

Шерман О. М., доктор політичних наук,
доцент, Львівський державний
університет безпеки життєдіяльності

Роль літератури як виду мистецтва в процесі створення іміджу політичного лідера

Розглянуто специфіку використання такого виду мистецтва, як література, в процесі створення іміджу політичного лідера, з урахуванням діахронічного аспекту питання. Доведено, що існує три варіанти використання літератури в процесі іміджетворення, вибір яких обумовлює, окрім особистісних якостей політичного лідера, пануючий культурний дискурс.

Ключові слова: імідж, література, мистецтво, іміджетворення, політичне лідерство.

Рассмотрена специфика использования такого вида искусства, как литература, в процессе создания имиджа политического лидера, с учетом диахронического аспекта вопроса. Доказано, что существует три варианта использования литературы в процессе имиджетворения, выбор которых обуславливает, кроме личностных качеств политического лидера, господствующий культурный дискурс.

Ключевые слова: имидж, литература, искусство, имиджетворения, политическое лидерство.

The specifics using this type of art, like literature, in the process of creating the image of the political leader, taking into account the diachronic aspect of the issue. It is proved that there are three ways of using literature in the process mediators, the choice of which determines, in addition to the personal qualities of a political leader, the dominant cultural discourse.

Keywords: image, literature, art, mediators, political leadership.

Постановка проблеми. Зміна парадигм сприйняття інформації, яку М. Маклюен охарактеризував як перехід від цивілізації слова до цивілізації образу, радикально вплинула на всі сторони суспільного життя, у тому числі й на феномен політичного лідерства. Віртуалізація та персоналізація політичних процесів та перетворення ЗМІ на активного політичного актора спричинили до зростання значення іміджу політика. Зв'язок між грамотно побудованим іміджем і успіхом у політиці стає очевидним не лише для політичних технологів, а й для широкого загалу. Усе вищезазначене перетворює імідж політичного лідера у його найрізноманітніших аспектах на актуальний об'єкт наукових досліджень, хоча витоки досліджень проблем іміджу політичного лідера сягають доби античності і пов'язані з іменами Платона і Аристотеля.

Ступінь дослідження проблеми. В українській політичній науці питання іміджу викликали значний науковий інтерес протягом останніх десятиліть. Якщо у першій половині 1990-х він виявлявся переважно у формі перекладу та введення в науковий обіг класичних праць західної іміджелогії, таких як Дж. Наполітан, М. Різ, Ж. Сегела, Г. Бехер, Е. Семпсон, Р. Фішер, Т. Шварц, Р. Верслін, Д. Герген, Д. Моріс та ін., то наприкінці 1990-х — протягом 2000-х рр. почали виходити вітчизняні праці, присвячені теоретичним і практичним аспектам формування іміджу. Зокрема, варто згадати таких науковців, як В. Королько, Г. Почепцов, М. Михальченко, В. Бибик, В. Полохало, А. Пойченко, І. Бекешкіна, Є. Головаха, Н. Паніна, Н.В. Лікарчук. В останнє десятиліття захищено цілий ряд дисертацій, присвячених різноманітним аспектам формування іміджу політичного лідера: маркетинговим засобам формування

іміджу політичного лідера, формуванню іміджу жінки - політичного лідера; особливостям формування та механізмам реалізації іміджу політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури; використанню комунікативних методів та інших методів в процесі створення політичного іміджу ЗМІ тощо [1-6]. Водночас широка розробка даної проблематики у вітчизняній політології не означає відсутності тем, повнота дослідження яких є недостатньою. До останніх, на нашу думку, належить аналіз ролі літератури в процесах створення іміджу політичного лідера. Відповідно, **мета статті** – дослідити шляхи та механізми використання художньої та документальної літератури в процесах політичного іміджетворення.

Виклад основного матеріалу. Говорячи про використання засобів мистецтва в процесі створення іміджу політичного лідера, ми матимемо на увазі насамперед мистецтво слова – літературу, хоча, безумовно, й інші види мистецтва відігравали й відіграють значну роль у процесах іміджетворення. Мистецтво слова в усній і писемній формі з початку існування держави слугувало цілям і завданням офіційної пропаганди, у тому числі створенню позитивного стереотипу влади. В цілому мистецтво слова (як і інші види мистецтва) може бути використане в процесі іміджетворення у наступних формах:

1) коли політик виступає як автор тексту (текстів), які спрямовані на створення позитивного іміджу;

2) коли політичний лідер виступає героєм документальних або художніх текстів, написаних іншими особами з метою створення його позитивного або негативного іміджу;

3) коли відбувається перетворення біографії реальної особи – політичного лідера – на текст.

Розглянемо ж специфіку кожного з трьох варіантів.

Особисте створення політичним лідером текстів належить до найдавніших засобів позитивного іміджетворення, причому тематика й стилістика цих текстів могла бути найрізноманітніша – від псалмів царя Давида до Бехистунського напису царя Дарія. Прикметно, що цей вид мистецтва, а відміну від інших, майже ніколи не розглядався як щось не відповідне статусу правителя. Так, римське суспільство вважало соромом акторські та співацькі екзерсиси імператора Нерона, але спокійно і навіть доброзичливо ставилося до «Історії Галльської війни» Гая Юлія Цезаря. У розвинених суспільствах здатність політичного лідера до написання текстів належного естетичного і інтелектуального рівня була свідченням його високої освіченості та розуму (згадаймо «Повчання дітям» Володимира Мономаха). До документальних текстів ставлення було більш позитивне, ніж до художніх, хоча у певний період (доба раннього Середньовіччя) схильність до поетичної творчості вважалася однією з чеснот справжнього лицаря, яким і мав бути тогочасний світський політичний лідер у західноєвропейському феодалному середовищі. Водночас протягом тривалого часу масовому поширенню таких текстів перешкоджала відсутність технічних засобів, а по винаходу Гуттенберга – масова неграмотність. Тому лише у 2-й пол. XIX – XX ст. створення політичними лідерами власноруч написаних (чи продиктованих текстів) перетворюється на конвеєр. Важко назвати відомого політичного діяча XX ст., який не залишив би по собі або мемуарів, як У. Черчілль, або автобіографічного твору, як А. Гітлер, або «філософсько-політичних трактатів», як Мао Цзе Дун. Часом ця літературоцентричність набувала відверто комічного характеру, як у випадку з Л. Брежнєвим, який на схилі літ захотів стати письменником і видав під своїм ім'ям написаний «літературними

неграми» опус «Мала Земля». Голова КДБ Ю. Андропов, який став спадкоємцем Брежнєва, писав вірші, але на відміну від нього не афішував своєї літературної продукції. Окремо слід розглядати випадки, коли «спочатку було слово», тобто коли у політику приходить професійний літератор, як це було з Вацлавом Гавелом.

Аналізуючи літературну продукції політичних лідерів, її можна умовно поділити на 2 великі групи: а) політизовану й б) аполітичну. До останньої належить переважно лірична поезія, до якої, до речі, в різні періоди життя охоче звертались авторитарні лідери від прусського короля Фрідріха II до Й. Сталіна та Б. Муссоліні (останній в молоді роки написав ще й роман «Коханка кардинала»), та драматургія (відомо, що Катерина II особисто та в співавторстві написала кілька п'єс дидактичного характеру, попри те, що так до кінця життя й не навчилася писати російською без помилок). Звісно, в процесах іміджетворення використовуються переважно політизовані твори, так само як і твори автобіографічного характеру.

Очевидною перевагою цього варіанта є відсутність обмежень (хіба що в плані зовнішньої вірогідності) та широкі можливості для самопіару; водночас очевидний суб'єктивізм таких текстів породжує відповідне ставлення до них, оскільки очевидно, що жодний політичний лідер не буде писати про себе ту правду, яка може суттєво зашкодити його позитивному іміджу.

Тому з тих же часів перших держав широко використовується другий варіант — створення текстів про політичного лідера, написаних іншими особами. У Стародавньому світі хвалебні пісні та оди мали на меті возвеличення правителя, як у прямій, так і в опосередкованій формі (у Стародавньому Римі). Опосередкована форма означала, що героєм твору, часто художнього, був міфологічний або вигаданий персонаж, але зображений таким чином, що у ньому легко було впізнати того чи іншого правителя. Особливого поширення ця форма набуває у XVIII столітті, коли придворні поети писали поеми про абсолютних монархів (напр., «Феліца» Державіна), але вже в наступну епоху вона занепадає й виходить з ужитку. Натомість з кінця XIX століття поступово стає популярним створення документальних творів про політичних лідерів, яке в наш час у вигляді науково-популярних біографій, написаних з претензією на об'єктивність, практично є обов'язковим (напр., про кожного президента США написано як мінімум кілька документальних книг). Щодо художніх творів, то поява у них реальних політичних діячів в якості персонажів чи головних героїв здебільшого відбувається вже після того, як вони йдуть з активного політичного життя (хоча є й чимало винятків). На те є різні причини, у тому числі й юридичного характеру. До речі, в добу абсолютних монархій закони багатьох імперій прямо забороняли зображувати живих представників правлячої династії у художніх творах. Щодо опосередкованого зображення політичних лідерів в літературі під іншим іменем, то воно й тоді, й у наш час є досить типовим явищем.

З іншої сторони, певні обмеження накладає й жанрова природа творів, в яких поява реального політичного лідера сьогодення чи минулого виглядатиме природно. Це переважно історичні романи (якщо говорити про минуле), а також гостросюжетні твори - політичні детективи та бойовики. Втім, ці жанрові обмеження не завадили одному білоруському автору написати фантастичний роман про загибель О. Лукашенка у 2041 році [7], а російській авторці — книгу «Я хочу заміж за Путіна» [8].

Як відомо, кожний літературний твір створює свою реальність, свій всесвіт, переконливість й достовірність якого залежать від таланту письменника. Так, образ

брато- й дітовбивці, потворного інтригана, який здатний на будь-який образ заради корони, створений У. Шекспіром у трагедії «Річард III», на століття закрив собой образ справжнього короля Річарда Плантагенета, який, як виявили нещодавні археологічні дослідження, не був потворним калікою, й нічим в моральному плані не відрізнявся від інших правителів того часу. Ще більш вражаючою є демонізація Влада Цепеша, правителя Валахії, яка була розпочата, щоправда, ще за його життя, але завершеної форми набула в романі Б. Стокера (детальніше див. [9]). Але художній твір можна розглядати й під іншим кутом зору — як довготривалий інформаційний продукт, який переживає свою епоху й несе в майбутнє закладений у нього ідеологічний компонент.

Найцікавішим, на нашу думку, й найменш частим є третій варіант, коли політичний лідер перетворює на текст своє життя, виступаючи творцем власного біографічного міфу. У Стародавньому світі найбільш яскравим прикладом може служити Олександр Македонський, який свідомо створював власну легенду починаючи від вигадки про те, буцімто його мати Олімпіада народила його не від свого чоловіка, македонського царя Філіпа, а від невідомого бога, який потрапив до неї у храм у вигляді велетенського змія. У XIX столітті найбільш довершений й живучий біографічний міф створив Дж. Байрон, якого — з огляду на його парламентські промови та діяльність на захист повсталі Гречії — теж можна зарахувати до політичних діячів. Байрон виступав й як творець автобіографічних поем, і як герой творів, написаних іншими, починаючи з сучасників, і як медійна й культурна постать, яка зробила найцікавішу й наймасштабнішу поему зі свого життя. В XX ст. не можна не згадати Че Гевару, який ще за життя — і особливо після загибелі — перетворився на культову постать масової культури. Цей варіант використовувала — хоча з меншим успіхом — й принцеса Діана.

Перетворення реального життя на текст — за усіх переваг — є надто витратним у всіх розуміннях й ризикованим шляхом, щоб стати масовим елементом іміджетворення. Окрім усього, воно вимагає ще й певного типу лідерства — харизматичного, й дотримання ряду умов медійного характеру.

Висновки. Таким чином, ми можемо сказати, що використання такого виду мистецтва, як література, в процесі створення іміджу політичного лідера, сягає корінням в добу Стародавнього світу, й з тих часів може реалізуватися у одному з трьох варіантів, вибір яких обумовлює, окрім особистісних якостей політичного лідера, пануючий культурний дискурс. Своїй популярності цей засіб іміджетворення завдячує тому, що, будучи одним із засобів соціалізації особистості, він функціонує в одному інформаційному та семіотичному просторі з ЗМІ. Творам мистецтва властива певна подвійність: як носії інформації, вони повинні у той чи інший спосіб відображати якщо не реалії даного соціуму, то його моральні та світоглядні настанови, бути пов'язаними із дійсністю, і водночас вони повинні створювати власний світ. Мистецтво створює свою картину світу; більш за те — свою модель всесвіту. Ще Аристотель визначив суть поезії як семантику можливого: якщо історія каже про те, що було, то поезія здатна говорити про те, що могло бути. Цю тезу розвинули теоретики класицизму: митець створює «можливий світ», схожий на справжній і водночас відмінний від нього. Реальний світ (світ, у якому перебуває читач) і умовний світ, створений мистецтвом, перебувають у складному і неоднозначному взаємозв'язку. Митець черпає матеріал для своєї творчості в оточуючій дійсності, трансформує його силою своєї уяви, після чого образи, створені митцем, проникають в глибину свідомості споживача твору і перетворюються на частину його

реальності, стають частиною його життя. Таким чином, у свій спосіб література завжди сприяла віртуалізації політичних процесів, створюючи свій унікальний простір. З урахуванням подальшої віртуалізації політичного процесу й переміщенням його до Всесвітньої Павутини можна припускати, що подальші новації будуть пов'язані з феноменом Інтернет-комунікацій та новітніх форм текстуальності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бабак М.П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації [Текст]: дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Бабак Марина Петрівна; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К., 2006. - 205 арк.
2. Денисюк С.Г. Імідж політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури: особливості формування та механізми реалізації [Текст]: дис... канд. політ. наук: 23.00.03 / Денисюк Світлана Георгіївна; Національний педагогічний ун-т ім. М.П.Драгоманова. - К., 2006. - 209 арк.
3. Дідух Г.Я. Формування іміджу жінки - політичного лідера [Текст]: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / Дідух Ганна Ярославівна; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. - К., 2010. - 20 с.
4. Корнієнко В.О. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації / Валерій Олександрович Корнієнко, Світлана Георгіївна Денисюк. - Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. - 144 с.
5. Холод О.М. Інструментарій засобів масової інформації у процесі формування іміджу політиків [Текст]: дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 / Холод Олександр Михайлович; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К., 2007. - 546 арк.
6. Яковлева Ю. О. Маркетингові засоби формування іміджу політичного лідера у трансформаційному суспільстві: політологічний аналіз [Текст]: дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Яковлева Юлія Олександрівна; Дніпропетровський національний ун-т. - Д., 2006. - 219 арк.
7. Дыбов А. Президент L/Антон Дыбов [Електронний ресурс]: //Самиздат. - Режим доступу: http://zhurnal.lib.ru/d/dybow_a_s/prezidentl.shtml.
8. Шеянова Н. Замуж за Путина/Наталья Шеянова. - М.: Facultet, 2012. - 150 с.
9. Шерман О.М. Історичні витоки та міфологічне підґрунтя демонізації політичного лідера/ О.М. Шерман// Українська національна ідея та перспективи розвитку. - Львів, 2007. - Вип.18. - С.173-178.

