

ВЛАДИМИР ЗЕЛЕНСКИЙ КАК ПРОДУКТ ЭПОХИ ПОСТМОДЕРНА

А. И. Лысюк

*Доктор политических наук, доцент, доцент кафедры политологии и
социологии, БрГУ им. А.С. Пушкина, Брест, Беларусь
ailysiuk@list.ru*

В статье исследуется воздействие ценностей постмодерна на систему политического лидерства на примере президента Украины В. Зеленского. Отмечается, что ключевые параметры постмодерна детерминировали в стране феномен постполитики, которая на определенном историческом этапе оказалась социально востребованной и эффективным актором которой выступил украинский президент.

Ключевые слова: постмодерн; постполитика; медиализация политики; персонификация политики; политические коммуникации.

VLADIMIR ZELENSKY AS A PRODUCT OF THE POSTMODERN EPOCH

A. I. Lysyuk

*Doctor of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of Political Science and Sociology, Brest State A.S. Pushkin University,
Brest, Belarus
ailysiuk@list.ru*

The article examines the impact of postmodern values on the political leadership system using the example of the President of Ukraine V. Zelensky. It is noted that the key parameters of postmodern determined the phenomenon of post-politics in the country, which at a certain historical stage turned out to be socially in demand and an effective actor of which was the Ukrainian president.

Key words: postmodern; postpolitics; medialization of politics; personification of politics; political communications.

Политическое лидерство, являясь не только институциональным, но и социокультурным образованием, испытывает на себе существенное воздействие смены в обществе ценностных парадигм. Как отмечает российский политолог А. Соловьев, «политическая сфера жизни представляет ту сферу социальности, которая наиболее жестко зависит от влияния культурных факторов, лежащих в основании... символической идентификации и мотивации акторов» [1, с. 126–127]. Переход от модерна к постмодерну, к постматериальным ценностям

изменяет господствующие типы политического лидерства во всех его базовых компонентах, в особенности, касающихся механизмов легитимизации властных элит.

Президентство В. Зеленского является классическим вариантом демонстрации значимости ценностей постмодерна в современной политике.

Американский исследователь Р. Ингхларт подчеркивает, что «ключевой мотив постмодернизма – это недоверие ко всем метанарративам: все идеологии, религии и другие общие объяснения ... не достойны доверия» [2, с. 348]. С точки зрения постмодернистского мышления субъекты политики мыслят и действуют «за пределами левого и правого», традиционных идеологических доктрин. Подобный тренд в полной мере проявился в деятельности В. Зеленского, политико-идеологические предпочтения которого во время избирательной кампании невозможно было идентифицировать по причине их неартикуляции, что технологически оказалось эффективным, поскольку большинство населения страны «приписывало» молодому политику собственные политические убеждения.

Помимо политико-идеологической, для этой эпохи имманентно присуща мировоззренческая неопределенность: «Двусмысленность – это центральный компонент постмодернистского мировоззрения» [2, с. 348]. Важнейшими симптомами постмодернистского мировосприятия являются уклончивость смыслов, их разорванность, алогичность мышления, рыночность и «порнографичность» культурных образцов. По причине эластичности мировоззренческих позиций наблюдается дефицит лидеров с устойчивыми ценностными ориентациями. Возникает состояние «текучести», которая не требует следования принципам. Таковым лидером является и В. Зеленский, ключевым лозунгом которого является «мем» «Какая разница», означающий, что различные политические ценности, символы, герои лишаются своей устойчивости, однозначности и выступают в виде социального компромисса, рамки которого определяет властный комфорт, «рыночный фундаментализм» и прагматические соображения.

Трансформация ценностей в эпоху постмодерна приводит к формированию постполитики. Польский политолог П. Зукевич (P. Żukiewicz) отмечает, что в этот период «политические лидеры стали меньше внимания уделять реализации политических программных положений, но больше – маркетинговой стратегии, которая могла бы гарантировать им успех в короткой временной перспективе, определяемой сроками очередных выборов» [3, с. 96]. Они начинают ориентироваться на утилитарное и конъюнктурное, демонстрируя

избыточную озабоченность своим имиджем в ущерб выработки и реализации рациональных политических программ.

Польский исследователь Я. Станишкис (J. Staniszkis) указывает на то, что в эре постполитики все большее число лидеров отдают предпочтение не рациональной политике, а имитации публичной деятельности. Она использовала для ее обозначения понятие «политика пастишу», выражающейся в подделке, имитации, искажении чего-то подлинного и настоящего, на создании для массовой публики псевдособытий, развлечений, «зрелищ» [4, с. 141]. В политическом лидерстве «пастиш» нацелен на симулятивное формирование некоего синтетического политического образа, «ставшего крайней формой товарного овеществления» (Г. Дебор), поскольку главным его качеством является способность быть проданным избирателям. Политика превращается в совокупность (не)выгодных транзакций. Наблюдается отсутствие политического визионерства, так как политики скованы кратковременным горизонтом, определяемым очередными выборами. Усиливает свои позиции постправда, т.е. масштабное обращение лидеров к эмоциям публики при котором факты и истина имеют всё меньшее значение.

В этом отношении у В. Зеленского очевиден разрыв между его ориентацией на рейтинг, отражающий актуальное состояние масс, и разработкой стратегических задач, что создает риски для страны. Ю. Мостовая подчеркивает, что украинский «пастырь следует за паствой, потакая ее желаниям ... и откладывая на потом множество других болезненных, но необходимых решений ... Для государственного деятеля рейтинг не цель, а средство ... Зеленский все еще не осознал своей ответственности ... Комфорт он ценит выше эффективности» [5].

Со своей стороны Г. Друзенко констатирует: «Трагедия Зеленского в том, что став президентом, он ... оказался перед вызовом производства оригинального контента, а не пародирования чужого ... Устарелые содержания, смыслы и практики должны быть вытеснены только новыми – агрессивными, привлекательными и эффективными ... Зеленскому пришло время платить за стратегический вакуум, который он принес с собой» [6].

Термин «постполитика» используется и как синоним медиализации политики. В ее рамках информационно-смысловое взаимодействие лидера и последователей осуществляется с помощью определенным образом организованных и переданных медиа-сообщений. Появляются политические лидеры, непосредственно от них производные. Австрийский философ Г. Кёхлер убежден, что «началась эра коммуникаций в массовом обществе, где решающим политическим

фактором стала *виртуальная толпа* ..., в коллективной душе которой отразились ... импульсивность, податливость внушению и легковерие, анонимность, односторонность чувств, чувство безответственности, снижение критического мышления и т.п.» [7, с. 78–79]. Сила телевизионного контента в Украине оказалась столь сильной, что граждане страны на демократических выборах избрали своим президентом телевизионный персонаж, что позволило В. Портникову назвать украинцев «нацией телевизора». В интервью The Guardian В. Зеленский признается, что телевизионный образ президента Голобородька определяет некоторые его действия и решения.

Интернет способствует возникновению феноменов виртуального пространства, виртуального сообщества, виртуальной политики, в которые лидер должен «вписываться». Он превращается в центр и нерв сетевых отношений. Самым значимым ресурсом сети и телевидения является доверие и умение производить впечатление, желательно, яркое.

Практически все политологи и журналисты подчеркивают высокую степень обаяния В. Зеленского, его фантастическую способность нравиться, сексуальность и личностную притягательность. Для него, в особенности как для недавнего актера, принципиально важно, чтобы публика его любила персонально, а не представляемый им комплект идей. С. Чунихина подчеркивает, что «ему удалось в определенный момент стать Олегом Винником от политики ... Зеленский развивает свою популярность по артистическим лекалам ... В определенный момент времени перенесение этого образа на политику дало кратковременный, но взрывной эффект» [8]. В свою очередь журналисты Guardian отмечают, что Зеленский «провел нелепую, постмодернистскую кампанию, центральным элементом которой был общенациональный комедийный тур, включающий видеоклипы его экранного президента. В основном он просто хотел рассмешить публику» [9].

Однако артистический образ всенародного любимцы включает для политика серьезные риски. Некоторые исследователи полагают, что Зеленский, как «наркоман любви», своеобразный «нарцисс», зависимый от аплодисментов публики/электората, в случае неизбежного их исчезновения и превращения в объект насмешек и серьезной критики неизбежно начнет чувствовать серьезный психологический дискомфорт.

При разрушении потребности безопасности индивида эпохи постмодерна возможна трансформация политики в направлении удовлетворения потребностей граждан, составляющих их низший уровень (материального существования и безопасности), и обеспечивающих предсказуемое будущее, что требует усиления

авторитарности власти. Перед подобным вызовом в настоящее время находится В. Зеленский.

Библиографические ссылки

1. *Соловьев А. И.* Политическая культура: к проблеме идентификации национальных моделей / Принципы и практика политических исследований. М. : РОССПЭН, 2002. С. 126–144.
2. *Инглхарт Р.* Мадэрнізацыя і постмадэрнізацыя / Палітычная навука. Анталогія класічных тэкстаў. Мінск-Вільня : Палітычная сфера, 2012. С. 326–389.
3. *Żukiewicz P.* Przywództwo polityczne. Teoria i Praktyka. Warszawa : Difin, 2011.
4. *Staniszkis J.* O władzy i bezsilności. Kraków : Wydawnictwo Literackie, 2006. 288 s.
5. *Мостовая Ю.* Какая разница? [Электронный ресурс] / URL:https://zn.ua/internal/kakaya-raznica-345113_.html. (дата обращения: 04.01.2020).
6. *Друзенко, Г.* Після «слуг»: куди хитнеться український політичний маятник [Электронный ресурс]. URL:<https://censor.net.ua/b3173570>. (дата обращения: 04.02.2020).
7. Кёхлер, Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога // Полис. 2013. № 4.– С. 75–85.
8. *Чуніхіна С.* Зеленському вдалося на певний момент стати таким собі Олегом Вінником від політики [Электронный ресурс]. URL:https://lb.ua/society/2020/03/03/451232_zelenskomu_vdalosya_pevniy.html. (дата обращения: 04.03.2020).
9. *Уокер III., Эндрю Р.* Владимир Зеленский: Мое приглашение в Белый дом? Мне сказали, что его готовят. Интервью с В. Зеленским [Электронный ресурс] / URL:https://censor.net.ua/resonance/3180165/vladimir_zelenskiyi_moe_priglasenie_v_belyyi_dom_mne_skazali_chno_ego_gotovyat. (дата обращения: 22.03.2020).