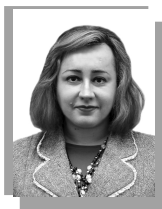


Соціальна освіта: наукові дослідження

УДК 364



*Шерман О. М.,
д. політ. н., доцент,
Львівський державний університет
безпеки життєдіяльності*

СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА ТА ІМІДЖ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Стаття присвячена аналізу ролі та значення соціальної політики політичного лідера в процесах формування його позитивного іміджу. Залучаючи історичний матеріал, автор доходить висновку, що значення соціальної політики у створенні позитивного іміджу політичного лідера розкривається не лише у формі вирішення ним соціальних проблем, а й у регулярному здійсненні певних символічних дій.

***Ключові слова:** імідж, політичний лідер, соціальна політика, архетип, історія.*

Стаття посвящена аналізу ролі и значения социальной политики политического лидера в процессах формирования его положительного имиджа. Привлекая исторический материал, автор приходит к заключению, что значение социальной политики в создании положительного имиджа политического лидера раскрывается не только

в форме решения ил социальных проблем, но и в регулярном осуществлении определенных символических действий.

Ключевые слова: *имидж, политический лидер, социальная политика, архетип, история.*

The article deals with analysis of role and value of political leader social politics in the processes of his positive image creation. Involving historical material, the author comes to the conclusion, that the value of social politics in creating of political leader positive image is revealed not only in the form of his social problems solving but also in regular realization of certain symbolic actions.

Keywords: *image, political leader, social politics, archetype, history.*

Постановка проблеми й аналіз останніх досліджень. Дослідження засад і методик формування іміджу політичного лідера належить до тих наукових питань, які не можуть поскаржитися на брак уваги науковців. Вивченню різноманітних аспектів іміджу присвятили свої дослідження такі закордонні та вітчизняні вчені, як Л. Браун, М. Спіллейн, Ж. Сегела, Дж. Наполітан, Д. Б'юкенен, П. Лазарсфелд, Г. Почепцов, В. Бебик, М. Головатий, В. Королько, Д. Видрін, Б. Кухта, М. Томенко та чимало інших. Систематичність звернення дослідників до цієї проблеми обумовлена насамперед її практичною значущістю: адже створення позитивного іміджу політичного лідера є запорукою успішного виконання їм своїх функцій. Водночас високий рівень дослідження проблеми не означає відсутності таких її аспектів, стан вивчення яких є явно недостатнім. До таких аспектів, на нашу думку, належить значення соціальної політики, яку проводить або декларує політичний лідер, для формування його іміджу.

Формулювання цілей статті. Відповідно, мета статті – проаналізувати, яку роль у створенні позитивного іміджу політичного лідера відігравала в діахронії та синхронії соціальна політика як діяльність, спрямована на поліпшення умов життя малозабезпечених верств населення, покращення здоров'я нації, надання соціальної підтримки тим, хто її потребує.

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, дослідження цього питання неможливе без звернення до структури іміджу як складного суспільно-психологічного феномену, і, зокрема, без урахування його ядра. Якщо трактувати імідж як один із складних стереотипів, то на внутрішньому рівні він складатиметься з ядра і варіацій, тобто

глибинної суті та зовнішніх її презентацій [детальніше див.: 1, с. 18]. Ядро іміджу політика містить певний архетип, який К. Юнг трактував як вроджені структури свідомості, властиві всім людям незалежно від статі, віку, етнічної приналежності, рівня культури тощо. Ці структури відображають найбільш загальні зв'язки та відносини оточуючого світу та найбільш суттєві риси його організації. За Юнгом, з архетипів, як з структурно-формуючих елементів несвідомого, походять архетипові образи (людей, тварин, природних сил), що домінують у мисленні та культурі [2, с. 109]. Це, насамперед, архетипи Творця та Деміурга (Божественного Будівника), Батька, Воїна, Мудреця (Чаклуна), Діви, Матері. Позитивний імідж політика може бути побудований і на поєднанні кількох архетипів (а кожний архетип може реалізуватися у кількох архетипових образах).

Відповідно, третьою складовою іміджу є ті вчинки політика, події, пов'язані з ним, рішення, які він обирає, які продиктовані логікою іміджу, закодовані в його ядрі й найбільше відповідають обраному образу. Так, архетип Воїна вимагає компоненту “боротьба” і відповідних подій, тоді як архетипи Батька/Матері, Будівника (Деміурга) та дещо меншою мірою Мудреця вимагатимуть компоненту “турбота” (про населення).

Зв'язок між демонстрацією турботи про населення та високою оцінкою політичного лідера спостерігається на найбільш ранніх етапах історії людства. Вже в творах Конфуція є думка про те, що гарний правитель повинен дбати про населення своєї держави так, як батько дбає про своїх дітей (хоча в реальному житті турбота про хворих, перестарілих і непрацездатних лягала на сім'ю та общину). У Давньому Єгипті фараони, яких вважали живими богами, “доводили” своє божественне походження ще й демонстративною щедрістю, роздаючи гроші, а також продукти харчування. Єгипетський цар Хархуф, який правив у другій половині III тис. до н. е., на стінах своєї гробниці залишив такі слова: “Я любимий батьком моїм, хвалимий матір'ю моєю, постійно улюблений всіма братами моїми. Я давав хліб голодному й одяг голому...”. Схожі слова можна виявити і на статуй єгипетського фараона Сенусерта III (1888–1850 рр. до н. е.) [3, с. 37].

Англійські соціологи Н. Меннінг та Я. Шау вважають, що соціальна політика зародилася після розпаду Римської імперії, тобто після 5 ст. н. е. Однією з причин цього стало поширення християнської системи етичних цінностей, а також роль церкви – не лише як соціального інституту, але й суб'єкта політики. Можна з упевненістю

стверджувати, що саме в добу середньовіччя цей компонент вперше став невід’ємною частиною іміджу політичного лідера. Як писав у своєму “Повчанні” Володимир Мономах: “А найголовніше – убогих не забувайте, а скільки можете по змозі годуйте і подайте [милостиню] сироті, і вдовицю оправдуйте самі, а не давайте сильним погубити людину” [4]. Соціальна політика фактично дорівнювала благодійності. Однак і тоді, як і тепер, між демонстрацією турботи про населення і реальними заходами, спрямованими на усунення соціальних проблем, існувала значна дистанція.

В основі образів (іміджів) середньовічних правителів лежали в переважній більшості два архетипи: Воїна і Батька. Якщо перший вимагав військових перемог і особистої мужності, то останній містив компоненти “турбота” й “опіка” – звісно, над населенням. В добу середньовіччя соціальна політика правителя реалізовувалася переважно у формі ритуальних дій, які свідчили про вірність його християнським заповідям і “батьківську” турботу про населення. Мова йде насамперед про ритуальну роздачу милостині і – в окремих випадках – демонстрацію ідеального (“королівського”) правосуддя. Справжніми центрами соціальної допомоги були не королівські палаци, а монастирі. Щодо боротьби з бідністю, то вона фактично не проводилася.

Однак серед середньовічних правителів були й такі, для яких соціальна допомога перетворилася на основний вид діяльності, ставши домінуючим аспектом іміджу. І тут ми можемо спостерігати цікаве явище – трансформацію іміджу з площини політичної у площину релігійну. Мова йде про Єлизавету Угорську та Ізабеллу Португальську – королев і святих католицької церкви, які все своє життя присвятили служінню вбогим і покинутим. Так, Єлизавета Угорська після смерті чоловіка в 1227 р. відійшла від двору і розпочала життя сестри милосердя, доглядаючи хворих. Ця королева повністю заробляла на життя працею своїх рук, жила в лікарні, яку сама ж побудувала. Неважко помітити, що в основі іміджів цих правительок лежить архетип Діви, точніше – Святої Діви, християнська інтерпретація якого ґрунтується на образі Діви Марії.

Після середньовіччя, в зв’язку із секуляризацією суспільства, харитативна діяльність політичного лідера поступово позбавляється релігійного забарвлення. Як наслідок – архетипи Діви і Жерця втрачають актуальність у ролі підґрунтя іміджів, поступаючись архетипові Батька (або Матері). При цьому реальна політика та ритуальні дії могли бути прямо протилежними. Досить пригадати соціальну політику

Тюдорів, тобто сумнозвісні “законои про бідних”, які насправді були законами проти бідних. Наприклад, у 1547 році був прийнятий черговий білл, що поставив бродяг-жебраків перед загрозою ще суворіших покарань, а саме, двох років каторжних робіт і тавруванням літерою “V” за перше порушення, і стратою за друге. Уряд Єлизавети I, яка називала себе “матір’ю Англії”, також схилився до жорстокості щодо волоцюг і жебраків. Прийнятий у 1572 р. акт наказував протикати порушникам вухо за перше порушення, а за друге – вішати.

Законои проти бідних були покладені в основу соціальної політики Англії й у наступні століття. Можна припустити, що політики, які її проводили, виступали не просто в ролі батьків, але суворих батьків, які нещадно карають “ледачих” дітей і захищають “працьовитих”.

Протестантська інтерпретація засад соціальної політики знайшла певне відображення в теорії і практиці класичного лібералізму, за яким держава та її лідери повинні були створити умови чесної конкуренції всіх громадян за “місце під сонцем”, пропонуючи тим з них, хто програв, шукати допомоги в приватній філантропії. Потрібні були соціальні й економічні катаклізми ХХ ст., щоб рішуче переглянути цю концепцію і визнати необхідність державного втручання в економіку. Прикметно, що засновником політики інтервенціоналізму, яка врятувала США у роки Великої депресії, став політичний лідер, образ якого в очах населення був невіддільним від його соціальної політики – Франклін Делано Рузвельт. У 1932 р., коли він прийшов до влади, допомоги з боку держави потребували не лише традиційно незахищені верстви населення, але й фермери, інтелігенція, молодь. Окрему увагу Рузвельт приділяв безробітним, перестарілим та інвалідам, оскільки окремі штати самотужки не могли розв’язати проблему соціального страхування. У 1935 р. конгрес приймає ряд рішень щодо забезпечення пенсій для літніх людей та інвалідів і страхування проти безробіття. Реальні заходи з усунення кризи супроводжувалися належним інформаційним забезпеченням – відомими радіовиступами президента. Певний парадокс долі полягає в тому, що людина, яка вперше піднесла питання соціального захисту населення на рівень першочергових державних завдань, сама – за інших обставин – могла б претендувати на соціальну допомогу як жертва невиліковного на той час поліомієліту.

Очевидно, що в основу іміджу Рузвельта були закладені архетипи Батька та Творця. Ті ж архетипи намагалися використовувати іміджмейкери Джона Кеннеді, який прагнув побудувати державу загального

добробуту, тобто державу, яка забезпечує своїм членам прийнятні для даного суспільства життєві стандарти. Політика Кеннеді передбачала реформи у багатьох суспільних сферах, зокрема, в освіті, охороні здоров'я, а також прагнула вирішити такі гострі проблеми, як безробіття, бездомність, расова дискримінація.

Класичним прикладом використання архетипу Батька при створенні позитивного іміджу політика є імідж тоталітарних лідерів ХХ ст. Нацистська та радянська пропаганди не шкодували зусиль, змальовуючи досягнення соціальної політики відповідних режимів – ліквідацію безробіття, створення мережі дитячих закладів, поширення пільгових путівок для робітників і т. д. Але, на відміну від демократичних держав, соціальна політика тоталітаризму здійснювалася в умовах соціальної й етнічної сегрегації, її блага поширювалися лише на ті групи населення, які пануюча ідеологія визнавала “правильними”. В реальності “батько” для одних груп населення перетворювався на ката для інших, але цю “темну сторону” режиму офіційні ЗМІ ніколи не поєднували з постаттю голови держави, вождя чи фюрера. За репресії, як правило, відповідали інші особи (наприклад, у СРСР 1936–1939 рр. – нарком внутрішніх справ М. Єжов).

У наш час позитивний імідж політика неодмінно містить, поряд із демонстрацією здатності вирішити проблеми (у теперішньому або у майбутньому) і впоратися з ворогами, демонстрацію турботи про населення (особливо про найбільш незахищені верстви), тобто поєднує архетипи Творця, Воїна і Батька. Оскільки провідна роль у формуванні іміджу належить ЗМІ, процес підсвідомого ототожнення реальної особи з певним архетипом відбувається через дотримання певних принципів подання інформації, завдяки яким це ототожнення присутнє імпліцитно. Таким чином, інформаційний сюжет, що є фактично пропагандою, може не сприйматись аудиторією як пропаганда (і не викликати відторгнення). Позитивні іміджі політичних лідерів формує навіть офіційна телевізійна хроніка, позбавлена емоційного забарвлення й оцінного компонента.

Наприклад, банальний новинний сюжет “президент відвідав дитячий будинок” [5; 6; 7] підтримує позитивний імідж політика насамперед через прямий месидж: президент дбає про тих, хто потребує соціальної допомоги; і через прихований: він виступає як символічний батько тих дітей, які не мають реальних батьків. При цьому, що характерно, ці сюжети практично однотипні: президент оглядає дитячий будинок та спілкується з персоналом і дітьми. Часом це спілкування супроводжується врученням подарунків, активізуючи у свідомості

аудиторії образ доброго батька, який ніколи не приходить до дітей з порожніми руками. Вручення подарунків також породжує асоціації зі святом. Відвідини дитячих будинків не супроводжуються промова-ми на теми соціальної політики: в даному випадку президент не повинен говорити щось політично значуще – достатньо його присутності та символічної дії.

Висновок. Таким чином, можна зробити висновок, що роль соціальної політики у створенні позитивного іміджу політичного лідера полягає не лише у плануванні та реалізації певних соціально значущих проектів, тобто реальній діяльності, але й у регулярному здійсненні певних символічних дій, в основу репрезентації яких у ЗМІ має бути закладений компонент “турбота”.

Література:

1. Шерман О. М. Політичний стереотип: місце у політичному процесі та технології формування засобами масової інформації : монографія / О. М. Шерман. – Львів : Сполом, 2008. – 228 с.
2. Юнг К. Г. Архетип и символ / Карл Густав Юнг ; пер. с англ. – М. : Ренессанс, 1991. – 304 с.
3. Хрестоматия по истории Древнего Востока : в 2 ч. / под ред. М. А. Коростовцева, И. С. Жацнельсона, В. И. Кузищина. Ч. 1. – М. : Высшая школа, 1980. – 328 с.
4. Повчання Володимира Мономаха (за Лаврентіївським списком) // Ізборник. Історія України IX–XVIII ст. Першоджерела та інтерпретації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/pvlyar/yar09.htm>. – Назва з екрана.
5. Соловійов В. Президент України Леонід Кучма відвідав Цюрупинський дитячий будинок-інтернат для дітей-інвалідів / Валерій Соловійов// Укрінформ. – 16.02.2002. – № 019358 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://photo.ukrinform.ua/ukr/current/photo.php?id=17144>. – Назва з екрана.
6. Президент відвідав дитячий будинок // Сайт для родителів о дітей. – 03.11.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua.ua.info/ukraine/news-3405-president-vidvidav-dityachiy-budinok>. – Назва з екрана.
7. Президент України відвідав Макарівський центр соціальної підтримки дітей і сімей “Промінь надії” // Київська обласна рада. Офіційний сайт. – 2013. – 31 травня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kor.gov.ua/node/6712>. – Назва з екрана.