

ИМИДЖ НАЦИОНАЛЬНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА КАК ОСНОВАНИЕ ДОВЕРИЯ К ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ

А. В. Столяров

*Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил
«Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского
и Ю. А. Гагарина» (Воронеж)*

Поступила в редакцию 6 сентября 2022 г.

Аннотация: автор ставил перед собой цель – провести анализ имиджа как символического капитала национального политического лидера и показать технологии конструирования имиджа для эффективной его деятельности в стране. По своей природе, имидж – это символический образ, формирующийся в результате сознательного конструирования с целью управления поведением индивидов и социальных групп. Имидж национального политического лидера является инструментом воздействия на общественное мнение, а через него и на хозяйственную, социальную и политическую деятельность. На основе функционирования имиджа национальный политический лидер успешно осуществляет свои властные полномочия. Основой символического капитала национального политического лидера является доверие населения. Символический капитал способен обеспечить кредит доверия и признание легитимной власти национального политического лидера на основе репутации, авторитета и престижа. Конструирование имиджа национального политического лидера производится средствами технологий манипуляции.

Ключевые слова: национальный политический лидер, имидж, доверие населения, символический капитал, манипуляция.

Abstract: the author set a goal: to analyze the image as a symbolic capital of a national political leader, and to show the technologies of image construction for his effective activity in the country. By its nature, an image is a symbolic image formed as a result of conscious construction, in order to control the behavior of individuals and social groups. The image of a national political leader is an instrument of influence on public opinion, and, through it, on economic, social and political activities. Based on the functioning of the image, the national political leader successfully exercises his authority, Trust forms the basis of the symbolic capital of the national political leader. Symbolic capital provides a credit of trust and recognition of the legitimate authority of the national political leader, based on reputation, authority and prestige. The image of the national political leader is being constructed.

Key words: national political leader, image, public trust, symbolic capital, manipulation.

В любом обществе значительную роль играет институт власти. В историческом процессе сформировалось многообразие способов властвования. Одним из важнейших способов властвования является институт национального политического лидерства. По нашему мнению,

национальным политическим лидером следует считать такую личность, которая, располагая политическими, социальными, символическими и человеческими ресурсами, занимает в той или стране высшую статусную позицию, позволяющую ей играть решающую роль в принятии стратегических решений, определяющих вектор дальнейшего общественного развития, и проводить их в жизнь. От эффективности деятельности национального политического лидера и его способности разрешать возникающие проблемы напрямую зависят состояние наличной ситуации и будущее страны. Необходимым ресурсом национального политического лидера для эффективного управления страной является доверие к нему населения. Эту мысль отчетливо сформулировал французский политолог П. Бурдьё: «Для того чтобы быть эффективным национальным политическим лидером, прежде всего, необходимо иметь в национальном политическом поле значимый вес, поскольку, в отличие от других полей социального пространства, в национальном политическом поле исход борьбы за завоевание в нем лидирующей позиции во многом зависит от способности личности завоевывать доверие тех, кто находится вне поля политики, то есть обычных граждан» [1, с. 190]. Отсюда следует, что политический вес национального политического лидера в значительной мере зависит от уровня доверия, которым он располагает у населения страны.

Доверие лежит в основе социального капитала национального политического лидера. Как утверждает социолог Дж. Коулмен, «социальный капитал представляет собой потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, который формируется в межличностных отношениях» [2, с. 24]. Социальный капитал позволяет национальному политическому лидеру мобилизовать дополнительные ресурсы в социальном взаимодействии. С точки зрения Дж. Коулмена, социальный капитал является результатом отношений, которые складываются у индивида в процессе взаимодействия в социальных сетях. Доверие также составляет основу символического капитала национального политического лидера. Символический капитал обеспечивает кредит доверия и признание легитимной власти национального политического лидера на основе репутации, авторитета и престижа. Наиболее яркой формой выражения символического капитала национального политического лидера является функционирующий в индивидуальном, групповом и общественном сознании его образ или имидж. Роль политических, социальных и человеческих ресурсов получила достаточно полное освещение в социогуманитарной литературе [3]. Однако роль символического капитала и фактора доверия, играющих значительную роль в возможностях и характере деятельности национального политического лидера, исследована недостаточно.

Цель статьи – провести анализ имиджа как символического капитала национального политического лидера и раскрыть роль фактора доверия для его эффективной деятельности в стране.

Прежде всего разберемся, что представляет собой феномен имиджа вообще и политического имиджа в частности. Следует отметить, что раз-

личные аспекты формирования и функционирования имиджа в общественных отношениях нашли отражение в работах специалистов различных областей социогуманитарного знания. В настоящее время на основе этих исследований сформировалась имиджелогия. Начало формирования имиджелогии положил американский философ К. Боулдинг, который в 1950-е гг. ввел в научный оборот понятие «имидж», обосновав полезность имиджа для успеха в политике и бизнесе [4]. К. Боулдинг трактовал имидж как стереотип, который основан не на реальных фактах, а на престиже, мнениях, иллюзиях, которые создаются конкретными личностями о самих себе для того, чтобы влиять как на социальное поведение не только отдельных личностей или групп, но и целых наций [3]. Идеи К. Боулдинга во второй половине XX в. получили развитие в работе американского философа Д. Бурстина «Имидж, или Что случилось с американской мечтой» [5]. В отечественной литературе проблема имиджа в различных аспектах начала исследоваться сравнительно недавно [6]. Исследователи отмечают, что имидж имеет символическую природу, формируясь в символической сфере на основе конструирования. Продвижение и закрепление в общественном сознании той или иной страны имиджа национального политического лидера по естественным и искусственным каналам коммуникации происходит на основе взаимодействия со специфической социокультурной средой страны, средствами [7]. На основании этого имидж национального политического лидера рассматривается как специально сконструированная символическая модель конкретной личности, которая создается для управленческого воздействия на население страны, содержащая в себе символы, мифы, стереотипы. В рамках такого подхода имидж следует трактовать как целенаправленно создаваемый образ, наделенный определенными социальными ценностями, способствующими более эмоциональному восприятию его носителя. Имидж национального политического лидера является инструментом влияния на общественное мнение, хозяйственную социальную и политическую деятельность. Функционирование имиджа национального политического лидера осуществляется через его формирование и продвижение средствами массовой коммуникации,

По нашему мнению, понятие «имидж» можно трактовать в широком и узком смыслах. В широком смысле – это функционирующий в общественном сознании образ естественных или специально сконструированных свойств того или иного объекта. В узком смысле под понятием «имидж» подразумевается сознательно сконструированный образ той или иной личности, который наделен специфическим ценностным содержанием, дающим возможность создавать необходимые его носителю впечатления и оценки. Технологии формирования политического имиджа появились в глубокой древности в связи с классовой дифференциацией общества и выделения института государственной власти. Это выделение потребовало разработки механизмов эффективного воздействия на общество. В качестве одного из механизмов было признано формирование многого образа политического лидера. Идея такого механизма была пред-

ложена Николо Макиавелли в XV в. В работе «Рассуждения о первой декаде Тита Ливия» он писал: «Пусть тем, кто видит его и слышит, он предстанет как само милосердие, верность, прямодушие, человечность и благочестие, особенно благочестие. Ибо люди большей частью судят по виду. Так как увидеть дано не всем, а потрогать руками немногим» [3]. Эту идею используют и в наши дни, в связи с тем что население страны не всегда имеет возможность личного контакта с политическими лидерами и вынуждено воспринимать их так, как они представляются в средствах массовой информации. В настоящее время в отечественной литературе понятие «имидж» чаще всего используется в политологии. Первое определение понятия «имидж» дается в «Политической энциклопедии» 1999 г.: «Имидж политический – образ (чаще всего политика), целенаправленно и активно формируемый с использованием всех возможных средств и призванный эмоционально и психологически воздействовать на определенных лиц с целью популяризации, политической рекламы и т. д.» [8]. «Новейший политологический словарь» 2010 г. предлагает следующее определение данного понятия: «имидж политический – образ политического лидера, который с помощью специальных средств и методов целенаправленно формируется в общественном мнении и сознании избирателей, оказывая существенное влияние на его авторитет и рейтинг. Тиражируется и распространяется средствами массовой информации» [9].

На основе изложенного можно сделать следующие выводы: во-первых, политический имидж чаще всего конструируется для решения конкретной задачи; во-вторых, при конструировании имиджа национального политического лидера в той или иной мере учитываются его реальные качества; в третьих, он должен соответствовать социальным ожиданиям населения страны. Совпадение имиджа с ожиданиями населения обеспечивает максимальную и длительную популярность его носителя. В то же время несоответствие реальности и желаемого у населения прямо влияет на будущее национального политического лидера. Исследователями установлен факт, что чем больше это несоответствие, тем сильнее проявляется стремление у населения иметь другого национального политического лидера. Отсюда следует, что имидж играет роль механизма установления согласия между социальными ожиданиями и личностью национального политического лидера. В политической практике социальные ожидания населения и соответствие им имиджа национального политического лидера регулируются на основе технологий манипуляции общественным сознанием. В социогуманитарной литературе манипуляция трактуется как одна из форм властных отношений, в которых субъект этих отношений латентно, через воздействие на сознание и подсознание, навязывает свою волю объекту манипуляции с целью направить его поведение в нужное для него русло. По словам Г. И. Колесниковой, «манипуляционное воздействие направлено на общественное сознание личности, которое перестраивает индивидуальное сознание, в результате чего личность попадает в жестко детерминированную

социальную среду, сохраняя при этом уверенность, что ее деятельность носит совершенно самостоятельный характер» [10]. Из этого следует, что манипуляцию можно трактовать как один из способов управления людьми на основе создания условий для контролирования их запросов и поведения. Технологии манипуляции воздействуют на психические структуры индивидов, осуществляются скрытно и ставят своей задачей изменение мнений, побуждений и целей индивидов в нужном субъектам манипуляции направлении. В отличие от открытой пропаганды тех или иных идеологем или стандартов поведения, манипуляция представляет собой скрытое воздействие на сознание и подсознание индивидуумов посредством визуальных образов, слов, жестов, внедрение в их сознание и подсознание идей и желаний, которые выгодны субъекту манипуляции, при этом объект манипуляции искренне убежден в том, что принятие этих идей и желания является его личным и осознанным выбором. В большинстве своем объект манипуляции даже не подозревает о том, что мысли в его голове и самые глубинные желания – это установки, которые запрограммированы кем-то извне. Отсюда следует, что манипуляция – это одна из форм властных отношений, в которых субъект этих отношений латентно, через воздействие на сознание и подсознание, навязывает свою волю объекту манипуляции с целью направить его поведение в нужное для него русло.

Необходимо подчеркнуть, что феномен доверия является основополагающей структурой социальности. Все сферы человеческих отношений пронизаны доверием. Исследователями этого социального феномена доказано, что чувство доверия формируется у индивида очень рано на основании опыта уже первого года жизни и превращается в установку, определяющую отношение человека к себе и к миру. Это позволяет утверждать, что доверие принадлежит к числу важнейших психических состояний человека, обусловленных опытом социализации личности. По мнению российских психологов Б. Г. Мещерякова и В. П. Зинченко, чувство глубокого доверия к себе, людям, миру, составляет краеугольный камень здоровой личности [11, с. 367]. Общество не может функционировать без высокого уровня доверия. В социологической литературе доверие часто характеризуется как возникающее в рамках определенного сообщества ожидание того, что его члены будут вести себя нормально и честно, проявляя готовность к взаимопомощи. В частности, американский социолог Т. Парсонс утверждал, что доверие является ожиданием взаимности в осуществлении каких-либо действий и воспроизводство социальных отношений возможно только тогда, когда взаимодействие между отдельными членами не требует предоставления гарантий как обязательного условия этого обмена [12, с. 82]. В свою очередь, американский социолог А. Селигмен также отмечал большую роль доверия в организации общественной жизни. По его словам, «власть, господство и насилие на какое-то время могут решить проблему социального порядка, организации разделения труда, но они не способны сами по себе обеспечить основу для поддержания этого порядка в долговременной

перспективе» [13, с. 7]. Эффективно решить эту проблему, с точки зрения А. Селигмена, можно только на основе доверия. По определению российских политологов В. Ф. Халипова и Е. В. Халиповой, доверие в политике – «это социально-психологическое чувство; одно из важнейших условий успеха политических партий и властей; состояние приверженности к действиям тех или иных политических сил, конкретных лиц, деятелей, властных структур, присущее как отдельным людям, так и социальным группам. Доверие рождается в среде граждан и несет на себе их надежды на улучшение жизни, веру в осуществление интересов, удовлетворение потребностей, желаний и т. д.» [14, с. 83]. Доверие является частью механизма легитимации властного авторитета, обеспечивая социальную базу поддержки властных институтов и проводимого ими политического и экономического курса. Доверие населения страны – важный ресурс для национального политического лидера, который дает ему возможность осуществить нужные обществу преобразования, поскольку только доверие к нему может объединить людей и вовлечь различные социальные группы в процесс перспективного взаимодействия.

Итак, мы ставили перед собой цель провести анализ имиджа как символического капитала национального политического лидера и показать технологии конструирования имиджа для эффективной его деятельности в стране. Было показано, что по своей природе, имидж – это символический образ, формирующийся в результате сознательного конструирования, с целью управления поведением индивидов и социальных групп. Имидж национального политического лидера является инструментом воздействия на общественное мнение, а через него на хозяйственную, социальную и политическую деятельность. На основе функционирования имиджа национальный политический лидер успешно осуществляет свои властные полномочия, доверие составляет основу символического капитала национального политического лидера. Символический капитал обеспечивает кредит доверия и признание легитимной властью национального политического лидера, на основе репутации, авторитета и престижа. Конструирование имиджа национального политического лидера производится средствами технологий манипуляции. Доверие граждан – это источник силы государственной власти и одновременно показатель ее эффективности. Власть, которая не пользуется поддержкой населения страны, недолговечна. Поэтому одной из наиболее важных задач, стоящих перед национальными политическими лидерами, является задача укрепления доверия населения. Доверие людей к власти – это основополагающий фактор, который дает возможность консолидировать политическую волю, кадры, ресурсы для решения проблем развития страны и экономики, повышения уровня жизни людей. Поэтому кредит доверия, которым располагает национальный политический лидер, – это бесценный ресурс, который он всегда стремится беречь и укреплять. При этом важно, чтобы доверие укреплялось не на основе манипуляций, а, в первую очередь, путем формирования прозрачной, морально ответственной политики, постоянного диалога государства и

общества, наличия обратной связи между властью и обществом, стремления власти создавать механизмы, в основе которых стремление общества контролировать власть.

Литература

1. Бурдье П. Социология социального пространства / П. Бурдье. – СПб., 2007. – 312 с.
2. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 23–27 с.
3. Макиавелли Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия / Н. Макиавелли. – Ростов н/Д., 1998. – 515 с.
4. Boulding K. E. The Image : Knowledge in Life and Society / K. E. Boulding. – N. Y., 1956. – 215 p.
5. Boorstin D. The Image of what Happened to the American Dream / D. Boorstin. – N. Y., 1961. – 290 p.
6. Калюжная Е. Г. Имидж : предыстория и культурологическое обоснование феномена / Е. Г. Калюжная // Известия Урал. гос. ун-та. – 2006. – № 47. – С. 45–52.
7. Безотосный И. А. Позитивный имидж России : конструирование и репрезентация символической социальной реальности : автореф. дис. ... канд. филос. наук / И. А. Безотосный. – Ростов н/Д., 2011.
8. Политическая энциклопедия : в 2 т. / под ред. Г. Ю. Семигина ; Нац. обществ.-науч. фонд. – М. : Мысль, 1999. – Т. 2. – 955 с.
9. Новейший политологический словарь / авт.-сост. Д. Е. Погорелый, В. Ю. Фесенко, К. В. Филиппов. – Ростов н/Д. : Феникс, 2010. – 318 с.
10. Колесникова Г. И. Социальный механизм манипуляции власти : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Г. И. Колесникова. – Ростов н/Д., 2009.
11. Мещеряков Б. Г. Большой психологический словарь / Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2003.
12. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. – М. : Аспект Пресс, 1998.
13. Селигмен А. Проблема доверия : пер. с англ. / А. Селигмен. – М. : Идея Пресс, 2002.
14. Халипов В. Ф. Власть. Политика. Государственная служба : словарь / В. Ф. Халипов, Е. В. Халипова. – М. : Луч, 1996.

Военный учебно-научный центр Военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина» (Воронеж)

Столяров А. В., курсовой офицер-преподаватель

E-mail: Stolyarovandrei@mail.ru

Military Training and Scientific Center of the Air Force «Air Force Academy named after Professor N. E. Zhukovsky and Yu. A. Gagarin» (Voronezh)

Stolyarov A. V., Course Officer-teacher
E-mail: Stolyarovandrei@mail.ru