

ТЕЗИ УЧАСНИКІВ ЩОРІЧНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ФІЛОСОФСЬКОГО ФАКУЛЬТЕТУ «ДНІ НАУКИ» (2019)

ФЕНОМЕН ОБРАЗУ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА У КОНЦЕПЦІЇ С. ЖИЖЕКА

Вікторія Швець

Львівський національний університет імені Івана Франка

Соціально-економічні та світоглядні зміни в суспільстві, як і наявні в ньому тенденції до переосмислення класичних теорій, спричинили революцію в підході до трактування самого поняття політичного лідера, якісних ознак та характеристик лідерства загалом. На цьому етапі розвитку суспільства образ політика, створений в інформаційному просторі, та його імідж загалом стають основними детермінантами, а символи починають відігравати істотну роль та чинити значний вплив на політичний процес. Фактично визначальною постає діяльність не концептуально-сміслового характеру, а радше знаково-символічна, віртуальна, – не реальна. Ідеологічна боротьба ведеться більше на рівні образів, а не аргументації. Причини цього досить цікаво описав та інтерпретував словенський постмодерний філософ С. Жижек.

По-перше, на думку мислителя, джерело описаних вище явищ – саме криза наявної системи, адже політичний лідер та його образ – це відображення очікувань людей, квінтесенція панівних у суспільстві цінностей, певна реакція на потреби населення.

Яскравий прояв кризовості, як вважає філософ, – обрання Д. Трампа президентом та й рівень його підтримки загалом. Перемога вказаного політика стала одним із найцікавіших феноменів сучасного політичного процесу, викликала резонанс як серед простого населення, так і серед інтелектуальної еліти. Електорат Д. Трампа обирає не так його як реального кандидата із певною політичною програмою, а радше як персонажа. Він сприймається не як глава виконавчої влади, не як особа, якій делегована влада для керування державою, а як виконавець ролі в постмодерному перформансі.

Усе сказане вище можна екстраполювати і на ситуацію в українському політичному процесі, зокрема на результати президентських виборів 2019 р. Перемога В. Зеленського стала можливою через його чітко продуманий образ та імідж, створений ним у соціальних мережах і на телебаченні. Фактично, кандидат не мав стратегії та плану розвитку для держави, політичної програми й чітко окресленої ідеологічної орієнтації. А це, як виявилось, і стало очевидною перевагою, адже кожен із його виборців мав шанс самому додати бажані характеристики та сконструювати власне сприйняття його як кандидата.

Важливим також є те, що імідж обох кандидатів був створений відповідно до очікувань суспільства, адже в умовах постмодерного політичного процесу величезне значення має саме образ, який встановить гегемонію та буде уособлювати якості ідеального лідера.

Уся передвиборча кампанія Д. Трампа, ексцентрична та скандальна діяльність вже на посту президента постає фактично своєрідною грою зі знаками, а не зі смислами, основна мета якої – підтримання уже наявного образу. У тогочасному американському суспільстві існував попит на сильного лідера, який «наведе порядок» у країні, нехай навіть радикальними засобами та без обридлої ліберальності та політкоректності. Тим більше, що наявний образ успішного бізнесмена був йому лише на руку.

Аналогічним є український контекст. В. Зеленський позиціонував себе як людина, котра стабілізує політичну ситуацію в країні, вирішить проблеми з корупцією та бездіяльністю уряду і стане тим лідером, якому під силу консолідувати суспільство та уладнати наявні ідеологічні й соціоекономічні протиріччя. Образ молодого політика, що прагне змін, створений серіалом «Слуга народу», в якому він грав головну роль, став необхідним фундаментом для його політичної діяльності. Кандидат сприймався електоратом фактично тотожним своєму персонажу.

Політичний імідж, обраний кандидатами для своєї політичної кампанії, виявся надзвичайно дієвим саме через цілісність та символізм. Адже С. Жижек, апелюючи до Е. Фромма, неодноразово повторював, що фактично суспільство готове сприйняти будь-які, іноді навіть непослідовні та абсурдні погляди, якщо вони конструюють певну штучно створену реальність, в яку вірять члени цього соціуму.

По-друге, С. Жижек зазначає, що основна причина з'яви та успіху Д. Трампа на політичній арені захована у кризі його опонентів – ліволіберальних демократів, передусім, через різницю між декларованими принципами демократичної партії, догмами розвинутого громадянського суспільства і фактичною реальністю, а також через неможливість запропонувати альтернативу наявній ситуації. Образ чинного президента США ж давав ілюзію подолання цієї кризи, або принаймні зміни курсу, що мало спричинити і зміни в політичному житті.

Безальтернативність як основна детермінанта релевантна і феномену В. Зеленського. По суті, він – наслідок тотального розчарування і незадоволення чинною владою, політичною ситуацією в країні, яке відчуває населення, а образ, який він обрав, видається ключем до вирішення наявних проблем.

Таким чином, можемо зробити висновок, що в сучасному суспільстві інформаційний простір стає основним механізмом для створення образу політичного лідера, а сама природа влади істотно змінюється і в неї все активніше включаються гнучкі культурно-інформаційні структури. Джерело феномена сучасного лідерства як такого міститься в мережах інформаційного обміну та утверджується через маніпуляції символами. Вплив в інформаційній сфері стає визначальним, адже в наявних умовах політичного процесу основний акцент робиться на віртуальній цілісності образів та повідомлень, що, своєю чергою, утворюють сучасний політичний дискурс.