



## СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-4-801-820

### Династии и фамилии-бренды в политической сфере постиндустриального общества\*

С.А. Барков<sup>1</sup>, О.В. Дорохина<sup>2</sup>, А.В. Маркеева<sup>1</sup>, А.А. Максимов<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова  
*Ленинские горы, 1, стр. 33, Москва, Россия, 119234*

<sup>2</sup>Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ  
*просп. Вернадского, 82, Москва, Россия, 119571*  
(e-mail: barkserg@live.ru; odorokhina@yandex.ru; arsenii.maksimov@mail.ru;  
anna\_markeeva@mail.ru)

В период становления современной демократии ее идеологи старались создать механизм управления, как можно меньше напоминавший монархию, тем самым подчеркивая радикальность социально-политических перемен при переходе от доиндустриального к индустриальному обществу. Династическая форма передачи власти во всех ее проявлениях была заклеена как отжившая, неэффективная, попирающая основы народного волеизъявления. В статье показано, что, несмотря на критику, династии широко распространены в современной политике. Семья входит в политику и систему государственной власти в постиндустриальной ипостаси — как бренд, имидж и символ. Переход к постиндустриальному обществу предопределяет изменение отношения к династиям и их роли не только в политике, но и в системах взаимодействий с населением (электоратом). В статье на основе анализа вторичных данных и исследования политических династий в системах управления 17 стран показано, что восприятие политических династий даже в демократической системе начинает меняться. Все чаще политические династии способствуют созданию и расширению социальных сетей, формируя устойчивые политические связи, обеспечивая гендерное представительство и др. Многочисленные проявления династийности в странах с разным уровнем социально-экономического развития (развитые и развивающиеся) и разными типами правления (авторитарные и демократические) обусловлены проникновением маркетингового мышления и технологий в политику. Династии позволяют эффективно использовать потенциал семьи для создания и продвижения политических брендов, формирования устойчивых предпочтений населения в отношении кандидатов или партий, обеспечения политической социализации новых поколений и относительной предсказуемости поведения политиков, проводящих «семейную линию» в решении важных вопросов.

**Ключевые слова:** политические династии; политический бренд; семейственность; политическая элита; постиндустриальное общество; политическая власть

---

\* © Барков С.А., Дорохина О.В., Маркеева А.В., Максимов А.А., 2020  
*Статья поступила 13.06.2020 г. Статья принята к публикации 30.08.2020 г.*

## **Политические династии — неожиданный атрибут постиндустриального общества**

В рамках классической либеральной идеологии политическая династийность, семейственность воспринималась как ущербность механизма управления. Идеологи демократии, резонно противопоставляя последнюю монархии, критиковали любые попытки передачи власти родственникам, связывая подобные прецеденты с архаичностью, социально-экономической отсталостью и деспотическими традициями. «Демократия, по сути, предполагает платформу, которая должна обеспечивать людей в стране равным доступом к государственной службе и делать исполнительную и законодательную власть в стране более представительной. Однако, независимо от формы демократии, созданной в стране, институты власти все еще содержат недостатки, которые делают управление прерогативой немногих, как, например, в случае с политическими династиями. Из-за таких недостатков... возникает неравенство в распределении политической власти» [13. С. 127]. Демократический принцип отбора основывается на заслугах и компетентности, а также на рациональном принятии решений и отборе наиболее квалифицированных кандидатов. Выборные органы контролируют качество избираемых должностных лиц, а рыночная конкуренция способствует выдвижению лучших. Вмешательство личных отношений в эти процессы рассматривалось в демократических обществах как девиация (незаконная), которая бросает вызов основам общества [48].

Впрочем, Р. Михельс утверждал, что даже в демократических организациях проявляются «имманентные олигархические признаки»: избранное политическое руководство старается закрепиться у власти посредством семейных связей, что подрывает демократический принцип равных возможностей [5]. В индустриальную эпоху существование политических династий считалось в корне неправильным. В постиндустриальном обществе прецеденты передачи власти родственникам множатся, их перестают стесняться. На основе анализа политических династий в 17 странах (США, Греция, Сингапур, Румыния, Индия, Канада, Япония, Пакистан, Великобритания, Италия, Южная Корея, Филиппины, Индонезия, Аргентина, Франция, Россия и Ливан) и систематизации предшествующих исследований авторы показывают, что проникновение маркетингового мышления и технологий в политическую сферу позволяет использовать династии как инструмент формирования устойчивых политических предпочтений населения.

### **Политические династии: опыт социологического изучения**

В российских исследованиях династийность изучалась как фактор формирования профессиональных групп и как механизм самовоспроизводства группы заводских рабочих. Был проведен ряд исследований заводских династий, династийности в определенных профессиональных группах

(медицинских и инженерных работников, педагогов, представителей творческих профессий), выявивших мотивы выбора профессии в соответствии с семейными традициями, влияние внешних и внутренних (семейных) факторов на формирование профессиональных династий [3; 7; 10]. Например, изучалось влияние госзаказа, рыночной конъюнктуры и престижа профессий на становление династий, влияние семейного климата и процесса социализации на формирование установок в пользу выбора профессии по принципу преемственности [6; 10].

Однако еще три десятилетия назад династии политиков редко оказывались в фокусе внимания социологов и политологов в России и за рубежом [исключения: 15; 24; 25; 35]. В российских исследованиях семейственность в политике рассматривалась преимущественно в контексте изучения формирования и трансформации политической элиты и властвующих групп, в частности, после развала СССР и на рубеже 2000-х годов — семейных связей как способа рекрутирования в политическую элиту [4; 11]. Речь, как правило, шла о клановости российской политической элиты, преимущественно о клиентелизме как основе консолидации политических кланов (в 1990-е — 2000-е годы важнее оказались не семейно-родственные и земляческие, а экономические связи [2; 8; 11]). Этот аспект подробно рассматривался на примере группы политического влияния времен Президента Б.Н. Ельцина, которая получила название «семья». И лишь в последние годы в изучении российских региональных политических и бизнес-элит, а также семейных тандемов в органах федеральной власти исследователи обратили внимание на усиление семейно-родственных связей в сплачивании российского истеблишмента: специалисты анализируют «семейно-родственные айсберги» во властвующей элите, способствующие формированию особого клиентелизма, сочетающего в себе «не просто разнокачественные, но конфликтующие уклады — феодальный и современный, даже постсовременный» [2. С. 37].

В последние годы академический интерес к причинам и последствиям возникновения политических династий растет [21]. Чаще всего это исследования отдельных династий, и значительная их часть посвящена династийности в развивающихся странах с тенденцией к авторитаризму. Авторитарный правитель может привести к власти человека по личному усмотрению, и его выбор будет детерминирован доверием и личным знакомством, а круг семейных, родственных контактов позволяет быстрее находить кандидатов, соответствующих данным критериям.

Однако опыт изучения политических династий в странах с авторитарными (и даже тоталитарными) режимами, показывает, что не все так однозначно. Принципы авторитарного правления предполагают, что только те, кто предан лидеру и доминирующей политической или религиозной идеологии, могут быть назначены на важные управленческие посты. Феодальный принцип «вассал моего вассала — не мой вассал» не нравится современным авторитарным правителям — они создают условия, препятствующие рекрутированию во

власть людей, которые лояльны конкретному бюрократу (должностному лицу), а не верховному лидеру или центральной власти. Учитывая нетерпимость к любой форме разделенной лояльности, авторитарная система может рассматривать кумовство и образование семейных кланов как преступления и жестко за них наказывать. Подобные принципы функционирования авторитарных режимов были представлены во множестве стран и, в частности, в Советском Союзе, особенно во времена Сталина [48].

Сегодня восприятие политических династий даже в рамках демократической системы меняется и перестает быть столь однозначным. Нейтральному понятию «политические династии» может быть придан как отрицательный, так и положительный оттенок. Чаще всего в рамках доминирующей политической традиции оттенок оказывается отрицательным: наличие политических династий именуется кумовством и считается индикатором уровня коррупции. Такого подхода, например, придерживается международная организация Amnesty International, которая реализует традиционные либеральные ценности в своих общественно-политических акциях и в методологии исследований. Если же в политических династиях пытаются увидеть положительное содержание, то говорят о воплощении в политической жизни традиционной ценности семьи, что характерно для развивающихся стран. В традиционной культуре, где семейная преданность сильнее государственной и долг госслужащего перед страной вторичен по отношению к семье (общине), любые действия по расширению возможностей семьи будут считаться законными для должностного лица. Но и в этом случае результатом будет явная несправедливость в распределении социальных статусов, что часто приводит к крушению режимов, культивирующих семейственность из «социокультурных соображений» (например, в Индонезии легитимность режима Сухарто была подорвана огромным богатством его семьи и друзей, обеспеченным политическими связями [45]).

В последние годы Юго-Восточная Азия стала удачным кейсом для отработки инструментария исследований политических династий. Так, на Филиппинах члены политических династий составляют более 40% государственного аппарата (еще недавно в высшем законодательном органе страны члены семейных династий контролировали до 70% мест). Показательные примеры социологического анализа политических династий можно обнаружить в Маниле [13], где на основе результатов местных выборов с 1988 года исследователи построили «индекс политической династии» — количественная мера положения политических семей в органах местной власти на основе весовых коэффициентов горизонтальных и вертикальных отношений между членами семьи. Главный вывод авторов таков: «Необходимо ограничить способы усиления политических династий и династийной паутины власти... Для ослабления вертикальных связей династий нужен законодательный запрет члену семьи сменять высокопоставленного чиновника... Для ослабления горизонтальных связей необходима политика ограничения количества государственных

должностей, которые могут одновременно занимать члены семьи как в исполнительной, так и в законодательной ветвях власти» [13. С. 136].

Следует отметить, что, ссылаясь на культурную самобытность и уважение к традициям в развивающихся странах, западные исследователи склонны нейтрально относиться к существующим там династиям. Но для развитых демократических стран наличие и тем более усиление политических династий воспринимается как нарушение демократических принципов управления. Однако, несмотря на однозначно негативное отношение, «политические династии давно существуют в демократических странах, что вызывает обеспокоенность по поводу неравенства в распределении политических сил, т.е. несовершенства демократической модели» [16. С. 115]. Династии не просто существуют, а «работают» на тех, кто в них состоит, и дети политиков входят в общественную жизнь с явными преимуществами [24; 43]. Так, сыновья конгрессменов добиваются более раннего и большего политического успеха [34]. Причем чем дольше политик находится у власти, тем вероятнее политическое будущее его родственников и наследников, т.е. власть порождает власть [16] — в развитых и развивающихся странах, на национальном и местном уровне [см., напр.: 19; 44; 46; 49].

Именно опыт изучения политических династий в США во многом способствовал изменению отношения к ним в современной политике. Распространенность династий в Конгрессе США выше по сравнению с другими профессиональными областями, что характерно не только для федерального, но и для более низких уровней власти. Например, исследование политических семей штата Луизиана показало, что семья по-прежнему оказывает решающее влияние на политическое рекрутирование: более четверти государственных (на уровне штата) и окружных (на уровне муниципалитетов) чиновников имели, по крайней мере, одного родственника, работавшего ранее в системе органов государственной власти штата; у половины чиновников было два или более родственников, работающих на государственной службе, треть непосредственно «унаследовала» свое положение от родственника [33].

Такая распространенность династий в США (Табл. 1), которые считаются эталоном демократии, способствовала выявлению объективных факторов их существования и позволила увидеть некоторые положительные аспекты династичности. Так, родственник передает политику конкретный капитал — финансовый и политический. Один из факторов, обуславливающий успех династических политиков, заключается в том, что они наследуют политический капитал, который обеспечивает их преимущество на местном уровне — местные политические связи и включенность в местную элиту, поэтому они чаще представляют государство/регион, в котором родились [16]. В силу семейной идентичности начинающий политик наследует славу и влияние предшественника из семьи. Но, самое главное, политические династии, как и династии в иных сферах деятельности, — это особый механизм социализации. Будущий политик растет в среде, способствующей интернализации политических

ценностей, пониманию и мотивации выбора политической карьеры, что помогает лучше усваивать политические знания, формирует более сильную вовлеченность в политику и более высокую склонность участвовать в политике [15; 40; 41]. Родители определяют политические интересы детей особым отношением к политике, родственники могут быть наставниками, которые прокладывают путь для вступления в политический мир [27; 28; 38; 42]. Электоральные преимущества, которыми обладают династические политики, могут трансформироваться в преимущества для их округов [21].

Таблица 1

**Примеры политических династий в США**

Фамилия	Политик	Должность/годы пребывания в должности
Буш	Прескотт Буш	Сенатор США (1952–1963)
	Джордж Буш-старший, сын Прескотта Буша	Член Палаты представителей Конгресса (1966–1970)
		Председатель Республиканского комитета (1973–1974)
		Директор ЦРУ (1976–1977)
		Вице-президент США (1981–1989)
	Джордж Буш-младший, сын Джорджа Буша-старшего	Президент США (1989–1993)
	Джон Эллис (Джеб) Буш, сын Джорджа Буша-старшего	Губернатор Техаса (1995–2000)
Президент США (2001–2009)		
Кеннеди	Джозеф Кеннеди	Губернатор Флориды (1999–2007)
		1-й председатель Комиссии США по ценным бумагам и биржам (1934–1935)
		1-й председатель Морской Комиссии США (1937–1938)
	Джон Кеннеди, сын Джозефа Кеннеди	Посол США в Великобритании (1938–1940)
		Член Палаты представителей (1947–1953)
		Сенатор США (1953–1960)
	Роберт Кеннеди, сын Джозефа Кеннеди	Президент США (1961–1963)
		Генеральный прокурор США (1961–1964)
	Юнис Мэри Кеннеди Шрайвер, дочь Джозефа Кеннеди	Сенатор США (1965–1968)
	Эдвард Кеннеди, сын Джозефа Кеннеди	Посол США во Франции (1968–1970)
	Джозеф Патрик Кеннеди II, сын Роберта Кеннеди	Сенатор США (1962–2009)
		Член Палаты представителей (1987–1999)
Джин Энн Кеннеди Смит, дочь Джозефа Кеннеди		Посол США в Ирландии (1993–1998)
Патрик Джозеф Кеннеди II, сын Эдварда Кеннеди		Член Палаты представителей (1995–2011)
Кэролайн Бувье Кеннеди, дочь Джона Кеннеди		Посол США в Японии (2013–2017)
Джозеф Патрик Кеннеди III, сын Джозефа Патрика Кеннеди II	Член Палаты представителей (2013–н/в)	
Лонг	Хью Лонг	Губернатор Луизианы (1928–1932)
		Сенатор США (1932–1935)
	Роуз МакКоннелл Лонг, супруга Хью Лонга	Сенатор США (1936–1937)
	Эрл Лонг, брат Хью Лонга	Губернатор Луизианы (1939–1940, 1948–1952, 1956–1960)

Фамилия	Политик	Должность/годы пребывания в должности
	Рассел Лонг, <i>сын Хью Лонга</i>	Сенатор США (1948–1987)
	Джордж Лонг, <i>брат Хью Лонга</i>	Член Палаты представителей (1953–1958)
	Гиллис Уильям Лонг, <i>племянник Хью и Эрла Лонга</i>	Член Палаты представителей (1963–1965, 1973–1985)
	Спиди Лонг, <i>двоюродный брат Гиллис Уильяма Лонга</i>	Член Палаты представителей (1965–1973)
	Джимми Лонг, <i>троюродный брат Хью и Эрла Лонга</i>	Член Палаты представителей (1968–2000)
	Кэтрин Смолл Лонг, <i>супруга Гиллис Уильяма Лонга</i>	Член Палаты представителей (1985–1987)
	Майк Смит, <i>двоюродный брат Джимми Лонга</i>	Сенатор США (1996–2008)
	Джеральд Лонг, <i>брат Джимми Лонга</i>	Сенатор США (2008–н/в)
Тафт	Альфонсо Тафт	Военный министр США (1876) Генеральный прокурор США (1876–1877)
	Ройэл Чэпин Тафт, <i>двоюродный брат Уильяма Говарда Тафта I</i>	Губернатор Род-Айленда (1888–1889)
	Чарльз Фелпс Тафт I, <i>сын Альфонсо Тафта</i>	Член Палаты представителей (1895–1897)
	Уильям Говард Тафт I, <i>брат Чарльза Фелпса Тафта I</i>	Военный министр США (1904–1908) Президент США (1909–1913) Председатель Верховного суда (1921–1930)
	Роберт Альфонсо Тафт-старший, <i>сын Уильяма Говарда Тафта I</i>	Сенатор США (1939–1953)
	Кингсли Артер Тафт, <i>дальний родственник Уильяма Говарда Тафта I</i>	Сенатор США (1946–1947)
	Эзра Тафт Бенсон II, <i>дальний родственник Уильяма Говарда Тафта I</i>	Министр сельского хозяйства (1953–1961)
	Роберт Альфонсо Тафт-младший, <i>сын Роберта Альфонсо Тафта-старшего</i>	Сенатор США (1971–1976)
	Роберт Альфонсо Тафт III, <i>сын Роберта Альфонсо Тафта-младшего</i>	Губернатор Огайо (1999–2007)
	Юдалл	Джон Хант-Юдалл
Николас Юдалл, <i>сын Джона Хант-Юдалла</i>		Мэр Финикса (1948–1952)
Стюарт Ли Юдалл, <i>дальний родственник Николаса Юдалла</i>		Член Палаты представителей (1955–1961) Министр внутренних дел (1961–1969)
Моррис КингЮдалл, <i>брат Стюарта Ли Юдалла</i>		Член Палаты представителей (1961–1991)
Гордон Смит, <i>дальний родственник Марка Юдалла</i>		Сенатор США (1997–2009)
Том Юдалл, <i>сын Стюарта Ли Юдалла</i>		Член Палаты представителей (1999–2009) Сенатор США (2009–н/в)
Марк Юдалл, <i>сын Морриса Кинг Юдалла</i>		Член Палаты представителей (1999–2009)

В постиндустриальном обществе важную роль играют социальные сети — они не только концентрируют социальный потенциал, но и создают новые возможности. Политические династии сегодня — один из способов успешно создавать и расширять сети, формируя устойчивые политические связи между семьями чиновников и другими семьями, которые имели или

имеют «политический опыт». В Америке самая крупная из сетей включает в себя 122 семьи со 107 чиновниками из нескольких штатов [33].

Положительным эффектом политических династий является то, что они могут содействовать «гендерной представительности» в органах власти [20; 26]. Многие женщины-политики в США и других странах впервые вступили в политическую жизнь, когда их мужья умерли в должности, — это явление получило название «преемственность вдовы» [29]. Например, введение ограничений срока полномочий филиппинской Конституцией на все выборные должности после революции 1986 года привело к более высокому уровню представительства женщин в местных исполнительных органах только для династических женщин [36].

Отдельный блок исследований посвящен соотношению веса династий в политических системах и эффективности управления. Эти исследования пытаются математически подтвердить гипотезу, что наличие династий снижает эффективность управления, но сталкиваются с проблемой разведения причин и следствий. Связь между наличием династий и эффективностью управления крайне сложна. Например, на Филиппинах быстрые темпы экономического роста в столичном регионе свидетельствует не столько о компетентности центрального аппарата госуправления, сколько о недостаточной эффективности работы чиновников местных органов власти в провинциях. При этом относительная изоляция отдаленных провинций дает политическим династиям некоторую свободу от политической конкуренции, тем самым позволяя консолидировать власть и обеспечивать выживание независимо от результатов работы [39].

Исследования политических династий в странах с разными политическими режимами показывают, что хотя наследование политической власти считается недемократичным, демократические процессы допускают существование многочисленных политических династий. В постиндустриальном обществе прецеденты передачи власти родственникам множатся. Даже в оплоте современного демократического мира — США — во главе государства в течение 12 лет (с перерывом) стояли представители одной семьи — Бушей. Представителями политических династий являются многие руководители демократических государств: премьер-министр Джастин Трюдо в Канаде, Президент Южной Кореи Пак Кын Хе, премьер-министр Японии Абэ Синдзо и др. Интересным европейским примером является бывший премьер-министр Бельгии и первый Президент ЕС Херман ван Ромпей, чья жена, брат, сестра и два сына также политики. Безусловно, больше всего династий в развивающихся странах, таких как Филиппины (более 40% политиков на национальном уровне), и в малых демократиях, таких как Исландия (более 30%), меньше всего — в крупных развитых демократиях, например, в Германии и Канаде (менее 5%). Можно обозначить общую тенденцию — усиление значимости родственного статуса и укрепление роли политических династий в постиндустриальном обществе (Табл. 2).



## Примеры династий среди глав государств

Страна	Фамилия	Политик	Должность/годы пребывания в должности
Греция	Венизелос	Элефтериос Кириаку Венизелос	Член Либеральной партии
			Министр юстиции в правительстве Крита (1905)
			Премьер-министр (1910–1933 с перерывами)
		Софоклис Венизелос, сын Элефтериоса Кириаку Венизелоса	Был избран в руководящий комитет Партии либералов (1936)
			Премьер-министр (1944–1951 с перерывами)
			Заместитель председателя партии либералов (1945)
			Министр без портфеля (1946)
			Вице-премьер, военный министр, министр здравоохранения, авиации, без портфеля (1947)
			Председатель партии либералов (1948)
			Вице-премьер, министр иностранных дел (1951–1952)
	Мицотакис	Константинос Мицотакис, племянник Элефтериоса Кириаку Венизелоса	Председатель партии «Новая Демократия» (1951)
			Глава партии «Апостасии» (1960-е)
			Партия «Апостасии» вступила в партию «Новая Демократия» (1978)
			Премьер-министр (1990–1993)
		Феодора (Дора) Бакояни, дочь Константиноса	Министр культуры (1990)
			Мэр Афин (2002)
			Министр иностранных дел (2006–2009)
		Мицотакиса	Основатель партии «Демократический альянс» (2020)
		Кириакос Мицотакис, сын Константиноса Мицотакиса	Депутат парламента (2004)
			Министр административных реформ и электронного управления (2013–2015)
	Президент партии «Новой демократии» (с 2016)		
	Лидер оппозиции (2016–2019)		
	Премьер-министр (2019-н/в)		
	Папандреу	Георгиос Папандреу (старший)	Деятель основанной в 1910 году Либеральной партии
			Управляющий островом Лесбос (номарх) (1915)
			Генерал-губернатор острова Хиос (1917–1920)
			Министр внутренних дел (1923)
			Министр финансов (1925)
			Министр образования (1930–1932)
			Министр транспорта (1933)
			Депутат парламента от Либеральной партии (с 1926)
			Организовал Демократическую партию (1935)
			Премьер-министр (1944–1965 с перерывами)
Андреас Георгиос Папандреу, сын Георгиоса Папандреу		Депутат парламента (1964)	
		Госминистр (при отце премьер-министре) и заместитель министра координации (1964)	
		Основал Всегреческое социалистическое движение (ПАСОК) (1974)	
		Премьер-министр (1981–1996 с перерывом)	
Георгиос Папандреу (младший), сын Андреаса Георгиоса Папандреу		Депутат парламента (с 1981)	
		Избран в Центральный Комитет ПАСОК (1984)	
		Заместитель статс-секретаря при министерстве культуры (1985)	
		Министр образования, министр по делам религии (1988–1996 с перерывом)	
		Заместитель министра иностранных дел (1993–1999 с перерывом)	
		Министр иностранных дел (1999–2010 с перерывом)	
	Губернатор Афона (1999–2010 с перерывом)		
	Председатель ПАСОК (2004)		
	Премьер-министр (2009–2011)		

Страна	Фамилия	Политик	Должность/годы пребывания в должности			
Сингапур	Ли	Ли Куа́н Ю	Основал умеренную социал-демократическую «Партию народного действия (ПНД)» (1954)			
			Премьер-министр (1959–1990)			
			Старший министр (1990–2004)			
			Министра-ментор (наставник) (2004–2011)			
		Ли Сянь Лун (Ли Сяньлун), сын Ли Куа́н Ю	Депутат от партии Народное действие (ПНД) (1984)			
			Вошел в состав ЦИК партии ПНД, был избран вторым помощником генерального секретаря ПНД и заместителем председателя исполкома штаба ЦИК ПНД (1986)			
			Руководил молодежным крылом партии ПНД (конец 1980-х — начало 1990-х)			
			Заместитель премьер-министра (1990–2004)			
			Курировал министерство промышленности и торговли и оборонное ведомство (1994)			
			Председатель валютно-финансового управления (1998)			
			Министр финансов (2001–2007)			
			Премьер-министр (2004 – н/в)			
			Канада	Трюдо	Жозеф Филипп Пьер Ив Эллиотт Трюдо	Советник премьер-министра по экономике (1949–1951)
						Вступил в Либеральную партию (1965)
Министр юстиции (1967)						
Генеральный прокурор (1967)						
Министр юстиции и Генеральный прокурор (1967–1968)						
Лидер либеральной партии (1968)						
Премьер-министр (1968–1979)						
Лидер официальной оппозиции (1979–1980)						
Джа́стин (Жюстен) Пьер Джеймс Трюдо, сын Жозефа Филиппа Пьера Ив Эллиотта Трюдо	Член Палаты общин от округа в Квебеке (с 2008)					
	Лидер Либеральной партии (с 2013)					
	Министр по делам межправительственных связей и молодежи (2015–2018)					
	Премьер-министр (2015 – н/в)					
Филиппины	Акино	Сервильяно Акино-и-Агилар	Мэр города Мурсия (1896–1898)			
			член Конституционной ассамблеи Филиппин			
		Бенигно Симеон «Игно» Акино-старший), сын Сервильяно Акино-и-Агилара	Член палаты представителей парламента Филиппин от 2-го округа Тарлака (1919–1938 с перерывами)			
			Сенатор (1928–1934)			
			Министр сельского хозяйства и торговли (1938–1941)			
			Спикер Национальной ассамблеи (парламента) (1943)			
		Бенигно Симеон «Ниной» Акино-младший, сын Бенигно Симеона «Игно» Акино-ст.	Мэр Концепсьона (1955–1959)			
			Губернатор провинции Тарлак			
		Мария Корасон Кохуангко-Акино, супруга Бенигно Симеона «Ниной» Акино-мл.	Сенатор (1967)			
			Президент (1986–1992)			
		Бенигно Симеон Кохуангко Акино III, сын Бенигно Симеона «Ниной» Акино-младшего и Марии Корасон Кохуангко-Акино	Член Палаты представителей от 2-го избирательного округа Тарлака (1998–2007)			
			Вице-спикер Палаты представителей (2004–2006)			
			Сенатор (2007–2010)			
			И.о. министра внутренних дел и местного самоуправления (2010)			
		Президент (2010–2016)				

Страна	Фамилия	Политик	Должность/годы пребывания в должности
Ливан	Жмайель	Шейх Пьер Жмайель	Основатель и бессменный лидер правохристианской партии «Катаиб» («Ливанские фаланги») (1936–1984)
			Министр здравоохранения (1958–1960)
			Министр общественных работ (1960, 1970)
			Министр финансов (1960–1961, 1968)
			Министр внутренних дел (1966, 1968–1969)
		Министр туризма (1968–1969)	
		Женевьева Жмайель, супруга Шейха Пьера Жмайель	Публичный политик, член партии Катаиб
		Башир Пьер Жмайель, сын Шейха Пьера Жмайель	Член партии Катаиб (с 1962)
			Инспектор (командир) вооруженных формирований Катаиб, участник войны (1971–1990 с перерывами)
			Член политбюро партии Катаиб и руководитель партийного Совета по безопасности (1981–1982)
			Член Совета национального спасения (1982)
			Президент (1982)
		Амин Пьер Жмайель, сын Шейха Пьера Жмайель	Член партии Катаиб (с 1961)
			Член Политбюро Катаиб (1976–1982)
			Командующий войсками (с 1975)
			Президент (1982–1988)
Почетный председатель партии Катаиб (2005–2007)			
Пьер Амин Жмайель, сын Амина Жмайеля	Председатель партии Катаиб (2007–2015)		
	Министр обороны (1996–2000)		
	Министр труда и социальной политики (2002–2004)		
Сами Жмайель, сын Амина Жмайеля	Министр промышленности (2004–2006)		
	Возглавил студенческую ячейку Катаиб (1999)		
	Возглавил молодежную и студенческую организацию, координатор Центрального комитета Катаиб (2006)		
Надим Башир Жмайель, сын Башира Жмайеля	Председатель партии Катаиб (2015–н/в)		
	Член партии Катаиб, депутат парламента (с 2009)		
Соланж Жмайель, вдова Башира Жмайеля	Член партии Катаиб		
	Вступила в партию Катаиб (1964)		
Джойс Жмайель, вдова Амина Жмайеля	Основала и возглавила Фонд Башира Жмайеля		
	Член партии Катаиб		
Юмна Жмайель, дочь Башира и Соланж Жмайелей	Член партии Катаиб		
Мурис Жмайель, двоюродный брат Пьера Жмайеля	Ливанский парламентарий, активист партии «Катаиб»		

### Фамилия как бренд в эпоху постмодернизации общества

На доиндустриальной стадии семья конституировала важнейшую общность, определяющую и особенности политических процессов. Сословный принцип (от индийский каст до феодального устройства в Европе) основывался

на том, что положение индивида в системе общественных отношений определялось принадлежностью к семье — исключения не разрушали устойчивую иерархическую систему соподчинения семей. Кроме того, семья выполняла в доиндустриальном мире важнейшую функцию — механизма передачи традиций. Традиция — это иррациональная передача опыта от поколения к поколению: она не отвечает на вопросы «зачем?» или «почему?», а говорит, как следует выполнять действия, основываясь на прошлом опыте. Для формирования традиционного сознания необходима иррациональная власть отца в семье, которая позволяет формировать и воспроизводить алгоритмы поведения и восприятия социальной реальности. Таким образом, в доиндустриальном обществе с его установками на стабильность и повторяемость семья выступала базисом «управленческих технологий» на макро- и микроуровнях [1]. Так, монархия — семейная форма государственного управления, чьи достоинства — стабильность и преемственность: наследник воспитывается как продолжатель дела отцов и противник революционных изменений.

Переход к индустриальной стадии был сопряжен с радикальной трансформацией социальных процессов и всех сфер жизнедеятельности, которая изменила весь облик общества всего за два столетия — ничтожный по историческим меркам период. Пришедшая на смену доиндустриальной стадии эпоха модерна (рационализации) отрицала традиционный уклад и реализовывала многочисленные модернистские проекты (от либерального до коммунистического). Семья здесь воспринималась как архаичный институт, препятствие для рационализации общественной жизни и переструктурирования социальной системы. Наибольшим радикализмом по отношению к семье и монархии отличался коммунистический проект: «Революция сделала героическую попытку разрушить так называемый „семейный очаг“ — то есть архаическое, затхлое и косное учреждение... Место семьи... должна была, по замыслу, занять законченная система общественного ухода и обслуживания» [9. С. 121].

Монархическая форма правления была признана отжившей. основоположники современной демократии определяли монархию как препятствие для общественного развития и узурпацию одним человеком (семьей) власти. Многие века главным оправданием монархии была религия, постулирующая ее божественное происхождение. В условиях активной критики религии и церкви монархия теряла легитимность, и возник риторический вопрос: неужели представители только одной семьи — способные, честные и дальновидные государственные управленцы? Возникло меткое высказывание: «Монархия — идеальная форма правления, если бы не случайность рождения». С рациональных позиций обществом должны управлять наиболее способные и талантливые, но они не могут сосредоточиться в одной семье. Поэтому демократическая форма правления до последнего времени способствовала нивелированию «семейственности» в политике: выступая в качестве противоположности монархии, демократия должна была пресекать попытки династической передачи власти;

принципы формирования правящей элиты в рамках эффективно действующей демократии исключают использование семейного «административного ресурса» и устраняют препятствия для талантливых людей попасть в высшие эшелоны власти. Ученые и политики либерального толка признают возможность сохранения семейной формы правления только в виде конституционной монархии, где династия не нарушает демократические, не связанные с семейственностью принципы управления.

Таким образом, ничего не указывало на возможность возрождения семейных принципов управления в век высоких технологий, где семья рассматривалась как консервативный и нерациональный инструмент управления. Но, как часто бывает в истории человечества, новые обстоятельства заставляют взглянуть по-новому на оставшиеся в далеком прошлом феномены. Переход к постиндустриальному обществу, экономической основой которого выступают информация и знания, связан с оперированием символами — от логически выверенных математических формул до имиджей, основанных на легендах и мифах. Особую значимость здесь обретают бренды, подчас перекрывающие по стоимости материальное богатство организации и становящиеся главными ориентирами в выборе товаров и услуг.

Постиндустриальное богатство теряет свою материальную основу [1]. Например, глобальная корпоративная стоимость (мировых публичных компаний) в 2019 году составляла 104,5 триллиона долларов США и своим приростом в последние годы обязана нематериальным активам, глобальная стоимость которых увеличивается не менее чем на 8% в год. Нематериальные и материальные активы имеют почти равнозначный вес в стоимости современных организаций: 52% глобальной стоимости формируется материальными, 48% — нематериальными активами. Так, 90% стоимости компании Microsoft (\$ 904 млрд) и 93% стоимости компании Amazon (\$ 839 млрд) в 2019 году приходилось на нематериальные активы [22]. В целом прирост стоимости компаний обеспечивает маркетинг (успешное брендинг, эффективные способы взаимодействия с целевыми сегментами, устойчивые контракты, франшизы и т.д.). При этом это касается не только флагманов новой экономики, классических индустрий — банковского, промышленного, фармацевтического и других секторов.

Социальное, экономическое и культурное значение, которые обретают бренды в эпоху постмодерна, обусловлено, прежде всего, феноменом сверхрационализации, который символизирует кризис индустриального общества и эпохи модерна. Люди исследовали разные стороны бытия, создали множество формул, моделей, закономерностей и законов. Казалось бы, пространство вокруг человека должно стать понятнее, и образованный человек должен быть в состоянии принимать рациональные решения. Однако развитие научных принципов познания не сделало мир проще, а, наоборот, усложнило — в нем стало трудно ориентироваться. И, как и тысячелетия назад, способом навигации в постоянно усложняющемся и изменяющемся социальном

пространстве стали мифы, истории и легенды, но только в соответствующей духу эпохи, постмодерной ипостаси брендов. Они стали надежным, иногда единственным навигатором в выборе продуктов, служат путеводными звездами для человечества в эпоху постмодерна.

В этом проявляется парадокс рационализации: несмотря на рост потребительской грамотности (большинство обладает знаниями и навыками, чтобы разобраться в свойствах товара или услуги, владеет информационными технологиями, позволяющими сравнить характеристики товаров или услуг), решающим фактором выбора становится бренд, точнее легенда, миф, положенный в его основу. В свое время В.И. Ленин разоблачал эмпириокритиков за их лозунг «мы живем в мире ощущений», но в постмодерном обществе этот лозунг реализовался. Бесконечное стремление человека к новым ощущениям привело к тому, что главным экономическим предложением становятся впечатления: потребители покупают не товар, а его имидж, голосуют не за политика, а за его имидж. Люди потребляют комплекс впечатлений (нечто глубоко личное, что затрагивает их на эмоциональном, интеллектуальном, духовном уровне) — как в экономике, так и в политике. Как и при выборе товара, избиратель не анализирует программу партий или отдельных политиков, а выбирает бренд, прежде всего фамилию. По всему миру идет процесс наделения категорий родства и семьи новой нормативной логикой и социально-организующей ролью: семья — механизм «социо-символического структурного позиционирования в запутанном созвездии альянсов» [18. С. 104].

### **Продвижение фамилий-брендов в современной политике**

В политической сфере, как и в экономике, специалисты осознают важность брендов. Фамилия — это бренд, значит, ее нужно поддерживать, используя родственников, носящих ту же фамилию. Сила фамилии-бренда была косвенно подтверждена региональными выборами во многих странах — когда регистрировались однофамильцы кандидатов-фаворитов и оттягивали некоторое количество голосов [37]. Сегодня инвестиции в фамилии политиков — многомиллиардная индустрия, и семейная принадлежность в некоторых случаях — уже бренд, поскольку семьи могут передавать «человеческий капитал» или «символические семейные поместья» [17; 35]. Семьи с традицией государственной службы развивают признание имени, доброжелательность и специфические навыки (например, держаться на людях, вести переговоры) — то, что можно передать родственникам. Иногда такое наследство является явным и осознанным, а в других случаях его передача может носить скрытый и подсознательный характер [33].

Управленческие технологии использования семьи как бренда разнообразны. В некоторых случаях такой подход может снижать затраты на продвижение политиков аналогично выведению нескольких товаров под одной торговой маркой (например, можно предположить, что затраты на продвижение польских политиков братьев Качинских были ниже, чем потребовалось для

проведения кампаний двух политиков с разными фамилиями). Первые работы в области политического маркетинга, раскрывающие потенциал использования маркетинговых инструментов для создания и продвижения брендов политиков и партий, принадлежат Ф. Котлеру. Еще в конце 1970-х годов, рассматривая американские выборы, он справедливо отмечал, что их задача — «погружение американцев раз в четыре года в иллюзию, что они управляют страной и делают выбор из людей, которые хотят управлять страной для них» [31. С. 761], хотя кандидаты в президенты — «товар» (коммодифицируются), и их успех в конкурентной гонке во многом предопределен качеством используемых маркетинговых технологий [32].

В последние годы в научном сообществе все чаще высказывается негативное отношение к политическому маркетингу, который трансформирует политику из «стремления к общему видению справедливого и благородного в частную и часто иррациональную прихоть консьюмеризма» [23. С. 166]. Разделяя опасения о деструктивном характере расширения маркетингового мышления и технологий в политической сфере, когда чрезмерная зависимость от брендинга превращает политика в симулякр, «имидж национального бренда», «имиджевую модель кандидата» [50. С. 127], следует все же признать, что маркетинговые инструменты не просто эффективно работают в этой сфере, но расширяются и совершенствуются. Так, в последние годы ведутся дискуссии о необходимости разработки полного маркетингового комплекса для кандидата/партии вместо использования отдельных коммуникативных мероприятий, об эффективности платформ- и кандидат-центрированного маркетинга, о поиске новых моделей дифференциации, так как именно «дифференциаторы бренда» (культурные, социальные и психологические ассоциации) определяют выбор кандидатов [14; 47; 50].

В целом процесс создания и продвижения политического бренда (политика, партии) аналогичен с точки зрения стадий и значимых компонентов брендингу товаров и услуг. Наиболее важный компонент — формирование имиджа бренда как «совокупности убеждений, идей, мыслей, чувств и впечатлений, которые человек имеет относительно объекта» [30. С. 324] и которые, закрепляясь как «совокупность ассоциаций, организованных в осмысленной форме» [12. С. 212], определяют ключевые эффекты брендинга — узнавание бренда и предпочтительность выбора благодаря доверию. Имидж бренда сформирован, когда воспринятая информация о нем может храниться в памяти и воспроизводиться. Политические династии облегчают процесс узнавания и обеспечивают вхождение бренда в повседневную жизнь потребителя, преобразуя легкость узнавания и воспоминания бренда в доверие к нему.

Деятельность любого политика неоднозначна. В отличие от товара, выполняющего конкретную функцию, политик как бы проживает со своими избирателями или с народом, которым он управляет, часть жизни. За время политической карьеры у любого политика неизбежно бывают неудачи, поэтому наследнику фамилии не нужно четко продолжать дело родственника-

предшественника (например, Марин Ле Пен возглавила партию отца и отстаивает его идеологию) — важно не противоречить тому, что делали или делают родственники. Сама узнаваемость фамилии может дать существенный плюс на фоне других кандидатов, даже если ее обладатель не будет прямым продолжателем «семейной» политической линии, а будет работать в другой сфере, провозглашать иные лозунги, инициировать новые проекты. Важна узнаваемость, а не связь фамилии с конкретными делами. Фамилия становится маркером, отличающим представителя династии от других политических деятелей. А узнаваемость фамилии в династии задана по определению и не требует существенных маркетинговых и PR-усилий.

Аналогии политических брендов с брендами товаров можно продолжать. Например, важнейший закон маркетинга — оригинальность бренда [46]: с одной стороны, существенный эффект от создания династии дают только необычные фамилии политиков (распространенные фамилии не могут обеспечить столь же мощное преимущество бренда, как запоминающиеся); с другой стороны, женщины с большей вероятностью используют фамилию мужа в политических целях, когда выходят замуж за человека с признанной фамилией (связанной с кем-то, занимавшим важный политический пост в прошлом), и с меньшей вероятностью используют фамилию мужа, когда признается их фамилия, т.е. очевидна реальная политическая выгода от выбора «правильной» фамилии при выходе на политическую арену.

Бренды-фамилии могут быть созданы на региональном (органы власти разного уровня) и отраслевом уровне (разные министерства и их подразделения). В некоторой степени глобализация также может повысить значимость семьи как бренда. Активное включение в политическую и экономическую жизнь стран, в которых доиндустриальные традиции семейного управления все еще сильны (в основном страны арабского Востока), тоже повышает роль семейных династий на мировой политической арене. Однако глобализация конституирует не только общность, но и разнообразие подходов к династичности. Так, признанию фамилии брендом способствует политическая система, ориентированная на личности, например, в США и Филиппинах. В том случае, если более важную роль играют не личности, а партии, имя политика менее значимо, например, в Великобритании и Норвегии [19]. Выбор платформ- или кандидат-центрированного маркетинга обусловлен ситуацией «покупки» (иногда бренд товара менее важен, чем бренд магазина, где он приобретается): если бренд политика конкурирует с брендом партии, то, в зависимости от ситуации, избиратель может ориентироваться либо на то, либо на другое.

\*\*\*

Социология всегда пыталась выявить рациональные основы поведения людей. Когда это не удавалось, ученые могли выбирать позицию: либо признать тот элемент общественной жизни, который не укладывался в каноны рациональности, неэффективным, абсурдным и недостойным существования;



либо определить новые подходы к рациональному поведению и новые точки зрения на цели людей. Отношения в семье редко можно назвать рациональными в привычном смысле слова, поэтому оценка семейственности в разных сферах жизни всегда была неоднозначной. Например, в экономике для одних семейный бизнес — эффективная форма хозяйствования, основанная на высоком уровне доверия, для других — недоразвитый корпоративный бизнес, имеющий множество проблем во взаимоотношениях между теми, кто входит в семью владельца, и сторонними работниками.

Подобное двойное отношение имеет место и в политике: династиям отказывали в праве на существование вследствие их нерациональности и нарушения основ демократии — эта традиция доминировала в индустриальную эпоху классического рационализма, когда люди стремились определить однозначные и легко объяснимые связи между явлениями, их причинами и следствиями. В эпоху постмодерна оформилась иная точка зрения — обоснование рациональности династий с маркетинговых позиций: выбрать из похожих кандидатов на «политическом рынке» так же сложно, как и на рынке похожих товаров, а бренды облегчают выбор. Политик может стать узнаваемым в результате долгой политической карьеры и своих свершений, но для этого требуется время, да и дела его могут быть по-разному восприняты разными категориями избирателей. Человек из династии с фамилией-брендом изначально узнаваем для избирателя, а узнаваемость является первым шагом к формированию желания голосовать «за», и на ее обретение можно потратить годы и миллионы. К этому базовому фактору рациональности политических династий добавляется множество дополнительных: социализация в семье политиков; преодоление стереотипов (в первую очередь гендерных), мешающих избирателям делать правильный выбор; использование связей предыдущих поколений политиков. Все это обеспечило не только выживание, но и укрепление политических династий в современных условиях, невзирая на сдерживающие династийность мифологемы демократии.

### Библиографический список / References

- [1] Барков С.А., Дорохина О.В. Семейственность как социально-управленческая категория: исторический аспект // Социология. 2010. № 3 / Barkov S.A., Dorokhina O.V. *Semeystvennost kak sotsialno-upravlencheskaya kategoriya: istorichesky aspekt* [Familiality as a social-management category: A historical aspect]. *Sociologiya*. 2010; 3 (In Russ.).
- [2] Гаман-Голутвина О.В. Метафизика элитных трансформаций в России // Политические исследования. 2012. № 4 / Gaman-Golutvina O.V. *Metafizika elitnykh transformatsiy v Rossii* [Metaphysics of elite transformations in Russia]. *Political Studies*. 2012; 4 (In Russ.).
- [3] Колесникова Е.М. Инженерные династии и перспективы профессиональной биографии студентов инженерных вузов // Социологический журнал. 2018. Т. 24. № 1 / Kolesnikova E.M. *Inzhenernye dinastii i perspektivy professionalnoy biografii studentov inzhenernykh vuzov* [Engineering dynasties and prospects of professional biography for students of engineering universities]. *Sotsiologichesky Zhurnal*. 2018; 24 (1) (In Russ.).
- [4] Крыштановская О.В. Анатомия российской элиты. М., 2005 / Kryshtanovskaya O.V. *Anatomiya rossiiskoi elity* [Anatomy of the Russian Elite]. Moscow; 2005 (In Russ.).

- [5] Михельс Р. Демократическая аристократия и аристократическая демократия // Социологические исследования. 2000. № 1 / Michels R. Demokraticheskaya aristokratiya i aristokraticheskaya demokratiya [Democratic aristocracy and aristocratic democracy]. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*. 2000; 1 (In Russ.).
- [6] Посухова О. Профессиональная династия как результат семейных стратегий: инерция или преемственность // Власть. 2013. № 12 / Posukhova O. Professionalnaya dinastiya kak rezultat semeynykh strategiy: inertiya ili preemstvennost [Professional dynasty as a result of family strategies: Inertia or continuity]. *Vlast*. 2013; 12 (In Russ.).
- [7] Ткач О. Заводские династии в современных рыночных условиях // Человек и труд. 2007. № 12 / Tkach O. Zavodskie dinastii v sovremennykh rynochnykh usloviyakh [Factory dynasties in the contemporary market conditions]. *Chelovek i Trud*. 2007; 12 (In Russ.).
- [8] Тощенко Ж.Т. Элита? Клань? Клики? Как назвать тех, кто нами правит? // Социологические исследования. 1999. № 11 / Toshchenko Zh.T. Elita? Klany? Kliki? Kak nazvat tekh, kto nami pravit? [Elite? Clans? Clicks? What is the names of those who rule?]. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*. 1999; 11 (In Russ.).
- [9] Троцкий Л. Преданная революция. Что такое СССР и куда он идет. М., 1991 / Trotsky L. *Predannaya revolyutsiya. Chto takoe SSSR i kuda on idet* [Devoted Revolution. What is the USSR and Where it Goes]. Moscow; 1991 (In Russ.).
- [10] Шаманин Н.В., Лапшин В.Е. Особенности профессионального самоопределения в различных типах семей (на материале династий) // Вестник КГУ. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2019. № 2 / Shamaninin N.V., Lapshin V.E. Osobennosti professionalnogo samoopredeleniya v razlichnykh tipakh semey (na materiale dinastiy) [Features of professional self-identification in different types of families (on the example of dynasties)]. *Vestnik KGU. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Sotsiokinetika*. 2019; 2 (In Russ.).
- [11] Шкаратан О.И. Российская «псевдоэлита» и ее идентификация в мировом и национальном контекстах // Мир России. 2011. № 4 / Shkaratan O.I. Rossiyskaya “psevdoelita” i ee identifikatsiya v mirovom i natsionalnom kontekstakh [Russian ‘pseudo-elite’ and its identification in the global and national context]. *Mir Rossii*. 2011; 4 (In Russ.).
- [12] Aaker D. *Managing Brand Equity*. New York; 1991.
- [13] Balanquit R.T., Lianca P.C., Yambao J.Y. Measuring political dynasties in Metro Manila. *Philippine Review of Economics*. 2017; LIV (1).
- [14] Bennett W.L., Lagos T. Logo logic: The ups and downs of branded political communication. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2007; 611.
- [15] Clubok A.B., Wilensky N.M., Berghorn F.J. Family relationships, congressional recruitment, and political modernization. *Journal of Politics*. 1969; 31 (4).
- [16] Dal Bo E., Dal Bo N.P., Snyder J. Political dynasties. *Review of Economic Studies*. 2009; 76.
- [17] Farber B. *Kinship and Class: A Midwestern Study*. New York; 1971.
- [18] Felman S. *Jacques Lacan and the Adventure of Insight: Psychoanalysis in Contemporary Culture*. Cambridge; 1987.
- [19] Fiva J.H., Smith D.M. Political dynasties and the incumbency advantage in party-centered environments. *American Political Science Review*. 2018; 112 (3).
- [20] Folke O., Persson T., Rickne J. Dynastic political rents? Economic benefits to relatives of top politicians. *Economic Journal*. 2017; 127.
- [21] Geys B., Smith D.M. Political dynasties in democracies: Causes, consequences and remaining. *Economic Journal*. 2017; 127.
- [22] Global Intangible Finance Tracker. Report 2019. URL: [https://brandfinance.com/images/upload/gift\\_2.pdf](https://brandfinance.com/images/upload/gift_2.pdf).
- [23] Hennenberg S., Scammell M., Shaughnessy N.J. Political marketing management and theories of democracy. *Marketing Theory*. 2009; 9.
- [24] Hess S. *America’s Political Dynasties: From Adams to Kennedy*. New York; 1966.

- [25] Ishibashi M., Reed S.R. Second-generation diet members and democracy in Japan: Hereditary seats. *Asian Survey*. 1992; 32 (4).
- [26] Jalalzai F. *Shattered, Cracked, or Firmly Intact? Women and the Executive Glass Ceiling Worldwide*. New York; 2013.
- [27] Kearney R.N. The mentor in the commencement of a political career: The case of Subhas Chandra Bose and C.R. Das. *Journal of Political and Military Sociology*. 1984; 12.
- [28] Kellerman B. Mentoring in political life: The case of Willy Brand. *American Political Science Review*. 1978; 72.
- [29] Kincaid D.D. Over his dead body: A positive perspective on widows in the US Congress. *Western Political Quarterly*. 1978; 31 (1).
- [30] Kotler P., Keller R. *Marketing Management*. Pearson Education Limited; 2016.
- [31] Kotler P. Overview of political candidate marketing. *Advances in Consumer Research*. 1975; 2.
- [32] Kotler P., Levy S. Broadening the concept of marketing. *Journal of Marketing*. 1969; 33.
- [33] Kurtz II Donn M. The political family: A contemporary view. *Sociological Perspectives*. 1989; 32 (3).
- [34] Laband D.N., Lentz B.F. Favorite sons: Intergenerational wealth transfers among politicians. *Economic Inquiry*. 1985; 23.
- [35] Laband D.N., Lentz B.F. Like father, like son: Toward an economic theory of occupational following. *Southern Economic Journal*. 1983; 50 (2).
- [36] Labonne J., Parsa S., Querubin P. *Political Dynasties, Term Limits and Female Political Empowerment: Evidence from the Philippines*. New York; 2016.
- [37] Lahut J. There are two Ben Hansons running for seats in North Dakota’s Legislature, and they look nearly identical. 21.05.2020. URL: <https://www.businessinsider.com/north-dakota-state-rep-ben-hanson-candidates-share-name-and-looks-2020-5>.
- [38] Levinson D.J. *The Seasons of a Man’s Life*. New York; 1978.
- [39] Mendoza R.U., Beja E.L.Jr., Venidab V.S., Yapa D.B. Political dynasties and poverty: Measurement and evidence of linkages in the Philippines. *Oxford Development Studies*. 2016; 44 (2).
- [40] Mills C.W. *The Power Elite*. New York; 1959.
- [41] Moore S.W., Lace J., Wagner K.A. *The Child’s Political World: A Longitudinal Perspective*. New York; 1985.
- [42] Parker G.R. *Congress and the Rent-Seeking Society*. Ann Arbor; 1996.
- [43] Prewitt K. *The Recruitment of Political Leaders: A Study of Citizen Politicians*. Indianapolis; 1970.
- [44] Querubin P. Families and politics: Dynastic persistence in the Philippines. *Quarterly Journal of Political Science*. 2016; 11 (2).
- [45] Robertson-Snape F. Corruption, collusion and nepotism in Indonesia. *Third World Quarterly*. 1999; 20 (3).
- [46] Rossi M.A. Self-perpetuation of political power. *Economic Journal*. 2017; 127.
- [47] Scammell M. Political brands and consumer Citizens: The rebranding of Tony Blair source. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2007; 611.
- [48] Shlapentokh V., Woods J. Feudal America. *Personal Relations in American Politics and Business: A Feudal Phenomenon Elements of the Middle Ages in Contemporary Society*. Pennsylvania State University; 2011.
- [49] Van Coppenolle B. Political dynasties in the UK House of Commons: The null effect of narrow electoral selection. *Legislative Studies Quarterly*. 2017; 42 (3).
- [50] Zavattaro S.M. Brand Obama: The implications of a branded president. *Administrative Theory & Praxis*. 2010; 32 (1).

DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-4-801-820

## **Dynasties and brand names in the political sphere of the post-industrial society\***

**S.A. Barkov<sup>1</sup>, O.V. Dorokhina<sup>2</sup>, A.V. Markeeva<sup>1</sup>, A.A. Maximov<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Lomonosov Moscow State University  
*Leninskie Gory, 1–33, Moscow, 119234, Russia*

<sup>2</sup>Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration  
*Prosp. Vernadskogo, 82, Moscow, 119571, Russia*

(e-mail: barkserg@live.ru; odorokhina@yandex.ru; arsenii.maksimov@mail.ru;  
anna\_markeeva@mail.ru)

**Abstract.** During the formation of contemporary democracy, its ideologists strived to create a management mechanism that did not resemble monarchy at all, so that to emphasize the radical nature of social-political changes in the transition from pre-industrial to industrial society. The dynastic transfer of power in all its manifestations and at all levels of governance was denounced as outdated, ineffective, and violating the very foundations of the people's will. The article shows that, despite the initial criticism, dynasties are widespread in contemporary politics. The family is a part of politics and systems of public administration in a truly post-industrial form — as a brand, image, and symbol. The transition to the post-industrial society predetermines a change in the attitude to dynasties and their role not only in politics but also in systems of interaction with the population (electorate). Based on the analysis of other research and authors' data on political dynasties at different levels of government in 17 countries, the article proves the changing attitude to political dynasties even within democratic systems. Political dynasties increasingly often contribute to the creation and expansion of social networks, establishing sustainable political ties, ensuring gender presentation in government, etc. There are numerous manifestations of dynasties in countries with different levels of social-economic development (developed and developing) and different types of government (authoritarian and democratic) due to the application of marketing thinking and technologies in politics. Dynasties allow to effectively use the family potential to create and promote political brands, to ensure sustainable social choices of political candidates and parties, to facilitate political socialization of new generations and relative predictability of politicians' behavior, who would follow a 'family line' in making important decisions.

**Key words:** political dynasties; political brand; nepotism; political elite; post-industrial society; political power

---

\* © S.A. Barkov, O.V. Dorokhina, A.V. Markeeva, A.A. Maximov, 2020

*The article was submitted on 13.06.2020. The article was accepted on 30.08.2020.*