткие жилеты, которые застегивались через одну пуговицу. Они завивали волосы и носили прически «собачьи уши». От шляпы с высоко загнутыми полями пошло прозвище этих модников – анкруаябль, что означает невероятный. Девиц, которые одевались в полотняные рубашки шмиз, с большим декольте, короткими рукавами и поясом под грудью, называли мервеёз (в переводе – удивительная). Головы их украшали огромных размеров чепцы с лентами. Особо хотелось бы отметить так называемые «балы жертв», которые устраивала золотая молодежь. У них вошло в моду сбрасывать волосы на затылке, как у подготовленных к казни на гильотине. Девушки также коротко стригли волосы, подражая прическам жертв, и носили красные ленточки на шее. Историк Т. Карлейль в 1837 г. писал: «Среди бесчисленных балов разного рода обратим внимание читателя на один род – на так называемые балы жертв. У всех танцующих на левой руке надет черный креп. Чтобы быть допущенным на такой бал, нужно, чтобы вы были жертвой террора или чтобы вы потеряли кого-нибудь из родственников во время террора. Мир усопшим; будем танцевать в память их! Потому что, как бы то ни было, нам надо танцевать» [8].

В XIX и XX вв. одним из самых распространенных революционных политических символов-маркеров стал красный цвет. Вначале в ходе революций 1830 и 1848 гг. во Франции и Германии он был цветом восставших революционных масс. Под влиянием итальянского национально-объединительного движения в России в женскую моду вошли красные рубашки-гарибальдийки с широкими рукавами и шляпки «а-ля Гарibaldi», наподобие мужской ермолки. После Парижской коммуны красный цвет становится символом пролетарского международного революционного движения.

Вообще использование определенного цвета как маркера той или иной политической партии – не редкость. Например, в Греции зеленый цвет является политическим символом партии ПАСОК (Всегреческое социалистическое движение) и имеет как маркер глубокие исторические корни, уходящие во времена Византийской империи, где

он знаменовал цвет жизни и свободы. В Болгарии Союз демократических сил ведет политические кампании, используя в качестве символа светло-синий цвет. С 2009 г. этот цвет стал названием «голубой коалиции» консервативных сил.

Протестный костюм в России второй половины XIX в. был отражением и выражением оппозиционных как социальных (по отношению к сословности), так и политических (по отношению к самодержавию) настроений в среде учащейся молодежи. К проявлениям протестной моды относят одежду нигилистов, эмансипированных дам и курсисток. В субкультуре нигилизма существовал неписанный кодекс правил аскетического поведения. Он с пунктуальной точностью указывал, что следует носить [5, 436]. Следование моде в одежде и прическах считалось признаком пошлости. Протестный костюм возник в субкультуре нигилизма как вызов господствующей моде, как оппозиция культуре дворянского общества. Этот костюм включал в себя красную косоворотку под студенческой блузой или клетчатым пледом, широкополую шляпу и синие очки. Студенты-нигилисты не брились, носили длинные волосы и ходили по улице с суковатыми палками. Наряду со студентами, благонамеренное образованное общество пугали стриженные курсистки в очках и темных простых платьях (без кринолинов). По воспоминаниям современников, курсисткам не было прохода на улице от насмешек, косых взглядов и брошенной вслед фразы: «нигилистка».

После Первой мировой войны агрессивные политические партии начали с целью захвата власти и расправы с противниками создавать вооруженные отряды. Эти вооруженные отряды – сквадристы в Италии и штурмовики в Германии носили костюмы по типу военной униформы. Первой известной организованной фашистской военизированной группировкой были чернорубашечники Бенито Муссолини в Италии. У них была униформа: черные рубашки, брюки темно-зеленого цвета и краги. Впоследствии подобная униформа была скопирована идеологическими собратьями в других странах. Адольф Гитлер, считая себя продолжателем и наследником прусской традиции культа мундира, ввел коричневые рубашки (СА) и черную униформу (СС). В нацистской Германии униформа служила пропагандистским целям и, как отмечает автор книг о III Рейхе О.Ю. Пленков, «гитлеровские пропагандисты усугубили отношение к униформе, сделав его инструментом организованного омассовления; всякая организация имела свою униформу, практически весь народ был в униформе, что было действенным средством ликвидации индивидуализма, всеобщей мобилизации, поскольку нацистская система власти требовала орудий, а не личностей» [10,

40]. Другие фашистские движения пользовались различной цветовой символикой: «серебряные рубашки» в США, «золотые рубашки» в Мексике, «синие рубашки» в Ирландии и Канаде.

Примером распространения во второй половине XX века протестной моды с неявным политическим оттенком может служить субкультура хиппи. Антисоциальное движение хиппи стало самым ярким явлением шестидесятых годов. Через одежду и музыку хиппи выражали несогласие с политикой правительства. В конце 1960-1970 гг. поношенная одежда хиппи ассоциировалась с контркультурой и означала отказ от ценностей потребления. Идея навстречу новой молодежной моде, торговые фирмы развернули продажу вещей с искусственно созданными эффектами поношенности. Символом протеста против буржуазной моды стали джинсы, которые из одежды американских фермеров и ковбоев превратились в одежду протеста левых студентов и хиппи, а затем, к началу 1970-х, в самую популярную массовую моду в стиле «унисекс».

Завершающим штрихом к настоящему времени будет характеристика использования политической символики в ходе современных избирательных кампаний. Начнем с ее применения на «костюмном поле» в ходе «оранжевой революции» на Украине в 2004 г. Главным разработчиком концепции избирательной кампании Виктора Ющенко на президентских выборах был политтехнолог и психиатр Ярослав Лесюк. На протяжении всей кампании и в протестном стоянии на киевском Майдане в качестве политических символов использовались не только знамена, но также ленточки, шарфы, накидки, косынки, сумочки и другие элементы одежды оранжевого цвета (на почтовой марке, выпущенной в период президентства Ющенко, изображена толпа, представленная людьми в костюмах с оранжевыми ленточками и шарфиками). Наряду с ними своего рода символом «оранжевых» стали и апельсины и разного рода плакаты (имелось, например, фото кошки в оранжевом комбинезоне). Выбор оранжевого цвета, ранее не присущего украинской политической символике, оказался удачным. Яркий и нестандартный цвет «бросался в глаза» и, как считалось, обладал «энергетикой», скрытой «тайной» воздействия на людей («оранжевый шабаш», по выражению супруги проигравшего кандидата Людмилы Янукович). Но, разумеется, конечная победа Виктора Ющенко над Виктором Януковичем объяснялась не «цветом», а умело поставленным пиаром и высоким уровнем организации оппозиционных сил. В «оранжевой революции» проявились новые черты политической манипуляции массами. Отметим такие, как тщательно продуманная в деталях, вплоть до символики, избиратель-

ная и митинговая тактика, создание «оранжевого» бренда и превращение выпуска политической символики в коммерческое предприятие (ленточки раздавались бесплатно). В противовес оранжевому цвету оппозирующая партия регионов сделала своим партийным символом голубой цвет. Так, термины «оранжевые» и «голубые» вошли в украинскую политическую лексику.

В период последних выборов президента на Украине широко развернулась торговля политическими, или, как сейчас говорят, креативными футболками с портретами политиков и разного рода слоганами. Наряду с футболками «за» появились футболки «против», компрометирующие кандидатов в президенты. Многие надписи были злыми и ехидными. Например, имелась «прикольная» тишотка с надписью, критикующей обещания тогдашнего премьера «Ищу Юлькино мясо за 20 гривен и бензин за 3.50», сопровождаемая изображением увеличительного стекла и красного сердца – одного из символов Тимошенко. На другой футболке была изображена голова зайца из мультфильма «Ну, погоди!» с подписью «Арсений» (имелся в виду кандидат в президенты Арсений Яценюк по ироничному прозвищу «Кролик»).

Мода на футболки и майки с политическими лозунгами имеет уже более чем шестидесятилетнюю традицию. Она берет начало с предвыборной президентской кампании 1948 г. в США, в которой участвовал в качестве кандидата губернатор Нью-Йорка Т. Дьюи. Тогда по заказу были изготовлены тишотки с принтом на груди. Эта самая ранняя футболка с политической символикой находится в коллекции Национального музея американской истории Смитсоновского института. В дальнейшем использование футболок с политической символикой было стимулировано массовыми студенческими волнениями в странах Западной Европы. Часто на футболках хиппи можно было увидеть антивоенные лозунги: против участия США в военных действиях во Вьетнаме и знак «пацифик». Распространялись на Западе также тишотки с надписями, направленными против участия СССР в военных действиях в Афганистане. С 1970 гг. и до сих пор пользуются популярностью футболки с изображением Че Гевары.

В перестроечной России пропагандистские и сувенирные футболки с надписями отражали реалии времени. Они охотно раскупались иностранцами. На иностранцев рассчитаны и надписи типа «Kalashnikov world tour» с изображением автомата и перечислением стран, в которых оказывалась советская военная помощь (Афганистан, Ангола и др.).

Во время последних президентских выборов в США появилось большое количество разнообразных тишоток с портретом Барака Обамы.

Среди надписей на них были, например, такие «Barac is the Futurum», «Progress», «Hope». Последнюю надпись можно перевести как «надежда» или «надеюсь». Сторонниками Обамы был даже найден оригинальный рекламный ход. На специально созданном ими сайте проводился политический конкурс «народная тишотка», собравший 600 предложений по образцам дизайнера.

В настоящее время можно выделить так называемые партийные футболки, футболки, связанные с избирательными кампаниями, и футболки с портретами политических деятелей. Они могут быть либо рекламирующими либо протестными.

Производство и продажа одежды и аксессуаров, содержащих политический смысл, стало прибыльным коммерческим делом. Так, на сайте одной французской фирмы появилась реклама о продаже точной копии френча Мао Цзедунa. Согласно трактовке в рекламе символического значения деталей френча, пять пуговиц обозначают основные ветви власти КНР: административную, исполнительную, законодательную, судебную и контрольную; четыре кармана – конфуцианские добродетели: вежливость, верность, честность и целомудрие; три пуговицы на рукаве – три народных принципа: национализм, демократия и социализм.

Использование костюма (или его элементов) как политического маркера имеет, таким образом, весьма длительную историческую традицию. В ходе формирования и развития этой традиции складываются различные типы политической символики. Это цветовая маркировка, например, маркировка революционных сил красным цветом. Это и создание костюма по протестному принципу «наоборот»: санкюлоты и анкруаябли. Это и подчеркивание унифицированной формой принадлежности к определенной политической организации (партийная форма). Можно утверждать, что политическая символика в одежде, особенно характерная для новейшей истории, часто приходит на смену маркировке по сословной и имущественной принадлежности.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Арзамасцева А.Г. Политическая культура России в контексте формирования политических символов. Дисс. ... канд. политических наук. Казань, 2004.
2. Бабайцев А.В. Политические символы. Дисс. ... канд. философских наук. Ростов н/Д. 2001.
3. Быкова Т.Н. Политическая символика: к проблеме определения и происхождения// Вестник Севастопольского национального технического университета. Вып. 91:Политология. 2008. С. 147.
4. Вайнштейн О.Б.«Банты, рюши, цветы и кокарды»: теоретические и политические аспекты моды//Неприкосновенный запас. 2004. №5. <http://magazines.russ.ru/nz/2004/37/van14.html>. Дата обращения 11.04. 2010.

5. Водовозова Е.Н. На заре жизни. Мемуарные очерки и портреты. М., 1987. С.436
6. Волобуева Т.О. Протестная мода в России. Вторая половина XIX века//Роль университетов в поддержке гуманитарных научных исследований. Сб. материалов международной научно-практической конференции. Тула.2008. С. 266-271
7. Волошина С.И. Идеино-политические предпосылки моды в отечественной культуре XX века. Дисс. ... канд. культурологических наук. Нижневартовск, 2004.
8. Карлейль Т. Французская революция. История. М., 1991. С. 531.
9. Пастуро М. Дьявольская материя. История полосок и полосатых тканей. М., 2008. С. 55.
10. Пленков О.Ю. Третий Рейх. Секретные материалы. СПб., 2005. С. 40.
11. Поцелуев С.П. Мода и свобода (Заметки о научной конференции). // Политическая концептуалогия: Журнал метадисциплинарных исследований. 2009. № 1.

УДК 323.329

**Свиридов В.П.**

## РОЛЬ ИНТЕЛЛИГЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

*Аннотация.* Автором рассматриваются актуальные проблемы взаимосвязи интеллигенции и политической элиты в современной России. Проведён анализ влияния интеллигенции как особой группы на трансформацию современного российского общества. Предложена своя модель строения российской интеллигенции. Выявлена основная причина политической слабости российской интеллигенции.

*Ключевые слова:* Интеллигенция, политическая элита, демократия, реформа, трансформация

V. Sviridov

THE ROLE OF INTELLECTUALS  
IN THE TRANSFORMATION OF MODERN  
RUSSIAN SOCIETY

*Abstract:* The author considers the actual problems of the relationship of intellectuals and political elite in modern Russia. The analysis of the influence of the intelligentsia as a distinct group on the transformation of contemporary Russian society. Propose their own model of the Russian intelligentsia. The basic cause of the political weakness of the Russian intelligentsia.

*Key words:* Intelligentsia, democracy, reform, transformation

Для того чтобы наиболее точно определить роль интеллигенции в российском обществе, необходимо прежде выяснить, что подразумевается под словом «интеллигенция» в контексте данной статьи. В дискуссии о том, кого включать в понятие «интеллигенция», нужно сделать выбор и остановиться на чём-то одном. Для начала возьмём определение, которое даёт Большой энциклопедический словарь: ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ (от лат. *intelligens* - понимающий, мыслящий, разумный), - общественный слой людей, профессионально занимающихся умственным, преимущественно сложным, творческим трудом, развитием и распространением культуры. Другие словари дают практически то же определение, в котором однозначно говорится, что это – люди умственного труда. С этой точки зрения мы и начнём рассмотрение роли интеллигенции в российском обществе.

Интеллигенция на протяжении всей истории своего существования постоянно искала пути достижения всеобщего блага и ставила наиболее болезненные вопросы о судьбе народа и российского государства. Как правило, на поставленные вопросы интеллигенция не всегда давала ответы. Она сыграла ключевую роль в Октябрьской революции, но значительная часть её подверглась политическим репрессиям, как только стала выражать оппозиционные взгляды.

Формирование современной российской интеллигенции было связано с крушением Советского Союза, приходом к власти демократов и либералов, началом этапа реформ в России. Изначально у интеллигенции в этот период существовал довольно прочный авторитет – именно деятели интеллектуальной сферы первыми воспользовались продекларированной в начале перестройки гласностью. Итальянский историк Дж. Боффа справедливо полагает, что ближнее окружение М.С. Горбачёва подтолкнуло его к тесному сотрудничеству с интеллигенцией в экономических и политических реформах, как только осознало, что в её среде можно найти более активную поддержку, чем в рядах КПСС.

Анализ роли интеллигенции в трансформации современного российского общества, по нашему мнению, логичнее провести через при-