

цінить свою незалежність, свою думку й не любить, коли його по-батьківськи опікають і навчають [10, с. 78].

Тобто імідж політичного лідера безпосередньо впливає на імідж політичної сили, яку він очолює. Саме лідер, в основному, створює імідж партії в очах виборців.

Бібліографічні посилання

1. **Почепцов Г.** Имидж-мейкер: Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов / Г. Почепцов. – К.: Рекламное агентство Губерникова, 1995. – 235 с.
2. **Почепцов Г.** Имидж: от фараона до президента/ Г. Почепцов. – К.: Адеф-Украина, 1997. – 328 с.
3. **Почепцов Г.** Имидж и выборы / Г. Почепцов. – К., 1997. – 91 с.
4. **Королько В. Г.** Основы паблик рилейшнз: учебник для студ. вузов / В. Г. Корольков; отв. ред. С. Удовик. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 528 с.
5. **Почепцов Г. Г.** Имиджеология: теория и практика / Г. Г. Почепцов. – К., Адеф, 1998.
6. **Баталов Э. Я.** Политическая культура современного американского общества / Э. Я. Баталов. – М.: Наука, 1990.
7. **Лісничий В. В.** Сучасний виборчий PR / В. В. Лісничий. – К., 2004.
8. Складові демократії / за ред. Д. Геттінга, В. Міхаелі. – К., 1993.
9. **Шкурат І.** Технологія побудови іміджу політичного лідера під час виборчої кампанії / І. Шкурат // Вісник Української Академії державного управління. – К., 2001.
10. Виборча кампанія. Зарубіжний та вітчизняний досвід. Матеріали проекту по виборчих технологіях Веймстерського фонду демократії (Великобританія). – Київ-Лондон, 1997.

Надійшла до редколегії 15.12.09

УДК 159.9

О. Ю. Висоцький

Національна металургійна академія України (м. Дніпропетровськ)

ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР ЯК СУБ'ЄКТ ЗДІЙСНЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЛЕГІТИМАЦІЇ ВЛАДИ

Присвячено розгляду однієї з найактуальніших тем сучасної політичної науки – ролі політичного лідера у здійсненні технологій легітимації влади. Автор аналізує особливості й детермінанти діяльності політичного лідера як суб'єкта керування легітимаційними процесами в суспільстві.

Ключові слова: легітимація владних технологій, політичний лідер, суб'єкт, комунікація, інтеракція, сенс.

Посвящено рассмотрению одной из актуальнейших тем современной политической науки – роли политического лидера в осуществлении технологий легитимации власти. Автор анализирует особенности и детерминанты деятельности политического лидера как субъекта управления легитимационными процессами в обществе.

Ключевые слова: легитимация властных технологий, политический лидер, субъект, коммуникация, интеракция, смысл.

© Висоцький О. Ю., 2010

Article is devoted to consideration of one of the most urgent themes of a modern political science – a role of the political leader in legitimization of power technologies realization. The author analyzes features and determinants of activity of the political leader as the subject of management in the legitimational processes in the society.

Keywords: legitimization of power technologies, political leader, subject, communication, interaction, sense.

Постановка проблеми. Легітимність політики та влади є результатом процесу взаємодії між суб'єктами суспільного визнання та суб'єктами здійснення технологій легітимації політичної влади. Діяльність суб'єктів суспільного визнання не є спонтанною та некерованою. Вона залежить від суб'єктів здійснення технологій легітимації, зусилля яких орієнтовані на управління легітимацією у власних інтересах. Суб'єкта здійснення технологій легітимації влади можна визначити через активне, ініціююче, керуюче та контролююче відношення щодо процесу легітимації. Іншими словами, суб'єкт здійснення технологій легітимації – це той, хто управляє легітимацією за допомогою набору, певної послідовності процедур, спрямованих на отримання визнання від об'єктів технологічно-легітимаційного впливу, з метою забезпеченням легітимності влади та політики. Активність та вплив суб'єкта здійснення технологій легітимації завжди спрямовується на її об'єкти – суб'єктів легітимації, носіїв ресурсів підтримки реалізації влади, прийняття політичних рішень та забезпечення їхнього виконання. Одним із суб'єктів здійснення технологій легітимації є політичний лідер. І не лише тому, що лідерство залежить від легітимності, а, отже, здатності лідера до здійснення технологій легітимації влади, але й тому, що вся політична реальність у різноманітних своїх проявах та формах залежить від майстерності лідерів управляти процесами її легітимації. З огляду на це, важливим та актуальним питанням політичної науки є те, як саме та завдяки чому політичний лідер може виступати суб'єктом здійснення технологій легітимації влади. Ця проблема досліджувала ціла плеяда вчених у різноманітних аспектах та вимірах, серед яких слід назвати Ж. Блонделя [3], А. Д. Пахарєва [10], Ф. М. Рудича [11] та В. Ф. Солдатенка [13]. Усі названі автори в тій чи іншій мірі торкалися легітимаційної проблематики в контексті вивчення лідерства, але спеціально не розглядали питання управління легітимацією з боку політичного лідера.

Мета статті – з'ясувати роль політичного лідера у здійсненні управління легітимаційними процесами, виявити особливості та детермінанти його діяльності як суб'єкта здійснення технологій легітимації влади.

Викладення основного матеріалу. Політичний лідер здатен концентрувати на собі визнання соціальних суб'єктів та конвертувати його як у вигляді реалізації своїх прав на владарювання та прийняття політичних рішень, так й у формі наділення легітимністю політичних організацій, інститутів, режимів, порядків, окремих осіб через вплив на громадську думку, мобілізацію та упорядкування легітимаційних потоків. Виходячи з цього, політичний лідер є одним із важливіших суб'єктів управління легітимаційними процесами в рамках суспільно-політичної взаємодії.

Політичний лідер виступає ініціатором смислової взаємодії, суб'єктом наділення новим смыслом суспільно-політичної реальності у просторовому та часовому вимірах. Несвідомі бажання, суб'єктивні почуття, очікування, прагнення своїх прихильників, «відомих», «пастви», політичний лідер об'єктивує в конкретиці своїх особистісних якостей, постановці проблем, пропозиції механізмів їх вирішення, постулюванні ідеалів, прагматичі своєї діяльності як реалізації висунутої політичної програми. У суспільній свідомості політичний лідер, очевидно, має походити чи наближатись за своїми проявами до великих людей, про яких Г. Гегель писав: «...саме великі люди і були тими, які краще за все розуміли сутність справи і від яких потім всі засвоювали собі це їх розуміння і схвалювали його чи принаймні примирялись з ним. Адже дух, що далі просунувся в своєму розвитку, є внутрішньою, але несвідомою душею всіх індивідуумів, яка стає у них свідомою завдяки великим людям» [6, с. 30]. Отже, як бачимо, Г. Гегель звертає увагу на таку рису політичного лідера, як здатність до нової інтерпретації реальності, яка стає легітимною внаслідок схильності соціальних суб'єктів до її прийняття за адекватну. Сама здатність до нав'язування нової легітимної інтерпретації реальності забезпечує і самому лідеру легітимне місце та роль в уявленнях та очікуваннях тих, хто її визнає за істинну. Таким чином, образ, імідж політичного лідера стає ефективною технологією легітимації політичної влади, за допомогою якої носій іміджу досягає результатів у досягненні та зміцненні влади при мінімумі витрат матеріальних ресурсів. Зрозуміло, що політичний імідж має концентрувати в собі в активній формі стереотипні потреби, надії та бажання суб'єктів визнання, зкорельовані з динамікою появи та подолання загроз та викликів суспільно-політичного розвитку, що політичному лідеру належить особлива роль інтегрування соціальних груп чи суспільства в цілому на основі об'єднання індивідуальних смислових реальностей в єдиний смисловий універсум, уявлення про який не лише мотивують активність соціальних суб'єктів, що у різний спосіб готові підтримувати свого лідера, а й створюють контекст для легітимації політичного лідера через сприйняття його як творця бажаного майбутнього. Як вірно стверджує Ж. Блондель, слід «розглядати лідерство як один з ключових інструментів, за допомогою яких суспільство може бути поступово трансформовано» [3, с. 132]. У зв'язку з цим необхідною вимогою до політичного лідера, як суб'єкта здійснення технологій легітимації, виступає висунення такої інтерпретації реальності, яка б проблематизувала легітимність існуючого стану справ (насамперед, щодо задоволення соціальних та політичних прав тих чи інших груп у суспільстві) та стверджувала суспільно-політичні ідеали як орієнтири належного майбутнього. Якщо немає напруження, якщо немає, що долати та куди вести, – немає і лідера, масштабність якого визначається через те, куди та кого він веде. Для того щоб вести, здійснювати керівництво соціальною групою чи суспільством, лідер повинен мати легітимність у сприйнятті тих, ким він прагне керувати. Інакше кажучи, атрибутивною особливістю лідера загалом і політичного лідера зокрема є легітимність, що є результатом визнання його права на керівництво соціальними та політичними процесами з боку соціальних суб'єктів.

Важливим питанням у дослідженні політичного лідерства є те, як саме політичний лідер набуває власну легітимність, наскільки може управляти цим процесом, тобто здійснювати легітимаційний вплив. Значну увагу легітимності, як атрибуту політичного лідерства, приділяє М. Вебер. Легітимність у нього означає внутрішньо виправдане з боку соціальних суб'єктів визнання, в тому числі осіб, що претендують на панування, на право здійснення влади, на керівництво соціальним чи політичним утворенням, тобто політичних лідерів. Не можна погодитись з французьким вченим С. Московічі, який, інтерпретуючи М. Вебера, зазначає: «Внутрішня віра, що доповнює у різних пропорціях зовнішнє насильство, – ось формула легітимності» [8, с. 283]. У веберівській концепції, легітимність – це значущість владних відносин у суб'єктивних уявленнях соціальних суб'єктів, що не залежить від їх матеріальних інтересів, цінностей, надій та страхів, пов'язана з їх «почуттям обов'язку» та визначається: або вірою у «законність» ('legality') нормативних правил і права на їх основі отримувати та здійснювати владу (раціонально-легальна легітимність); або вірою у святість незапам'ятних традицій, що визначають статус володаря (традиційна легітимність); або повною особистісною відданістю та довірою на основі віри у винятковий особистий дар, харизму політичного лідера (харизматична легітимність) [16, р. 327–328]. Причому, за німецьким вченим, підпорядкування владі політичного керівника може здійснюватись на основі опортуністичних міркувань, матеріального особистого інтересу, індивідуальної слабкості та безпорадності, а також з огляду на відсутність прийнятної альтернативи, але все це, навіть взяте разом, не складає достатньо надійної основи владних відносин, на відміну від легітимності [16, р. 325–327]. Іншими словами, відповідно до М. Вебера, політичний лідер, щоб отримати легітимність як суб'єкт владарювання, має успішно претендувати на значущість в уявленнях своїх наявних та потенційних послідовників, виходячи з їх орієнтацій на раціонально-легальний, традиційний та харизматичний тип легітимності влади. Зауважимо тут, що М. Вебер класифікує типи влади за типами легітимності, оскільки, на його думку, саме тип легітимності визначає і вид підпорядкування, і структуру адміністрації, і порядок відправлення влади [16, р. 325].

За нашу думку, легітимність у М. Вебера виступає особливою якістю влади та її носіїв в уявленнях соціальних суб'єктів бути позитивною, корисною для суспільства силою світовлаштування, прагненням оформити життя соціального колективу для загального блага. Сучасний російський дослідник П. Сапронов вірно зазначає: «Завжди та в будь-якій культурі влада так чи інакше приймалась як позитивний початок. За владою завжди стояла деяка буттєва ствердність... Завжди ті, хто владарював, були у центрі історичних подій як їх головні учасники та персоніфікації. Вони персоніфікували собою і події, і втілювані ними смисли. Фігури володарів не просто виражали собою пануючий початок і співвідносились з фігурами підвладних. У певному аспекті на них замикались і від них виходили всі смисли. ...Влада та підвладність перш за все приймались, у них бачили влаштувальний початок і лише потім піддавали сумніву те чи інше в діях...» [12, с. 14, 16–18]. Веберівські чисті типи легітимності влади, по суті, являють собою орієнтації підвладних на різні

світовлаштувальні проекти, в основі яких лежать відмінні способи упорядкування суспільно-політичної реальності – раціональна законність, традиція та революційно-перетворююча діяльність лідера, наділеного харизмою, божественним даром – покликанням керувати людьми заради здійснення суспільного ідеалу. Отже, виходячи з міркувань німецького вченого, влада та політична діяльність лідера набувають легітимності настільки, наскільки вони узгоджуються з уявленнями суб'єктів легітимації про найкращий спосіб влаштування порядку суспільно-політичних відносин. Так, згідно з М. Вебером, у традиціоналістські періоди історії, «харизма є найбільшою революційною силою», тоді як у передраціоналістській (prerationalistic) – традиція та харизма майже повністю вичерпують свій потенціал орієнтувати соціальні дії [16, р. 363]. Фактично, виходячи з веберівської концепції легітимності, управляти легітимаційними процесами політичний лідер здатен настільки, наскільки може успішно функціонувати як керівник соціальної групи чи суспільства, додержуючись правових норм, процедур, підтверджуючи ділову компетенцію (раціонально-легальний тип), поважаючи вдачі та звичаї, виконуючи ритуали (традиційний тип), демонструючи чудеса як знаки покликання, виправдовуючи справами й успіхом довіру та відданість послідовників (харизматичний тип) [16, р.359].

М. Вебер виділяє низку переваг, які відрізняють владу політичного лідера від колегіальної. До них він відносить посилення ефективності контролю, швидкість рішень, послідовність політики, чітку відповідальність особи та підтримання дисципліни [16, р. 402]. Як на наш погляд, саме здатність до контролю в усіх його формах (від м'якого до тотального) та сферах застосування (час, простір, події, ситуації, інформаційно-комунікативні потоки, когнітивно-аксіологічне сприйняття соціальної та політичної реальності в суспільній свідомості, власні дії та їх контексти, крім того, почуття, емоції, бажання, настанови та поведінка інших, а також увесь спектр соціальних і політичних відносин та їх наслідки) і детермінує можливості політичного лідера управляти легітимаційними процесами. Досвід слабкості, незахищеності, розгубленості індивідів перед викликами світу, невизначеності перспектив власної долі, нездатність до оцінки ситуацій та подій в руслі гарантованої реалізації власних інтересів, страх перед майбутнім як загрозами безпеці, статусу, свободі, честі та гідності особистості породжує потребу в лідері, який може контролювати реальність в інтересах своїх прибічників, наповнювати смислом поточне суспільно-політичне життя, забезпечувати впевненість у майбутніх зверненнях та перемогах. Міра легітимності політичного лідера багато в чому обумовлена невизначеністю та нестабільністю суспільно-політичної ситуації в тих чи інших сферах та демонстрацією ним готовності й здатності встановити контроль над її розгортанням, щоб подолати негативні тенденції, та упорядкувати її відповідно до інтересів своїх прихильників. У цьому розумінні справедливими є слова українського вченого Ф. Рудича: «Суть лідерства – здатність запропонувати перспективний курс розвитку країни, спрямований на забезпечення національних інтересів і добробуту народу» [11, с. 44].

Здатність політичного лідера контролювати політичну ситуацію та реакцію на неї суспільства дає можливість йому управляти легітимацийною взаємодією між ним та його дійсними і потенційними прибічниками. Легітимність політичного лідера вимірюється реальною можливістю мобілізувати довіру та підтримку до себе в більш-менш кризові періоди політичного життя чи боротьби з політичними опонентами та розповсюдити її на інститути (партію, державу і т.п.) чи процеси (реформування системи соціального захисту населення, націоналізація підприємств, відсторонення політичних противників від керівних позицій і т.п.), з якими пов'язується його ім'я. Тут важливо підкреслити, що широкі можливості контролювати думки та реакції значної частини суспільства та, відповідно, здобувати у такий спосіб легітимність, політичний лідер має лише завдяки команді однодумців, які допомагають йому зайняти керівні позиції в партії, блоці чи у вищих державних органах та домовляються зі ЗМІ, іміджмейкерами, PR-агентствами, технологами виборчих кампаній. Утворення такої команди, яка б працювала з ентузіазмом, ефективністю та більш-менш високою довірою до лідера, вимагає від нього здібностей виробити таке бачення суспільно-політичного світу та його майбутнього, яке б максимально мотивувало прихильність якомога найбільшого числа громадян та мобілізувало достатню кількість відданих послідовників, що здатні забезпечувати здійснення стратегії лідера. Таке легітимне бачення світу, з погляду П. Бурдьє, може бути нав'язане «лише професіоналами, що вміють маніпулювати одночасно ідеями і групами, виробляти ідеї, спроможні створювати групи, маніпулюючи цими ідеями так, щоб забезпечити прихильність групи (за допомогою, наприклад, мітингової риторики чи володіння усією сукупністю техніки виступів, викладу, маніпулювання зібранням, що дозволяє «просунути» «постанову», не говорячи вже про володіння процедурами і способами, які, як, наприклад, гра з кількістю мандатів, безпосередньо контролюють саме створення групи)» [4, с. 194]. Отже, однією з головних та універсальних технологій легітимациї влади політичного лідера є ідея (або комплекс ідей), яка дозволяє потреби, інтереси широких суспільних груп зв'язати з можливістю втілення у майбутньому та забезпечити сприятливі умови втілення ідеї лідера, неможливі для професіоналізму. Політичний лідер є професіоналом політичної гри, що в тій чи іншій мірі може контролювати політичний ринок, на відміну від тих, хто є недостатньо компетентним в світі політики та не в повній мірі володіє інструментами політичної боротьби, внаслідок чого вимушений беззастережно делегувати права своїм представникам, тобто політичним лідерам [4, с. 185]. У цьому значенні, політичне лідерство є, з одного боку, інструментом різних соціальних та політичних груп для просування своїх інтересів, а з іншого – способом залучення широких соціальних кіл до політичної участі й одночасно засобом контролю над громадською думкою та поведінкою. «Виробництво політично дієвих і легітимних форм сприйняття і вираження є монополією професіоналів» [4, с. 184], – зазначає П. Бурдьє. «У політиці, як і в мистецтві, експропріація прав більшості співвідноситься і навіть є наслідком концентрації власне політичних засобів виробництва в руках професіоналів, які можуть

розраховувати на успіх у власне політичній грі лише за умови, що мають специфічну компетентність» [4, с. 187].

Для здійснення свого управління легітимацийною взаємодією політичний лідер вдається до різних форм та способів контролю. Однією з таких форм є контроль уваги суспільства. Люди мають природну схильність помічати, швидше, незвичне та неочікуване, ніж звичне та очікуване, чим і користуються політичні лідери, демонструючи нестандартну поведінку, висловлюючи оригінальні ідеї та метафори, що описують ситуації з незвичного боку. Для харизматичного лідера, як відомо з творів М. Вебера, засобами притягнення та утримання уваги слугували різноманітні чудеса, героїчні вчинки, маніакальний чи войовничий запал, пророцтва або демагогічні здібності [5, с. 646; 16, р. 359]. Суттю цієї технології легітимациї влади політичного лідера є розрив шаблону, тобто звичок, стереотипів, стандартів сприйняття, мислення та поведінки, що, так би мовити, мимоволі посилює значущість вчинку, події, особи, – усього, що не входить у звичні рамки повсякденного досвіду суб'єкта визнання влади.

Іншою формою контролю з боку лідера є запуск та роздування тем, у рамках яких діяльність та особистість лідера набувають найбільшої легітимності, та придушення тих тем, які знижують чи погрожують легітимності лідера. Це досягається тісною співпрацею лідера з пресою, чіткими, своєчасними, емоційними заявами, можливо, з пафосом захисту громадян від сваволі бюрократії, беззаконня, порушення прав і свобод громадян. У цьому випадку лідер застосовує контекстуалізацію чи фреймізацію, використовуючи її як технологію легітимациї влади. Завжди існують контексти – суспільні проблеми чи бажання суб'єктів визнання – в рамках (фреймах) яких ті чи інші вчинки, наміри, програмні кроки лідера можуть оцінюватись як найбільш значущі. Однією з форм контролю з боку лідера є демонстрація моральної переваги над іншими. Це зовсім не означає, що політичний лідер вдається до моралізаторства, намагається звинуватити своїх опонентів з позицій тієї чи іншої моралі. Навпаки, демонстрація моральної переваги полягає в тому, що політичний лідер залишає іншим судити про моральний статус вчинків та осіб, а сам намагається взяти на себе відповідальність за інших. Як зазначає З. Бауман, «визнання потреб ближнього й відповідальність за їхнє задоволення» є «наріжним каменем моралі, а прийняття на себе цієї відповідальності – моментом народження моральної особистості» [2, с. 90]. Саме взяття політичним лідером відповідальності за інших є основою виконання ним функції солідаризації суспільства та одночасно чинником посилення контролю з його боку над тими, хто не хоче або не може нести таку відповідальність.

Однією з форм контролю над соціальною ситуацією з боку лідера, особливо в кризові періоди, на думку американських дослідників К. Е. Беделл-Аверс, С. Т. Хантера та М. Д. Мамфорда, є вироблення смислу ситуації, тобто роз'яснення ситуації послідовникам з точки зору причин її виникнення, бажаних цілей та шляхів їх досягнення [15, р. 90]. Ці автори аналізують три типи лідерів – харизматичний, ідеологічний та прагматичний, які по-різному підходять до контролю над ситуацією за допомогою вироблення її смислу. Харизматичний лідер виробляє модель ситуації, виходячи з цілісного бачення

майбутнього та цілей, які мають бути досягнуті за допомогою мобілізації підтримки мас. Використовуючи владу, він прагне контролювати дії послідовників, а не їх розуміння ситуації. Ідеологічні лідери виробляють модель ситуації, виходячи з прорахунків та причин, які її викликали. Вони намагаються усунути негативні чинники, що впливають на ситуацію, покладаючись на найближчих відданих послідовників. Прагматичні лідери прагнуть знайти прикладні рішення проблем, уникаючи побудови широкої моделі ситуації та апелюючи до еліт. У результаті, харизматичні лідери ефективно діють в упорядкованому середовищі, ідеологічні – в хаотичному, прагматичні – в локалізованому та сталому [15, р. 90–91].

Однією з найбільш оптимальних форм контролю політичного лідера, з огляду на вирішення завдань легітимації влади, є різноманітні комунікативні практики лідера. За допомогою налагодження зацікавленої комунікативної взаємодії зі своїми послідовниками та навіть противниками політичний лідер може ставати гарантом успіху у переговорах, найкращим виразником сутності інтересів та специфіки прихованих бажань значної частини суспільства, одним з провідних авторів легітимної інтерпретації поточної політичної ситуації, творцем суспільного консенсусу та стримуючою чи залагоджуючою силою щодо конфліктів. До комунікативних здібностей політичного лідера П. Бурд'є відносить «володіння певною мовою і певною політичною риторикою, риторикою *трибуна*, необхідною у відносинах з непосвяченими», чи риторикою полеміста, «необхідною у відносинах з професіоналами» [4, с. 188]. Тут варто відзначити, що адекватні (доступні та прийнятні) комунікативні репрезентації політичним лідером інтересів та бажань суб'єктів визнання у зв'язку з оптимальним та стратегічним баченням поточної суспільно-політичної ситуації виступають своєрідною технологією легітимації, яка базується на вмілому поєднанні гіпербол, метафор, евфемізмів, пафосу та значущих для суб'єктів визнання лексичних одиниць, що відображають їхню ціннісно-смыслову інтерпретацію світу. Цю технологію легітимації можна визначити як комунікативне підстроювання з подальшим веденням.

Важливою формою контролю, видом комунікації та технологією легітимації влади є формування та управління іміджем. Дієвість іміджу, як засобу контролю (над увагою, сприйняттям, пам'яттю, реакціями соціальних суб'єктів) та управління легітимацією, пояснюється тим, що він є одиницею й видом комунікації та одночасно не завжди сприймається як комунікація. Точніше кажучи, імідж є повідомленням, яке спрямоване не стільки на раціональне розуміння, скільки на емоційно-чуттєве, реактивно-спонтанне сприйняття. На відміну від чистих вербальних раціонально аргументованих повідомлень, імідж вимагає особистісного сприйняття, навіть вживання в життєвий контекст його носія. Імідж політичного лідера є продовженням та навіть стимулюванням архетипичних бажань людини в батьку-покровителі, герої-переможці, бунтарі-спасителі та мудреці-улаштовувачі, образи яких символізують, відповідно, безпеку, патріотизм, свободу та справедливий порядок. Як відмічає російський вчений Д. Ольшанський, «достоїнства лідерів дедалі більше визначаються не їх реальними досягненнями (зміна життя,

ухвалення нових законів, реалізація своїх програм і т. д.), а тим враженням, яке вони справляють на виборців. Імідж став важливіше біографії» [9, с. 10]. З цим не зовсім можна погодитись, тому що реальні досягнення політичних лідерів є своєрідним алібі їх іміджів, умовою сприйняття іміджів як адекватних уявлень про їх носіїв. Інша річ, що свої позитивні якості лідери можуть усіляко демонструвати та випинати, пов'язуючи свої зусилля в теперішньому з великими досягненнями у майбутньому та замовчуючи свої прорахунки та помилки, завдяки чому відбувається контрольоване перекручування сприйняття реципієнтів політичного світу в сприятливому для посилення легітимності того чи іншого лідера дусі.

Як технологія легітимації політичної влади формування та управління іміджем лідера передбачає виконання за його допомогою трьох основних завдань. По-перше, переконати у достатній силі та владних можливостях лідера здійснити свій політичний проект. По-друге, емоційно захопити та викликати довіру до лідера. По-третє, солідаризувати з лідером як «своєю людиною», що найкраще розуміє проблеми та інтереси своїх послідовників. Шляхи вирішення цих завдань можуть бути найрізноманітнішими. Але вони мають враховувати специфіку суспільно-політичної ситуації та стереотипи, очікування та ціннісні ієрархії реципієнтів іміджу. Тут можна навести слова одного з українських політичних лідерів В. М. Литвина, який в інтерв'ю телеканалу «Інтер» покаюся в своїх прорахунках під час парламентських виборів 2006 року. Він заявив: «Ми прорахувались у тактиці, в тих гаслах, які ми висували. Цілком очевидно, що люди не хотіли чути слів про примирення, порозуміння. Великі розчарування, в тих надіях, які покладались у 2004 році, призвели до того, що вони хотіли почути, хто винен, хто ворог і як цього ворога буде покарано» («Подробиці», Інтер, 2007, 26 серпня). Як бачимо, В. М. Литвин підкреслює невідповідність своїх дій вимогам ситуації як причину програшу на парламентських виборах 2006 року, щоб повірили в лідера, в його можливості здійснити необхідні зміни, він має демонструвати войовничий чи навіть маніякальний запал у прагненні до цілі, та/або послідовно та результативно застосовувати технології, спрямовані на втілення у життя проголошуваних ідей.

Політичний лідер здатен наділяти набутою легітимністю ті політичні інститути та процеси, з якими він асоціюється у масовій свідомості. Загалом для масової свідомості властива, як помічає російський вчений Г. Г. Ділігенський, персоніфікація різноманітних об'єктів та процесів політичного світу, ототожнення їх з образом того чи іншого політичного лідера [7, с. 21–22]. Г. Г. Ділігенський підкреслює «схильність масової свідомості до *образно-емпіричного* типу пізнавальної активності», коли «безпосередньо сприймані образи є «будівельним матеріалом» картини суспільної дійсності, що конструюється нею. Політичний лідер, який перебуває в наші дні завдяки телебаченню у сфері сенсорного сприйняття своїх співгромадян, володіє якостями «образності» й «емпіричності» у набагато більшій мірі, ніж політичні інститути й течії...» [7, с. 37]. Отже, завдяки вдало сформованому та ефективно функціонуючому іміджу політичний лідер здатен наділяти легітимністю ті об'єкти та процеси політичного світу, з якими він ототожнюється в масовій

свідомості як їх керівник. Наприклад, привабливий імідж політичного лідера може наділяти легітимністю партію чи державний орган, який він очолює. І навпаки, негативація іміджу політичного лідера може потягти за собою занепад партії, кризу ідеологічної течії в окремій країні та навіть кризу державної влади. Так, негативація іміджу голови адміністрації Президента України та голови Соціал-демократичної партії України (об'єднаної) у 2004 році призвела до занепаду не лише партії, а й істотного зниження популярності соціал-демократичної ідеології серед українських громадян. Інші приклади: негативація іміджу російського царя Миколи II у 1917 році призвела до Лютневої революції в Росії, падіння монархії та проголошення республіки; втрата привабливості іміджу М. С. Горбачова всередині СРСР призвела до його розвалу.

Створення та підтримування привабливого іміджу далеко не єдиний спосіб забезпечення лідером ефективної мобілізації довіри та підтримки до політичних інститутів та процесів, які визначають його легітимність та владні можливості. Набагато дієвим та зручним способом управління легітимацією політичних інститутів і процесів є систематична інтерпретація поточної суспільно-політичної ситуації лідером. Тут слід зазначити декілька чинників дієвості інтерпретації щодо її легітимаційного потенціалу. По-перше, це сам лідер, його легітимаційний капітал (репутація та кредит довіри) та його впевненість в адекватності інтерпретації. По-друге, ціннісні позиції та цілі, на основі яких будується інтерпретація, та їх відповідність масовим перевагам та очікуванням. По-третє, чіткість, простота, образність, метафоричність інтерпретації, її зручність для повторення прибічниками та ЗМІ. По-четверте, наявність в інтерпретації мотивації для проявів соціальної активності у визначеному лідером напрямі. Зауважимо, що вдала інтерпретація може додати легітимності політичному лідеру, відтягнувши прибічників у його політичних опонентів.

Політичний лідер є одним з основних суб'єктів здійснення технологій легітимації влади, навіть попри те, що його дії, імідж, виступи, інтерпретації здебільшого можуть продумувати радники, психологи, іміджмейкери, спічрайтери, різного роду експерти, технологи та стратеги. Відомо, що спеціальні помічники, які володіли мистецтвом впливу на суспільну свідомість, існували при політичних лідерах уже у Стародавніх Єгипті, Індії, Китаї та Римі. До них можна віднести автора «Артхашастри, чи науки політики» брахмана Каутільє (Чанак'є), який зазначав: «Управління царством виконується з помічниками, одне колесо не крутиться, нехай тому він (цар-мудрець. – О. В.) створює собі радників та слухає їх ради» [1, с. 22]. Також варто пригадати першого радника правителя царства Хань та основоположника традиції «реальної політики» у Китаї Шень Бухая, який вважав, що митецький правитель має бути повністю самостійним та неупередженим, тримати під контролем адміністративний апарат, але давати діяти чиновникам, володіти вичерпною інформацією, вселяти своїм підданим симпатію до себе, не віддавати наказів, які не можуть бути виконані» [14, с. 115–116].

Висновки. Таким чином, політичний лідер є суб'єктом здійснення технологій легітимації влади, який багато в чому визначає набуття легітимності політичними інститутами, довіра та підтримка яких суспільством залежить від

того, наскільки вони ототожнюються з лідером, що успішно управляє легітимаційними процесами. Успішність управління легітимаційними процесами з боку лідера безпосередньо залежить від його здатності формувати імідж та управляти ним, здійснювати зацікавлену комунікацію, надавати вдалі інтерпретації поточній політичній ситуації.

Бібліографічні посилання

1. Артхашастра, или Наука политики [Текст] . – М.-Л.: АН СССР, 1959. – 793 с.
2. **Бауман З.** Индивидуализированное общество [Текст] / З. Бауман; пер. с англ.; под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005. – 390 с.
3. **Блондель Ж.** Политическое лидерство [Текст]: Путь к всеобъемлющему анализу / Ж. Блондель. – М., 1992. – 136 с.
4. **Бурдьё П.** Социология политики [Текст] / П. Бурдьё; пер. с фр. / Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.
5. **Вебер М.** Политика как призвание и профессия [Текст] / М. Вебер // Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 644–706.
6. **Гегель.** Сочинения [Текст] / Г. В. Ф. Гегель: в 18 т. – М.-Л.: Государственное социально-экономическое издательство, 1935. – Т. 8. Философия истории. – 470 с.
7. **Дилигенский Г. Г.** Социально-политическая психология [Текст] / Г. Г. Дилигенский. – М.: Наука, 1996. – 310 с.
8. **Московичи С.** Машина, творящая богов [Текст] / С. Московичи; пер. с фр. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 560 с.
9. **Ольшанский Д. В.** Политический PR [Текст] / Д. В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
10. **Пахарев А. Д.** Политическое лидерство и лидеры [Текст] / А. Д. Пахарев. – К.: Знание Украины, 2001. – 272 с.
11. **Рудич Ф.** Політичні лідери і стратегії реформ у країнах Центральної і Східної Європи [Текст] / Ф. Рудич // Політичний менеджмент. – 2007. – № 2 (23). – С. 25–46.
12. **Сапронов П. А.** Власть как метафизическая и историческая реальность [Текст] / П. А. Сапронов. – СПб.: Церковь и культура, 2001. – 816 с.
13. **Солдатенко В. Ф.** Винниченко і Петлюра [Текст]: політичні портрети революційної доби / В. Ф. Солдатенко. – К.: Світогляд, 2007. – 621 с.
14. **Шень Бухай.** Политические фрагменты [Текст] / Шень Бухай // Искусство управления / Сост., пер., вступ. ст. и коммент. В. В. Малявина. – М.: Астрель; АСТ, 2003. – С. 114–124.
15. **Bedell-Avers K.E.** Conditions of problem-solving and the performance of charismatic, ideological, and pragmatic leaders [Text]: A comparative experimental study / K. E. Bedell-Avers, S. T. Hunter, M. D. Mumford // The Leadership Quarterly. – 2008. – Vol.19. – P.89–106.
16. **Weber M.** The Theory of Social and Economic Organization [Text] / M. Weber. – N. Y.: The Free Press; London: Collier-Macmillan Limited, 1968. – 436 p.

Надійшла до редколегії 29.12.09

УДК 329

М. В. Демченко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

© Демченко М. В., 2010