



Власть и общество – неразрывные компоненты государственной системы: первая не может существовать без второго – впрочем, верно и обратное утверждение... С другой стороны, нельзя не заметить, что формирование имиджа страны напрямую связано со сложившейся системой власти и ее непосредственными представителями.

Власть и общество – неразрывные компоненты государственной системы: первая не может существовать без второго – впрочем, верно и обратное утверждение... С другой стороны, нельзя не заметить, что формирование имиджа страны напрямую связано со сложившейся системой власти и ее непосредственными представителями. Причем, в зависимости от типа общественно-экономической формации, а также от вида политического устройства государства связь между личностью и имиджем страны может быть различной. Скажем, в странах с устоявшейся демократией такое влияние проявляется в меньшей степени, чем в государствах с авторитарными системами управления или не имеющими достаточных демократических традиций.

Утверждение образа РФ в глазах россиян и зарубежных граждан имеет свои особенности. Одна из них заключается в однозначном отождествлении имиджа России и имиджа её власти.

К примеру, можно вспомнить, как летом 1999 года подконтрольные государству СМИ называли любые поступившие в общественный оборот сведения о финансовых делах Б. Н. Ельцина и его окружения «информационной войной против России». Хотя на самом деле речь шла не об имидже страны, а о конкретных людях, которые делали этот имидж негативным. Безусловно, во многом поступки известных лиц определяли представления зарубежной общественности о России. Вместе с тем, они не должны были служить основанием для обобщений, распространяющихся на весь народ.

Лишь увязав последнее заключение с острейшей конкурентной борьбой между государствами за сферы геополитического и экономического влияния, можно понять стремление ряда зарубежных СМИ акцентировать внимание своей аудитории именно на негативном представлении о России, постоянное отождествление имиджа страны с образом конкретных политических лидеров [1].

Другая российская особенность в контексте взаимозависимости образов личности, власти и страны состоит в масштабном использовании механизмов государственного имиджмейкерства. Под некие программы создаются и «раскручиваются» целые структуры и организации. Так, в январе 2003 года тогдашний министр печати Михаил Лесин выступил с очень характерным заявлением о том, что в сентябре текущего года Россия намерена провести в США широкомасштабную «-акцию по пропаганде позитивного образа России». Ответ на вопрос о деньгах, необходимых на серьезную рекламную кампанию, был коротким: «Жалеть не будем» [2]... Однако эффективность таких акций не зависит лишь от финансовой стороны вопроса, но определяется действительно продуманной на долговременную перспективу имиджевой стратегией всей российской политики.

К сожалению, чистой рекламой ограничиваются многочисленные акции с участием президента страны. Например, о встречах В. В. Путина с канцлером Германии Герхардом Шрёдером в новостных сюжетах обычно говорится как об исключительно бесконфликтных. В репортажах много улыбок, слов о дружбе и сотрудничестве, укреплении отношений между странами и их лидерами... За скобки искусно выносятся главная проблема российско-германских отношений – долги РФ [3].

Нельзя сказать, что неудобные вопросы замалчиваются вовсе: они присутствуют во мнениях экспертов, появляются в некоторых газетных статьях... И всё же остаются на периферии информационного потока! В итоге публичная политика подменяется пропагандистскими заявлениями, а содержание её становится исключительно делом власти. Происходит

превращение политиков в актеров, снимающихся в рекламных роликах. Как свидетельствует история, улучшить таким образом можно только актерское мастерство политических фигурантов, но никак не положение в стране, где власть становится заложницей собственного имиджа [4].

Во многом подобная ситуация является результатом отсутствия действенного гражданского контроля за тем, что делает власть. И это лишний раз свидетельствует о слабости формирующегося в России гражданского общества.

Например, как показывают исследования, широко рекламируемая государственными службами «борьба с олигархами» ни в коей мере не мешает комфортному существованию «лояльных олигархов», более того – их превращению в фактических владельцев целых субъектов Российской Федерации. Так, Роман Абрамович сделался «хозяином Чукотки»; Олег Дерипаска – владельцем Горьковского автомобильного завода, а вместе с ним и всей Нижегородской области [5].

Конечно, контакт между властью и обществом налаживается. Многие происходящее дает основание предположить, что власть повернулась лицом к народу и чиновники всех уровней начинают слышать простых граждан. И всё же возникает ощущение, что имиджмейкеры Кремля пока не осознали в полном объеме важность формирования гражданского общества – как безальтернативного пути развития демократии в России. Поэтому их усилия часто не соответствуют заявленной цели формирования имиджа правового государства в глазах зарубежной общественности. Одна из возможных опасностей подобной ситуации – постепенное исключение России из европейского контекста развития, укрепление в массе европейских обывателей мнения о том, что все происходящее у нас соответствует непредсказуемому и неуравновешенному национальному характеру загадочных русских и крайне низкому состоянию развития российского общества.

Сближение с Западом после террористического акта в США 11 сентября 2001 года этой опасности несколько не снижает. Борьба против общего противника и жизнь в едином политическом, экономическом, идейном пространстве – очень разные вещи. Именно с этой точки зрения можно и нужно рассматривать ослабление внимания западных лидеров к проблемам внутренней политики российской власти, которое некоторыми аналитиками ошибочно воспринимается как свидетельство нашего успеха в деле формирования положительного образа страны.

Исследования общественного мнения свидетельствуют, в частности, что имидж страны эффективно формируется только при соблюдении нескольких условий:

1. борьбу с искажением образа страны следует вести конкретно и максимально аргументированно; реагировать необходимо на каждый случай лжи как национальных, так и зарубежных политиков или СМИ; аргументы должны быть реальными и убедительными, а также достаточными для обращения с исками на перфоманцию в зарубежные суды: такая стратегия положительного позиционирования России может оказаться гораздо эффективнее, чем организация разовых рекламных кампаний;
2. усилия имиджмейкеров по формированию положительного образа страны важно рассматривать лишь как дополнение к исправлению реального положения дел;
3. образ политика – особенно из первых эшелонов власти – должен «нравственно» соответствовать выстраиваемому образу страны.

Трудно рассчитывать на успех, когда люди, призванные всемерно содействовать укреплению государства и власти, сами не верят в то, что такое возможно. Например, бывший министр торговли и развития экономики Альфред Кох до своего счастливого перерождения в «бизнесмена-патриота» был известен совсем другим взглядом на жизнь. В знаменитом «американском интервью» 1998 года он заявлял, что никакой другой роли, кроме сырьевого придатка Запада, Россия играть не может, а все умные и талантливые люди скоро ее покинут.

Человек с подобными убеждениями, разумеется, не станет заниматься формированием положительного имиджа страны через развитие последней, в лучшем случае – лишь попытается имитировать такую работу [6].

Анализируя многочисленные примеры явного несоответствия образа власти и имиджа страны, специалисты приходят к выводу, что основным критерием оценки влияния имиджа власти и отдельных политических лидеров на образ страны являются механизмы обеспечения легитимности власти.

Легитимность – это законность, согласие, взаимное доверие в отношениях общества, народа и политической власти, состоящее в признании ее права на руководящую роль. Легитимность включает в себя два компонента: мнение народа (или значительной его части) о законности данной власти и осознание правящими верхами своего права на власть [7]. Облеченные властью должны опираться не только на санкционированное законом влияние, но и убедить общество в своей необходимости, оправдать свои позиции и действия.

Природа легитимности власти, ее источники и способы обеспечения непосредственно определяют образ страны в восприятии внутренней и зарубежной общественности. При этом степень участия самой власти и отдельных ее представителей в формировании имиджа страны может весьма различаться – в зависимости от способов обеспечения легитимности, которых можно выделить не менее трёх [8]: благодаря традиции – т. е. в силу того, что власть «всегда» была легитимной, поскольку освящена авторитетом патриархальных установлений и религиозных норм (монархия);

рационально-правовая власть – когда лицам, исправляющим властные функции, повинуются в силу признания правомерности законов, благодаря которым они пришли к руководству (вера в силу права, закона);

харизматическая власть – основывается на вере в руководителя, лидера, вождя, которому приписываются великие личные качества, в ряде случаев возможен элемент обожествления (например, когда речь идет о религиозном пророке или когда налицо проявление исключительных талантов). Харизматический тип легитимной власти строится на безоглядном доверии вождю, слепом подчинении, замешенном на страхе и чувстве самосохранения.

В современных обществах выделяются, в основном, два типа легитимности власти: либерально-демократический и вождистско-плебисцитарный [9]. Первый основан на безусловности прав и свобод человека, выборности центральных органов власти, конституционном ограничении сферы деятельности государства, равноправии всех политических сил, действующих в рамках конституции.

Второй тип легитимности характерен для авторитарных и тоталитарных режимов и опирается на власть лидера, партии, армии...

Как показывает исторический опыт, рано или поздно вождистско-плебисцитарная легитимность все же приходит в упадок, наступает длительный застой, формируется потребность в либерально-демократической форме преобразования общества [10].

Смена одного типа легитимности другим – сложный, противоречивый и длительный процесс. Там, где только основываются демократические процедуры – как, например, в России – может наступить нестабильность, частая сменяемость правительств, неустойчивость политического курса... Всё это, безусловно, приводит к снижению привлекательности образа страны.

Только власть, строго соблюдающая нормы права и «правила игры», получает легитимность в глазах народа, который готов поддерживать ее и без угрозы применения силы. Имидж такой власти обуславливает и имидж сильного в правовом отношении государства, связанного с соблюдением строгой политической ответственности государственных и общественных

деятелей перед своими гражданами.

Изучение восприятия образа государства невозможно без разностороннего изучения восприятия власти гражданами. По данным социологического опроса Независимого исследовательского центра РОМИР, немалое число наших соотечественников ставят под сомнение компетентность власти и ее легитимность [11]. Острой остаётся и проблема коррупции власти, также являющаяся обязательной частью процесса формирования образа страны [12]: 75,9% (!) россиян в большей или меньшей степени уверены в коррумпированности власти на всех уровнях. Это серьезный имиджевый пробел: если власть и коррупция сделались стереотипом массового сознания, то без долгосрочных усилий вряд ли удастся кардинально изменить взгляды соотечественников. Кроме того, именно эта имиджевая составляющая имеет первостепенное значение для иностранцев - зарубежных инвесторов, предпринимателей, просто граждан других государств. Так что данное направление - чрезвычайно важный аспект изменения существующего имиджа власти, неотъемлемая часть механизма формирования позитивного образа страны.

Продолжая анализ связи имиджа власти и ее легитимности, необходимо отметить, что это достаточно «тонкая материя». Здесь важно все: от средств массовой информации, общей и политической культуры населения, уровня его благосостояния – до традиций, привычек, стереотипов поведения, фольклора и... слухов!

Правящие круги государства, как правило, стремятся сформировать и внедрить в массовое общественное сознание образ справедливой власти, применяя при этом различные правомерные и неправомерные способы. В этой связи важно рассмотреть вопрос соотношения власти и имиджа в историческом ракурсе.

Издавна российская политическая элита формировалась по служебному принципу. Как отмечал в своё время еще В. Ключевский, вся тяжесть обязательных государственных повинностей ложилась, в основном, на высшее служебное сословие Руси. Эта тяжесть была порой столь велика, что существовало закладничество – уклонение от обязанностей (в том числе и от государственной службы) путем перехода в холопы (т. е. ценой потери личной независимости) [13]. К середине XVII века указанное явление приобрело столь массовый характер, что для борьбы с ним правительству пришлось принять строгие законодательные меры – вплоть до угрозы смертной казни!

Следствием тяжести государевой службы стало нежелание родовой аристократии и «золотой молодежи» нести ее – несмотря на то, что для высшего эшелона служивого сословия существовали известные привилегии: денежное вознаграждение, земельные наделы (начиная с киевского периода вплоть до крушения Российской империи в 1917 году), назначение на доходные должности в системе центрального и местного управления...

Деньги, конечно, в максимальной степени обеспечивали жестко увязанный с несением службы характер вознаграждения. Однако из-за их хронического дефицита в казне государству приходилось стимулировать чиновников и другими способами: например, земельными наделами – что, в конечном итоге, было связано с превращением служивых в душевладельцев, обязанных своим положением не самоё службе, а принципу наследования. Это существенно снижало эффективность правящего класса и подрывало доверие к нему общества. Потому-то государство периодически прибегало к кардинальной реорганизации правящего слоя – к своего рода политической чистке, которая некоторым образом служила механизмом ротации российского властного эшелона (в таком контексте легко понятными становятся, например, конфликт опричников Ивана Грозного с боярством, конфронтация Петра с родовой знатью).

К середине XIX века в России насчитывалось по 12–13 чиновников на 10 тыс. человек населения – в 3–4 раза меньше, чем в странах Западной Европы. Притом большинство исследователей негативно оценивают российское чиновничество и его роль в истории страны.

На протяжении всего XIX века высшие сановники Российской империи были озабочены модернизацией страны, брали на себя ответственность за проведение реформ. Братья Милютины, А. В. Головин, Д. А. Толстой и др., воплощая идею преобразования России, пытались коренным образом изменить ход русской жизни и улучшить имидж власти и страны.

В дальнейшем в кругу либерал-демократов появились консерваторы (К. П. Победоносцев, С. Ю. Витте, П. А. Столыпин и т.д.), сыгравшие заметную роль в улучшении образа России в глазах мировой общественности: они стимулировали превращение самодержавия в конституционную монархию, опирающуюся на закон [14].

Властная элита, управлявшая страной с 1917 года, в отличие от предшественников, руководствовалась не законами, а партийным уставом, сделавшимся основой «блока коммунистов и беспартийных». В сталинские времена возник особый тип административного чиновничества – номенклатура, для которой характерна опора не на деловые качества, а на личную преданность нижестоящего вышестоящему. Поскольку партия реально была костяком государства, о законности (как основе отношений власти и общества) в строгом смысле слова не могло быть и речи.

Иначе говоря, на протяжении столетий в России господствовала авторитарная форма правления. Смена социально-политического устройства не приводит, как известно, к немедленному изменению ментальности и внутреннего настроя людей. Поэтому во внешнем образе нашей страны до сих пор постоянно угадывается подоплёка тоталитарного прошлого, оставившего глубокий след в индивидуальном и коллективном сознании граждан.

Нельзя не отметить и такой аспект: несмотря на актуальность феномена взаимосвязи имиджа власти и страны, социальные науки до сих пор не имеют надежной теории, объясняющей природу этой связи на различных этапах общественного развития. В советское время, в основном, рассматривались общие вопросы социального управления, критиковались западные теории, разрабатывавшие подобную проблематику. Затронуть же оценку имиджа страны в связи с имиджем власти никто из советских социологов не отваживался. Лишь в «перестроечный» период (1987–1991 гг.) об имидже страны появились многочисленные публикации – в том числе и в периодической печати [15].

Современные западные исследователи считают взаимосвязь имиджа страны и ее руководителей самоочевидным фактом.

В частности, Макс Вебер ещё в начале XX века говорил, что на горизонте современной цивилизации маячит государство древнеегипетского типа, усовершенствованное по последнему слову науки и техники [16]... О непосредственной взаимозависимости нравственно-этических оснований власти и отношения к последней населения страны писали и другие исследователи – например, известный английский публицист-историк и политолог С. Н. Паркинсон, вскрывший всеобщие законы развития власти и бюрократии [17].

Разные авторы предлагают различные подходы к определению истоков феномена имиджа власти и государства и методов их формирования. Обобщая результаты их исследований, можно выделить некоторые унифицированные положения.

1. Большинство авторов отмечает, что в самом термине «власть» нет ничего негативного. Звенья государственного аппарата (включая руководство страны) создаются для управления общественно-политическими и экономическими процессами государства, а также для организации связей между властью и обществом в целом. Естественно, они наделяются определенной властью и должны в рамках своей компетенции стремиться не к собственным выгодам, а к обеспечению интересов тех, кто уполномочил их управлять.

2. На практике же термин «власть» и все производные от него (особенно это заметно в постсоветском пространстве) употребляются в ярко выраженном негативном смысле. То есть акцент смещается в сторону извращенных форм управления (раздутость аппарата, подмена законов подзаконными актами, волокита, консерватизм, коррупция, недоступность, протекционизм и др.).

3. При смене внутри- и внешнеполитического курса или руководителя страны сопутствующие власти качества способны к мутации и адаптации, что обусловлено состоянием социальной, экономической и политической баз.

Таким образом, имидж власти представляет собой форму проявления социальных противоречий между государством и обществом, аппаратом управления и гражданами. Чем острее эти противоречия, тем негативнее образ власти, а, следовательно, и имидж страны в глазах общественности.

Что касается России, то в ней имидж власти в дополнение к отмечавшимся общим свойствам обладает рядом специфических особенностей. Вызвано это прежде всего тем, что гражданского общества европейского образца в России никогда не было, и государство всегда господствовало над обществом. Представители государственной власти поэтому обладали преимуществом по сравнению с другими сословиями – даже самыми привилегированными. Экономические преобразования в значительной степени осуществлялись сверху – путем государственного принуждения. Превыше всего ставились интересы государства и обороны, не всегда совпадавшие с интересами сословий. Формы социальной жизни и организации, не санкционированные государственными органами, решительно уничтожались.

С утверждением советского строя и началом социалистических преобразований России и союзных республик руководители государства считали, что главная опора антагонистических отношений между обществом и властью – система капиталистических общественных отношений – порушена. Но реальность показала, что основные пороки прежней государственной машины прекрасно могут существовать и в новых условиях – номенклатурно-бюрократического «народовластия».

Формы «улучшения» имиджа управленческой структуры «сверху» на советском отрезке времени были самыми разнообразными – от ленинских декретов до горбачевских перестроек, от сталинских чисток до андроповских облав... Но результаты их оставались неизменными: отношение к власти как «общенародной» так и не закрепилось в сознании рядовых граждан.

Можно с уверенностью утверждать, что то же самое положение сохраняется до сих пор. Демократические трансформации пока носят по большей части иллюзорно-поверхностный характер. Авторитарный стиль прочно внедрён в глубины всей общественной структуры. Его искоренение, по существу, только декларируется и планируется в некой перспективе. Причём, перспектива эта может сколько угодно долго корректироваться и пересматриваться.

Итак, резюмируем: чтобы возник и утвердился в общественном сознании положительный образ государства, прежде всего, необходимо глубокое научное исследование феномена взаимосвязи имиджа власти, ее представителей и страны, социально-политической природы отношений общества и власти, структуры государственной иерархии. В настоящее время Россия начинает постепенно выходить из масштабного кризиса, поразившего буквально весь её организм. В сознании общества очень медленно, но всё же изменяется прежнее представление о власти как антагонистическом интересам граждан институте. Во многом это связано с образом нынешнего президента страны. Однако феномен личности в формировании имиджа власти и страны требует специального рассмотрения, которым мы и займёмся в следующей статье.

[Статья опубликована на сайте ИАА "Мик"](#)
30 апреля 2004 г.

[1] См. об этом: Лукницкий С. П. Средства массовой информации в системе социального управления современной России: Автореф. дис. / Рос. акад. гос. службы. М., 1998.

[2] Цит. по: Имидж-контакт. 2003. Январь.

[3] См.: Соколова Н. Есть мнение, что мнения нет. Над имиджем России в мире никто не работает // Известия. 2000. 10 апреля.

[4] См. об этом: Марков С. PR в России больше чем PR.

- [5] См. об этом: Марков С. PR в России больше чем PR.
- [6] См.: Московский комсомолец. 2001. 16 октября.
- [7] См.: Гордеева О. И. Политический имидж в избирательной кампании // Технологии и организация выборных кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. М., 1993. С. 63.
- [8] См. об этом: Жмыриков А. Н. Психология политического лидерства в современной России. Н. Новгород: Нижегородский гуманитарный центр, 1996.
- [9] См. об этом: Коваленко Н. А. Центральная власть и аппарат управления в России: механизмы формирования и функционирования. М., 2000.
- [10] См. об этом: Коваленко Н. А. Центральная власть и аппарат управления в России.
- [11] См.: РОМИР: социологический опрос, 2002.
- [12] См. там же.
- [13] См.: Ключевский В. О. Собр. соч.: В 9 т. М., 1987. Т. 4. С. 74.
- [14] См.: Ключевский В. О. Собр. соч. Т. 4. С. 87.
- [15] См. об этом: Крамник В. В. Технология власти: Политико-психол. механизмы: Автореф. дис. / СПб. ун-т. СПб., 1995.
- [16] См.: Гайденок П. П., Давыдов Ю. Н. Проблемы бюрократии у Макса Вебера // Вопросы философии. 1991. № 3.
- [17] См.: Паркинсон С. Н. Законы Паркинсона. М., 1989. С. 184.