

Кирило Євсєєв

ПРОЯВИ ТА СТРУКТУРА ПОЛІТИЧНИХ ОБРАЗІВ

У статті розкриваються прояви та структура політичних образів. Показано: 1) прояви зумовлюються дискурсивним характером політичної комунікації, 2) структура – функцією політичного образу.

Ключові слова: політичний образ, прояви, структура, функції.

Yevseyev K. Manifestations and political structure of images. *The article describes the structure of political expression and images. Displaying: 1) displays predetermined discursive nature of political communication, 2) structure – function of political image.*

Keywords: political image, manifestations, structure, functions.

Звернімося до хрестоматійного прикладу: про життя Сократа ми дізнаємося з двох джерел – текстів Платона та Фуکیدіда. Зіставивши тексти цих двох акторів, філологи дійшли висновки, що запропонована Фуکیدідом трактовка образу Сократа є похідною від трактовки, яку подає Платон. Отже, Сократ – це те, що про Сократа пише Платон. Відтак логічне запитання: а чи був Сократ – чоловік, якого дельфійський оракул назвав «наймудрішим», чим дуже знітив і змусив блукати Афінами в пошуках справді мудрої людини; чи був Сократ, який у віці сімдесяти років постав перед судом, був засуджений до страти, іронічно сприйняв вирок і смерть? Читаючи «Апологію Сократа», ми розуміємо, що Сократ (як фізична особа) таки справді існував. Але читаючи наступні Платонові діалоги, ми не завжди можемо встановити, де закінчуються міркування Сократа й розпочинаються міркування Платона. Тож, чи був Сократ? Якби «Апологія» – текст, який містить усі ознаки «журналістського репортажу», – не дійшла до наших днів, а збереглися тільки наступні твори Платона («Держава», «Учта», «Софіст» тощо), то ми цілком могли б припустити, що Сократ – це лише літературний персонаж, щось на кшталт Заратустри Фрідріха Ніцше. Тож, чи був Сократ? Чи був Заратустра? Відповідь очевидна: не має значення, чи був Сократ, і не має значення, чи був Заратустра; ми маємо справу з *текстом* і лише текст нас цікавить; ми маємо справу з *образами* і лише образи нас цікавлять; а те, що було за цими образами (чи нічого не було), або ж те, наскільки ці образи відповідають прототипам (геть тотожні, чи взагалі не відповідають) – це нас загалом не обходить. Максима: ми маємо справу з образами, аналізуємо тільки образи, надихаємося лише образами, заперечуємо, відкидаємо, приймаємо тощо – винятково образи. Тож, образ – це альфа й омега. Альфа й омега текстів, альфа й омега культурного дискурсу, альфа й омега свідомості, що засвоїла культурний дискурс.

А тепер перейдімо від міркувань про хрестоматійний приклад до міркувань про сучасну політичну культуру, зокрема – інформаційне середовище. Розгорнімо газети та часописи, відкривмо Інтернет-сайти... Що ми бачимо? Ми бачимо слова: «Тимошенко», «Янукович», «Яценюк», «Кличко»... Ми бачимо чимало слів, на-

писаних з великої літери, а тому ми можемо припустити, що ці слова – власні назви речей, а оскільки ці речі живі (знову ж таки, за припущенням), то ці власні назви – імена. Але поставимо ті самі запитання: чи є Тимошенко, Янукович, Яценюк, Кличко та інші? Відповідь, начебто, очевидна. Але переш ніж дати очевидну відповідь варто згадати максимум Рене Декарта: сумнівайся в усьому. Що ми знаємо про осіб, імена яких згадували? Те саме, що знаємо про Сократа чи Заратустру. Тобто, знаємо лише те, що є в текстах – журналістських репортажах, телевізійних повідомленнях, матеріалах на партійних сайтах і т. д. – ми знаємо тексти і лише тексти. Наше знання розпочинається з текстів і в текстах закінчується. Тобто ми можемо дійти своєрідної максими: не має значення чи є Тимошенко, Янукович, Яценюк, Кличко та інші; має значення що є «Тимошенко», «Янукович», «Яценюк», «Кличко» та інші. Є слова, є тексти, є дискурс – і це все, що є, і це все, що має значення, оскільки визначає зміст політичного інформаційного середовища. Тобто, значення особи Тимошенко чи Яценюка – прямує до нуля, значення «Тимошенко» чи «Яценюка» – прямує до всезагальної визначальності. Бо не за Яценюка, як одного із лідерів об'єднаної опозиції, і не за Януковича, як лідера Партії регіонів, голосуватимуть виборці, беручи участь у парламентських виборах. Виборці голосуватимуть за образи «Тимошенко», «Яценюка», «Януковича», «Кличка» та інших. І наразі не йдеться про соліпсизм (у редакції, скажімо Йогана Фіхте). Ідеться лише про визначальність і самодостатність образів, які домінують в інформаційному середовищі, засвоюються реципієнтами (читачами, глядачами, слухачами), а також про те, що лише образи і тільки образи визначають політичний вибір читачів, глядачів, слухачів – виборців. І те, наскільки реальний Яценюк (або будь-яке інше ім'я) відрізняється від дискурсивного «Яценюка» – немає жодного значення, бо волевиявлення виборців визначається саме дискурсивними образами, а не рисами реальної особи. І тому для політичного дискурс-аналізу реальна особа політика – це взагалі зайвий матеріал (якщо такий у принципі існує), котрий лише відволікає від аналізу дискурсивного образу та прогнозування ймовірного впливу цього образу на свідомість і поведінку виборця.

Отже, методологічний висновок: *об'єктом дискурс-аналізу є не політична діяльність, а образ політичної діяльності*, скажімо, Арсенія Яценюка, який транслюється за посередництва ЗМІ.

Цілком зрозуміло, що в інформаційному середовищі будь-якого демократичного суспільства є *декілька образів* того чи іншого політика. Скажімо, є декілька образів «Тимошенка», декілька образів «Луценка», «Януковича» і т. д. Також цілком зрозуміло, що політичні образи змінюються з часом. Різні образи подаються різними ЗМІ. А отже різні образи панують у політичній свідомості тих чи інших соціальних груп. Ці образи можуть бути контрверсійними або ж можуть доповнювати один одного, формуючи своєрідну інформаційну матрицю. Варто також наголосити, що політичні образи різних політиків сув'язні, тобто вони взаємопов'язані. А це означає, що образ «Януковича», який подається ЗМІ, залежить від того, якими подаються образи «Тимошенко», «Яценюка», «Ющенко» та інших, а ті у свою чергу залежать від трансльованого образу «Януковича». Отже, в демократичному суспільстві не існує окремо взятого образу політика. Цей образ лежить в одній матриці з образами інших політиків. І дискурс-аналіз образу політика X об'єктивно вимагає завваження образу політика Y, Z та інших. Ці образи можуть бути вибудованими за «контрастом», тобто формуватися на протиставленнях. А можуть відштовхуватися від своєрідних «порожнин» в образі конкурентного політика. Тобто ці образи можуть лежати в різних дискурсивних площинах. І в цьому випадку конкурентна політична боротьба розгортатиметься як акцентування в суспільній свідомості етико-ціннісного значення певного дискурсу, до якого не вписується конкурентний політик.

Разом із цим відзначимо й наступний фактор, котрий є важливим для розуміння політичних образів, який однак уже виходить за межі дискурс-аналізу, – це фактор свідомості реципієнта. А саме: певний образ, який поширений ЗМІ, завше буде витлумачений і засвоєний реципієнтами інакше, аніж це передбачено творцями образу. Тут визначальну роль відіграють когнітивні структури, властиві реципієнтам, тобто їхня здатність розуміти й інтерпретувати сприйняті ними образи.

Отже, є рація, конкретизуючи висловлене, виокремити такі *три прояви* політичних образів у демократичному суспільстві:

1) наявність *множинних образів одного й того самого політика*. Ці образи, по-перше, суперечать один одному (оскільки поширюються різними джерелами, зацікавленими як в популяризації, так і компрометації певного образу), по-друге, образи існують паралельно, іноді взаємодоповнюючи один одного (оскільки являють собою форми впливу на певну «цільову аудиторію», і це стосується як апологетичних, так і звинувачувальних образів);

2) *сув'язність образів різних політиків – взаємовизначальність образів один щодо одного*. І тому ми не можемо говорити про «зародження» та «становлення» політичних образів (у точному значенні цих понять), ми можемо казати лише про «формування» політичних образів у взаємозв'язку з іншими політичними образами. Політичні образи взаємозумовлюють один одного (на кшталт філософських категорій);

3) *ціннісно-смілова гомогенність або ж екзогенність політичних образів*. образи можуть розгортатися як в одній ціннісно-смісловій площині, так і в різних. Себто, можуть послугуватися однією системою понять та естетичних взірців або ж геть різними. У демократичному суспільстві, в якому наявний «базовий консенсус» (поняття Макса Вебера), політичні образи розгортаються в одній ціннісно-смісловій площині. Натомість у суспільствах, які переживають кризу, політичні образи можуть розгортатися в різних ціннісно-сміслових площинах. Відтак, конкуренція між політичними образами розгортатиметься як досвід поширення певного (вигідного для політичного образу) ціннісно-сміслового дискурсу. І в такому випадку політичний образ уже буде похідним від системи цінностей, які пов'язуються з цим політичним образом. Образ уже не буде явленням певної особи. Образ стане чимось більшим і водночас вужчим. Він стане *символом певної системи цінностей* (уявлення про проект майбутнього, уявлення про минуле – історію, уявлення про належний спосіб життя – етико-моральна система тощо). У цьому сенсі образ політика є «більшим» за його особистість. Але в цьому таки сенсі образ прямуватиме до *знаку* – спрощеного, схематичного позначення системи значень. А тому, як і всякий знак, образ буде меншим, аніж особистість, що стоїть за ним. Такий символічний спосіб прочитання виборцями образу політика, котрий представляє певну

ціннісно-смыслову систему, є *міфологічним* за своєю суттю, оскільки образ – цілком символічне явище – є водночас позначенням конкретної живої людини, і водночас – ця жива людина є уособленням низки суто абстрактних уявлень, які розгортаються як за всією часу (історія – проект майбутнього), так і в просторі (соціальні, економічні та геополітичні перетворення), так і в етико-моральній царині. А така міфологічність неодмінно зумовлює *іраціональність* сприйняття політичного образу, що спричиняє *некритичність* ставлення до образу й особи, яка стоїть за ним. Останній аспект побудови політичних образів є вельми важливим, оскільки саме такий досвід конструювання політичних образів поширений в Україні.

Привернувши увагу до трьох проявів політичних образів, відзначимо також *три чинники*, які неодмінно варто брати до уваги під час аналізу. По-перше, це *чинник часу*. Образи змінюються з часом. Навіть якщо «конструктори» образу не розвивають його відповідно до нових політичних і соціальних умов, то змінюється соціальне прочитання цих формально «статичних» образів.

Відтак ми логічно переходимо до другого чинника – *прочитання образу*, тобто – чинника когнітивної визначеності образу у свідомості певної соціальної групи. Цілком зрозуміло, що слова, мовлені тим чи тим політиком, учинок (дія, бездіяльність тощо) того чи того політика по-різному сприйматимуться представниками різних соціальних груп. «Нам не дано предугадати, як наше слово отзоветься». І поготів, навіть повідомлення, адресоване цільовій аудиторії, може мати не те прочитання, на яке сподіваються його автори, бо будь-яке повідомлення, навіть ретельно вивірене щодо уявлень цільової аудиторії, несе незнищений остаток особистості, яка стоїть за цим повідомленням, себто самого політика.

По-третє, це чинник самої *особистості політика*, яка проектується в певнім політичнім образі. Наразі ми маємо повернутися до початку нашої статті, де ми висловили своєрідну максиму: немає жодного політика, а є лише образ політика. Дуже цікаво на цю тему висловився Мілан Кундера: «Людина – це лише те, що являє собою її образ. Філософи можуть переконувати нас, ніби байдуже, що думає про нас світ, що дійсним є лише те, які ми насправді. Але філософи нічого не тямлять. Оскільки ми живемо з людьми, ми ніщо

інше як те, ким люди нас вважають» [1, с. 553]. Як і будь-яка максима, теза про самодостатність образу має гіперболізований і абстрактний характер, мов геометрична формула. Усі геометричні аксіоми цілком вірогідні на папері, але в реальному житті немає ані точки, ані паралельних, ані інших редукованих умовностей. Це саме стосується й політичних образів. Скажімо, ми можемо без будь-яких «але» говорити про чистий образ Сократа або про чисті образи більшості «персонажів» Плутарха, і це будуть «теореми», які цілком гладко доводитимуться на папері. Але в точці «тут і нині» ми не маємо такої чистоти образу. Образ, звісно, є лише тенденцією, певним вектором, який перетворюється на «ламану» та «хвилясту» в політичному просторі «тут і нині». І прикладів такого остатку, котрий визначається особистістю політика, а відтак і руйнує політичний образ, у якому він постає перед виборцями, ми маємо безліч: це і образ «реформатора» та проповідника європейських цінностей Віктора Ющенка, який не впорався з цим образом; це і образ «фронтовика» Арсенія Яценюка – занадто простий чи навіть примітивний для особистості Арсенія Яценюка; це й образ іще одного «реформатора» та «прагматика» Сергія Тігіпка, який виявився просто непотрібним прагматиком Сергію Тігіпку.

Чий образ виявився цілком реалістичним і адекватним особистості, то це образ борця з «помаранчевим хаосом» Віктора Януковича. Проблема лише в тім, що за цим негативним (спрямованим на заперечення) складником не виявилось складника позитивного. «Хаос» подолано, але що далі? А далі порожнеча, бо «дзеркальна» особистість Віктора Януковича спроможна лише на відтворення. Це – принципово *нетворча* особистість. Віктору Януковичу не до снаги ставити цілі й проектувати шляхи їхнього досягнення. Він спроможний лише або повторювати (дзеркалити) російський досвід (у кращому випадку – російський), або повторювати за контрастом (заперечувати) досвід політичних опонентів. І нині в ситуації слабкості політичної опозиції Віктор Янукович нагадує дзеркало, в якому нічого не відображається. Він залишається в колишнім образі борця проти «помаранчевого хаосу». Він залишається в образі, який уже не відповідає часу, ситуації й обов'язкам, які покладаються не на опозиціонера Віктора Януковича, а на Президента Віктора Януковича. Відтак і образ його виявляється цілком архаїчним.

Розберімо виокремлені прояви політичних образів, а також чинники, які позначаються на цих проявах. Згадаймо події не такого вже й далекого минулого – Помаранчевої революції. Протиставлення образів Віктора Ющенка та Віктора Януковича відбувалося не лише за «контрастом», шляхом протиставлення програмових положень, наприклад, української та російської мов, НАТО – Росія (тощо), а й шляхом протиставлення ціннісно-сміслових дискурсів. Зокрема в дискурсі, який представляв Віктор Ющенко, домінуючими виступали два загальні складники: перший умовно можна назвати «європейським», це – повернення України до кола європейських нардів (з усіма відповідними атрибутами – демократія, свобода ЗМІ, толерантність, прозорість політичної влади тощо), другий – «етнічним» (відродження української мови та народних традицій, артикуляція україноцентричного бачення історії тощо). Натомість Віктор Янукович, значною мірою вимушено, був «загнаний» до об'єктивно програшної ціннісно-сміслової ніші радянської архаїки – російська мова, пам'ять про «Велику Вітчизняну війну», дружба з Росією, постійне звертання переважно лише до електорату південного сходу України тощо.

Ці два політичні образи були, як уже зазначалося, вибудовані за «контрастом». Ці політики мусили протиставляти альтернативні програмові положення, хоча, як показав час, між ними є більше подібного, аніж відмінного. Але логіка публічної дискусії вимагала, аби «біле» в інтерпретації одного політика ставало «чорним» в інтерпретації другого. І відповідно про істинний «колір» речі, яка була предметом інтерпретації, взагалі не йшлося. Політична, соціальна й економічна ситуація (тобто – речі) жили своїм життям, а дискурсивні інтерпретації розгорталися за власною логікою. Водночас поряд із цим контрастно-дискурсивним протиставленням розгорталося і протиставлення ціннісно-сміслових. Відповідно й образи обох політиків міфологізувалися – вони підносилися до рівня символів і водночас зводилися до рівня знаків. Тобто відбувалося як ускладнення образів, так і їхнє спрощення. Як це позначилося на прочитанні цих образів-символів – відомо. Це спричинило цілковиту некритичність сприйняття обох образів і відповідно особистостей обох політиків. Для громадської свідомості цінність і Віктора Ющенка, і Віктора Януковича визначалася вже

не їхніми професійними й особистісними якостями (про особистісні якості політиків громадськість завжди має вельми невизначене уявлення), а саме їхнім статусом уособлення ціннісно-сміслових систем. Вони по суті стали символами віри з усіма відповідними наслідками, які спричиняються боротьбою за символи віри – ірраціональність, фанатизм і некритичність. Відтак цілком логічно припустити, що лише завдяки такій мифологізації і Віктор Ющенко, і Віктор Янукович змогли стати президентами. Бо критичне ставлення як до одного, так і до другого цілком унеможливило б такий історичний поворот. Так ми можемо дійти простого й логічного висновку: *мифологізація політичного образу, його прив'язка до системи ціннісно-сміслових координат цілком унеможливорює критичне ставлення громадськості до політичного образу*. Тобто – виводить цей образ з-під раціональної критики. Бо раціональна критика символу віри (зокрема й символу віри політичної) є абсолютно неможливою. Адже символ віри завжди є ірраціональним за своєю суттю. А раціональна критика ірраціональності – нонсенс.

Показово, що це дискурсивне розмежування простежується і дотепер, хоча Віктор Ющенко назавжди відійшов в архів. Бо справа була геть не в безрадісній постаті Президента з Безрадічів. Справа була в об'єктивній соціокультурній розмежованості, що склалася на той час в Україні й зберігається досі. Це протистояння двох векторів розвитку України: 1) європейського, який водночас є й україноцентричним (за трактуванням історії та змістом культури) і 2) архаїчно-радянського (з усіма додатками російської культури в її передусім архаїчно-радянській інтерпретації).

Віктор Ющенко відійшов в архів. Віктор Янукович наполегливо торує шлях у тому ж напрямку. Але дискурсивні розмежування залишаються. Історія наче «використовує» ці постаті, аби потім вчинити з ними, як, зазвичай, чинять з усіма використаними матеріалами.

Наразі цікаво зауважити, що постать Віктора Ющенка, який не впорався із задалегідно визначеною дискурсивною роллю, є комічною – псевдо-месія, псевдо-реформатор, шароварний-євроінтегратор (дошкульні комбінації означень можна помножувати). Натомість постать Віктора Януковича є абсурдно-трагічною. Він (не відаючи того) виконує роль негативного фактора, уособлює,

доводячи до очевидної абсурдності, всі неприйнятні й архаїчні риси соціального та політичного життя, які непридатні для життя, але ще остаточно не відмерли і являють цінність для певних суспільних груп.

Доцільно поставити питання: що зумовлює схильність громадськості сприймати міфологізовані образи, зокрема згаданий потяг до соціально-політичної архаїки? Але відповіді на це питання до снаги лише виокремивши *типологію політичних образів*. Однак розпочинати з типології політичних образів у демократичному суспільстві – означало б ставити історичну логіку з ніг на голову. Саме тому доречно спершу охарактеризувати політичний образ у недемократичному суспільстві, що означає – виокремити *структуру політичного образу*.

Структура політичного образу (іміджу) не тотожна його складникам («характеристикам»). До останніх Георгій Почепцов відносить: 1) особистісні якості політика (рішучість, певна агресивність, привабливість, зовнішній вигляд), 2) організаторські, управлінські якості (компетентність, уміння вести полеміку, участь у процесах прийняття рішення), 3) характеристики, що зближують лідера з електоратом (пересічне походження, простота) тощо [2, с. 228].

Визначити структуру політичного образу ми можемо: по-перше, за *функцією*, яка відображається в образі; по-друге, за *джерелом легітимації* політичного образу. Кажучи про функцію політичного лідера в недемократичному суспільстві (а це завжди – вождь, який концентрує не лише державно-політичну, а й ідеологічну, іноді й релігійну владу), то ми бачимо, що ця функція впливає з протиставлення держави-народу-партії певному зовнішньому ворогові, а також його «прислужникам» в країні. Ані сталінізм, ані нацизм були б неможливими без образу зовнішнього ворога. Отже образ вождя завжди постає як *мобілізаційна функція*, як образ особи, котра здатна сконцентрувати зусилля держави-народу-партії для забезпечення зовнішньої безпеки. Які витоки такої потреби в мобілізації? Ця потреба зумовлюється переживанням приниження, яке властиве громадськості в певній історичній ситуації. Це те переживання, яке в психології позначається поняттям «фрустрація». Фрустрація – це переживання неспішності певної значущої діяльності. І наразі потрібно уточнити, що ця діяльність мусить

бути значущою для самооцінки суб'єкта. Тобто неуспішність у діяльності є кризою уявного Я-образу. Й у цій ситуації політичний вождь відкриває можливості для переосмислення кризового Я-образу. Вождь показує, що пережита неуспішність може бути подолана шляхом мобілізації й реалізації або попередніх, або нових цілей. Так вождь виконує і мобілізаційну функцію, і **функцію персоналізації**, бо є прикладом соціально-політичної незламності, нескореності, віри в перемогу, а отже й у реалізацію поставлених цілей, а отже – й в істинність бажаного суспільного Я-образу. Наступне запитання: що дає підстави вождю вірити в те, ніби поставлені цілі будуть реалізовані? Що дає підстави вірити громадянськості, ніби цілі, поставлені цього разу, будуть реалізовані? (Адже самої лише мобілізації замало.) Що дає підстави вірити у вождя? (Адже незламних і нескорених завжди чимало навіть у «зламаних» і «скорених» суспільствах.) Так ми підходимо до вирізнявальної риси будь-якого вождя. І реалізація цієї риси постає як іще одна функція – це **профетична функція**. Будь-який вождь одночасно є й пророком. Він завжди володіє винятковим знанням (певним даром), яке й несе в народ, яким і керується, ведучи народ до певної цілі. У найчистішій формі ця профетична функція була втілена в особі пророка Магомета. Такими вождями-пророками були Савонарола, Жан Кальвін, Мартін Лютер та ін. У секуляризованому суспільстві таку роль виняткового знання виконує не релігія, а – наука. Марксизм – це не привід для дискусії, а – догма, – казав Володимир Ленін. І марксистська теорія виконувала функцію теоретичного обґрунтування, особливого знання, яке партія та її вождь несли в маси. Цілком зрозуміло, що ані основні принципи християнства, ані основні принципи мусульманства, ані основні принципи марксизму (як і будь-якої іншої теорії) не можуть бути осмисленні масами. Ці принципи повинні прийматися «на віру». І віра вождя мусить бути взірцевою.

Отже, є **три функції**, які пов'язуються в суспільній свідомості з образом політичного лідера, наразі – вождя. І від третьої (профетичної) функції ми можемо перейти до іншого складника структури політичного образу – джерела легітимації. З'ясувати джерело легітимації – це означає відповісти на запитання: чому вождь

є вождем? Звідки ми знаємо, що вождь є вождем? Звідки сам вождь знає, що він є вождем?

Ми відкинемо суто психологічний аспект проблеми, як то переконаність особи у власному особливому покликанні, чи роль екстатичних станів, які переживав, наприклад, Магомет. Зауважимо, що *легітимація статусу вождя найбезпосереднішим чином пов'язана із здатністю суб'єкта виконувати профетичну функцію*. Тут так: або суб'єкт здатен нести в маси єдиноправильне вчення – і тоді він є вождем, або не здатен – і тоді він є просто «еретиком» і політичним «екстремістом». Саме *володіння особливим знанням є чинником, який уможливорює легітимацію особи як вождя*. Саме через дискурс знання і відбувається легітимація політичного образу вождя. А те, яке це знання? – релігійне чи наукове (яке так само як і релігія прийняте на віру) – наразі не має принципового значення.

Переходячи до аналізу політичних образів у демократичному суспільстві, логічно можемо висунути таку гіпотезу: структура політичного образу, що в демократичному, що в недемократичному суспільстві буде тотожною. Відмінності простежуватимуться лише у ступені проявленості тих чи інших структурних компонентів. Відзначимо й принципову відмінність між демократичним і недемократичним суспільствами: перше не потребує для реалізації мобілізаційної функції образу зовнішнього та внутрішнього ворога (1); демократичне суспільство може не переживати стан фрустрації, а отже й кризи Я-образу (2). Відповідним чином відбуватимуться й модифікації зазначених функцій. Квазі-мобілізація може оголошуватися задля подолання тих чи інших суспільних негараздів – бідності, безпритульності, кризи, скажімо, медичного обслуговування тощо. Ідея протистояння може переноситися із суто політичної (чи навіть геополітичної) площини в площину економічну (підвищення конкурентоспроможності продукції), спортивну (досягнення спортивного визнання), культурну, освітню тощо. У демократичному суспільстві, яке не переживає фрустрацію, а отже й кризи Я-образу, політичний лідер не мусить уособлювати ідеально-доцільні риси. Навпаки – він має бути тотожним наявному суспільному Я-образу. Звідси й прагнення політиків до максимальної «демократичності», спроби злитися з пересічним об-

разом громадянина. Профетична функція також втрачає власну вираженість і обертається зворотнім вектором до злиття із загально-суспільними судженнями й уявленнями. З естетичного погляду образ політичного лідера в демократичному суспільстві є абсолютно кітчевим. І визначальним фактором, який уможливило панування того чи іншого політичного образу в демократичному суспільстві, наразі є фактор символізації політичної комунікації.

1. Кундера М. Невыносимая легкость бытия. Вальс на прощание. Бессмертие: Романы / Пер. с чеш. Н. Шульгиной. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2011. – 736 с.

2. Почепцов Г.Г. Імідж політичний / Г.Г. Почепцов // Політологічний енциклопедичний словник / Упорядник В. П. Горбатенко; за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. – К.: Генеза, 2004. – 736 с. – С. 228-229.