Ivanov O.I. Kachestvo chelovecheskogo potentsiala ekonomiki kak problema sotsial'nogo deistviia [The quality of human potential as a problem of social act] Doklad na XIV Aprel'skoi mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii «Modernizatsiia ekonomiki i obshchestva», Moscow, 2013. Available at: http://www.gosbook.ru/node/72100

Kelle V.Zh. Problemy realizatsii intellektual'nogo potentsiala Rossii [The problems of realization of intellectual potential of Russia]. Chelovecheskii potentsial Rossii: intellektual'noe, sotsial'noe, kul'turnoe izmerenie [Human capacity of Russia: intellectual, social, cultural measurement]. Iudin B.G. (ed.). Moscow, 2002, 265 p.

Kolin K.K. Chelovecheskii potentsial i innovatsionnaia ekonomika [Human potential and innovative economy]. *Vestnik Rossiiskoi Akademii estestvennykh nauk*, 2003, no 4 - Tematicheskii nomer «Intellektual'nye resursy Rossii». Available at: http://wwintellect.ru/forum_pub/vestnik_0.16-22.pdf

Kuz'min A.M. Infrastruktura razvitiia chelovecheskogo potentsiala organizatsii [The development of infrastructure of human potential in the organization. Kand. ec. sci. diss.]. Moscow, 2007, 186 p.

Suslova O.M. Teoretiko-metodologicheskie voprosy issledovanija chelovecheskogo kapitala [The theoretical and methodological research problems of human capital]. *Jekonomicheskaja nauka sovremennoj Rossii*, 2011, no 1, pp. 72-82.

Дополнительная литература

Переверзева А.В. Человеческий потенциал и человеческий капитал: взаимосвязь и взаимовлияние // Сборник материалов по итогам Третьей международной научно-практической онлайн-конференции, Москва, 27–30 июля 2011 г. / Под общ. ред. О.Н. Мельникова. М.: Креативная экономика, 2011. 496 с. URL: http://www.creativeconomy.ru/articles/22152/

Дмитрий МЕДВЕДЕВ

Политическая коммуникация: «харизматичное» стратегирование (на примере инаугурационной речи Б. Обамы)

Церемония инаугурации 44-го президента США Барака Хуссейна Обамы состоялась в январе 2013 г. в Вашингтоне и стала 57-й в политической истории страны. По оценкам организаторов, за церемонией наблюдали от 650 до 800 тыс. человек, разместившихся на Национальном молле, прилегающем к Капитолийскому холму. В популярном интернет-сервисе микроблогов Twitter тема инаугурации американского президента установила рекорд – количество твиттов превысило показатель инаугурации 2009 г. почти в шесть раз и достигло отметки 18712 в минуту.

Традиционное внимание общественности к этой церемонии объясняется во многом тем, что процедура вступления в должность президента сопровождается обращением, в котором находят отражение стратегические приоритеты и ориентиры государственного и общественного развития сроком на четыре года и более.

Инаугурационная речь апеллирует к массовому сознанию с целью генерирования «стратегических субъектов», то есть идеальных образцов гражданской добродетели, стремление к реальному воплощению которых может способствовать повышению безопасности и устойчивому развитию нации [Лепский, 2002. С. 19]. Этот прием позволяет мобилизовать и направлять социальную энергию в заданное русло. Используя синергетическую терминологию, мы говорим об искусно и искусственно созданных аттракторах развития, которые являются идеализированной моделью состояния, к которой стремится система. В данном случае речь идет об аттракторе, созидаемом в массовом сознании американского народа. Инстру-

Дмитрий МЕДВЕДЕВ, аспирант РАНХиГС (119571, Москва, проспект Вернадского, 82). E-mail: dima_med89@mail.ru

Аннотация: В статье рассматривается современный инструментарий стратегического моделирования политической ситуации с учетом особенностей ценностно-смысловой ориентации объекта воздействия, манипулирования смыслами и ценностями общества за счет точечного воздействия на массовое сознание в коммуникативной среде.

Автор исследует понятие политической харизмы, харизматического политического лидерства и потенциал его использования как ключевого инструмента мобилизации социальной энергии и управления аттракторами общественного развития. На примере инаугурационной речи Барака Обамы в феврале 2013 г. автор выявляет новый инструментарий стратегического моделирования, основывающийся на принципах социально-культурной герменевтики и методологии «средового» воздействия. Сделан вывод о возрастающей роли харизматического политического воздействия в стратегическом управлении, основанном на коммуникативной и рефлексивной парадигмах.

Ключевые слова: политическая харизма; стратегическое планирование; массовое сознание; рефлексивное управление.

ментарий его формирования достаточно обширен, но особый интерес представляет феномен харизмы в процессе стратегического управления и создания аттрактивных состояний системы. Сплочение группы (партии, нации) является обязательным условием актуализации процесса потребности в харизматическом лидерстве.

Публичное лидерство Барака Обамы имеет харизматический характер и отражает несиловую, психическую способность индивида привлекать людей и руководить ими. Этот «мягкий», не принуждающий паттерн воздействия характерен для управления в парадигме постнеклассической науки. Еще одной особенностью постнеклассического управления является «несоразмерность причины и следствия»: причина, то есть управленческое воздействие, в информационном и энергетическом отношении, несимметрична и несоразмерна результатам [Смирнова, 2001. С. 59]. Точечное воздействие может произвести системную трансформацию в масштабах всего социума и вывести на нужный путь-аттрактор развития.

44-й президент США – признанный мастер общения с массовой аудиторией не только в Америке, но и в Европе, на Африканском и Азиатском континентах. Известный исследователь «коммуникативного феномена» Б. Обамы Лиэнн Шэл отмечает: «Б. Обама произнес поразительное множество динамичных, ориентированных на победу речей. ...Убедительные речи Барака Обамы стали основным орудием, способствующим его успеху» [Лиэнн, 2010. С. 163, 164].

Проведенный автором анализ инаугурационной речи американского президента позволил изучить подходы и методы управления (манипулирования) смыслами и ценностями общества, которые были направлены на создание понимаемой и принимаемой стратегии развития страны и обеспечения ее национальной безопасности, и месте в этом процессе харизматического лидерства и эмоционального ресурса субъекта управления [Вторая инаугурационная речь Б. Обамы, 2013].

«Политическая харизма» входит в круг наиболее дискуссионных и неоднозначных вопросов политической социологии, политической и социальной психологии. Этот феномен, характерный для малых и особенно для больших групп, склонных персонифицировать свои идеалы в процессе сплочения, становится особенно актуальным в экстремальных исторических обстоятельствах «как реализация соответствующей социально-психологической потребности» [Степанов, 2005. С. 636]. По М. Веберу, считавшему начальной точкой анализа аффективного воздействия кризис, харизма играет ключевую роль в точках бифуркации (полифуркации), где система дестабилизирована и крайне нестабильна.

Экономический кризис и обострившиеся социальные противоречия в данном контексте можно рассматривать как «экстремальные исторические обстоятельства» или точки роста нестабильности. Экономическая рецессия в США и политика американского руководства по сокращению социальной поддержки граждан стали катализаторами концентрации социальной энергетики, которая скоро могла проявиться в массовых антиправительственных демонстрациях и открытой агрессии. Осознавая превалирующую эмоциональную компоненту восприятия массовым сознанием сложившейся обстановки, президент США направляет интенции своего послания к аффективной части коллективного сознания, создавая тесную эмоциональную связь с социумом, основанную на харизме, и опираясь на свой эмоциональный личностный ресурс.

В течение выступления Б. Обама не раз подчеркивает уникальность исторической судьбы нынешнего поколения, которое «выдержало испытание кризисом» и «прошло крещение огнем» [Вторая инаугурационная речь Б. Обамы, 2013], создавая условия для активизации эмоционального восприятия озвученных смыслов. Воздействие на бессознательную аффективную сторону массового сознания объяснимо еще тем, что харизматический лидер является воплощением одного из архетипов политического вождя, а архетипы, как известно, закреплены в «первобытных структурах» массового бессознательного [Почепцов, 2001. С. 88].

Политическая борьба в месяцы предвыборной гонки усилила существующие в американском истеблишменте противоречия во взглядах на будущее страны. Перевес голосов «за Обаму» над его оппонен-

POLITICAL COMMUNICATION: «CHARISMATIC» STRATEGIZING (PRESIDENT OBAMA'S SECOND INAUGURAL ADDRESS AS AN EXAMPLE)

Dmitry Medvedev, postgraduate student, RANEPA (Russian Federation, 119571, Moscow, Vernadsky Prospekt 82). E-mail: dima_med89@mail.ru

Summary: The paper analyzes the modern tools of strategic modeling of political situation with taking into consideration detailed diagnosis of the value-sense orientation of the object of manipulation and guiding the meanings and values of the society by the point-contact on the mass consciousness in a communicative environment.

The author explores the concept of political charisma, charismatic political leadership and its potential use as a key tool for social mobilization and management of attractors of social development. The analysis of the President Obama's second inaugural address in February 2013 revealed a new strategic modeling tool, based on the principles of social and cultural hermeneutics and methodology of «environmental» influences. The author emphasizes the increasing role of charismatic political influence in the strategic management based on the communicative and reflexive paradigms.

Keywords: political charisma; strategic management; mass consciousness; reflexive management.

том М. Ромни был настолько невелик (за Обаму проголосовал 51% выборщиков), что местные средства массовой информации заявили о расколе общества, которое, кроме всего прочего, неоднородно не только политически, но и конфессионально, и национально. Таким образом, нужна была платформа для консолидации масс, некий «middle ground». Именно поэтому в первых же абзацах речи президент подчеркивает, что критерием принадлежности к американской нации является не одинаковый цвет кожи, приверженность к той или иной политической партии, и не происхождение имени, а общая система ценностей. «Американец – это тот, кто разделяет демократические идеалы, а именно: Свободу, Право на жизнь и Право на счастье» [Вторая инаугурационная речь Б. Обамы, 2013]. Обращение президента создавало ощущение единства, скрепляя общество ценностными ориентирами.

Для понимания феномена харизмы вновь вернемся к М. Веберу, который писал: «...термин "харизма" будет применяться к определенному качеству индивида, благодаря которому он выделяется из среды обыкновенных людей и считается наделенным исключительными способностями и качествами» [Вебер, 1988. С. 139]. Таким образом, харизма не может быть навязана «сверху», так как привлечь и повести за собой должен тот, кто из «среды обыкновенных людей». Начиная практически каждый абзац своей речи словами: «Мы, американский народ» или «Вы и я, граждане США» [Вторая инаугурационная речь Б. Обамы, 2013], Б. Обама таким образом сокращает дистанцию власти в массовом сознании, создает эффект совместной клятвы, в которой выражена воля президента страны и воля его граждан.

Харизматическое лидерство обычно носит религиозный или квазирелигиозный характер [Романова, 2011. С. 130], следовательно, важным компонентом стратегического целеполагания является опора на религию как константу общественного развития. При этом обеспечивается сохранность ценностных ориентиров общества, и общество, проходя точки бифуркации (полифуркации), сберегают свою структуру. Зная эту зависимость, Барак Хуссейн Обама неоднократно обращался к религиозным чувствам нации: «Свобода является даром от Бога», «мы сохраним нашу планету, доверенную нам Господом».

Традиционные религиозные ценности, нашедшие отражение в ментальности и архетипах народа, входят в коллективное бессознательное, в котором отношение к миру не всегда логически выявлено и зависит от эмоций и привычек. Апеллирование к религии позволяет субъекту управления миновать рациональные, «критические осмысляющие» механизмы психики [Почепцов, 1999. С. 253], напрямую воздействуя на эмоции людей. Так, Обама, упомянув, что все равны в глазах Бога, постулирует равенство людей нетрадиционной ориентации, хотя это идет вразрез с принципами христианской веры.

Механизм харизматического лидерства в стратегическом политическом управлении основывается на проекции, «переносе» психической энергии коллективного бессознательного на лидера [Романов, 2012. С. 60]. Носитель харизмы, становясь воплощением чувств и ожиданий народа, устанавливает сильную эмоциональную связь с объектом управления, что позволяет ему управлять мобилизованной социальной энергией при воздействии в коммуникативном поле, создавая «стратегические субъекты» или пути-аттракторы развития. Успех управления такого рода зачастую зависит от достигнутого уровня коммуникативного диалога.

Для обеспечения такого рода управления президент США, опираясь на налаженный эмоциональный канал воздействия, в своей речи использует несложную для понимания терминологию, а понятные каждому эмоционально окрашенные идиомы, такие как «never-ending journey», что в буквальном переводе означает «путешествие, которое никогда не закончится». Он еще не раз прибегнет к метафоризму и символизму для формулирования желаемого аттрактора развития социального организма: («Кровь, пролившаяся под ударами бича, и кровь, пролитая мечом, научила нас...», «Только тогда наши усилия увенчаются успехом, когда все наши дети, от улиц Детройта до холмов Аппалачей и уютных домов Ньютауна, будут уверены, что их любят, о них заботятся и защитят от любых опасностей» и т. п.). Иными словами, стратегические цели в выступлении формируются чувственными образами и символами, перенаправляя «энергию архетипа в сознательное мышление» [Почепцов, 2009. С. 144].

Хотя проекция психической энергии социума осуществляется сознательно, она выражается как эмоциональный порыв. Каждая из метафор выверена, каждый образ содержит в себе «запакованный» смысл, являя собой то самое точечное воздействие на массовое и общественное сознание, о котором говорилось выше. Таким образом, в глубинных уровнях психики происходит формирование социальных и политических мотивов претворения в жизнь той модели будущего, которую им предложил президент. Следовательно, необходимое условие положительного результата воздействия – тщательное изучение ценностно-смысловой ориентации объекта управления. Стратегирование в сфере политики должно ориентироваться на смысловую составляющую коммуникативного контекста, формируя желаемые смыслы и аттракторы-состояния в глубинных уровнях массового сознания. Эта модель разрешения противоречий в политической легитимации харизматического лидерства заключена в получающей все большее признание политологов и политиков коммуникативной парадигме.

Результатом анализа инаугурационной речи 44-го президента США [Вторая инаугурационная речь Б. Обамы, 2013] является выявление нового инструментария стратегического моделирования, заключаю-

щегося в точечной манипуляции при формировании желаемых смысловых конструкций в глубинных уровнях сознания объекта, позволяющие воплотить смоделированные, выгодные субъекту состояния системы. Учитывая такие особенности объекта управления, как суперсложность и склонность к саморазвитию, он подвергается не «жестким» паттернам воздействия, но «органичным» и точечным.

Управление такого рода не гарантирует однозначного результата, так как невозможно учесть все нюансы восприятия команды объектом управления. Однако достижимо построение кластера (континуума) возможных состояний развития, которые образуются при направленности системы по заданному пути-аттрактору. Такой вид прогнозирования развития политических процессов и состояний опирается на системно-синергетический подход, использующий инструментарий социально-культурной герменевтики, этнометодологии и «средового» воздействия. Средовое воздействие представляет собой «настройку» коммуникативно-смысловой среды объекта управления путем создания условий его развития в соответствии с желаемыми стратегическими целями [Смирнова, 2011. С. 65].

Роль харизматического политического воздействия в современном стратегическом управлении, основанном на коммуникативной и рефлексивной парадигмах власти, безусловно, будет возрастать.

Литература

Вторая инаугурационная речь Б. Обамы. Сайт посольства США. http://iipdigital.usembassy.gov/st/russian/texttrans/2013/01/20130123141348.html#axzz2UgTYMpV0

Вебер М. Типы господства. 4. Харизматическое господство // СОЦИС. № 5. 1988. С. 134-139.

Лепский В.Е. Субъектно-ориентированная парадигма СМИ: гармония информационной безопасности и развития России / Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т. 1: Телевизионные и рекламные коммуникации / Под ред. А.И. Донцова, Я.Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 19-29.

Лиэнн Ш. Говори как Обама. М.: Добрая книга, 2010. 272 с.

Почепцов Г.Г. Коммуникации в сфере паблик рилейшнз / Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2001. 656 с.

Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер. 1999. 624 с.

Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: СмартБук, 2009. 575 с.

Романов С. Роль переноса в политическом процессе: традукция харизмы / Государственная служба. 2012. № 5. С. 58-61.

Романова Н.П. Концепция харизматического лидерства // Вестник Читинского государственного университета. 2011. № 9 (76). С. 130-137.

Смирнова Н.М. Соотношение жестких и мягких паттернов социального управления: социально-эпистемологический анализ / Наука и социальные технологии (ред. Касавин И.Т.). М.: ИФ РАН, 2011. С. 54-72.

Степанов С. Популярная психологическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2005. 673 с.

References

Lepskii V.E. *Sub»ektno-orientirovannaia paradigma SMI: garmoniia informatsionnoi bezopasnosti i razvitiia Rossii. Informatsionnaia i psikhologicheskaia bezopasnost' v SMI* [Subject-Oriented Paradigm Media: Harmony of information security and the development of Russian. Information and psychological safety in the media]. In 2 vols. Vol. 1. Televizionnye i reklamnye kommunikatsii [Television advertising and communications]. Dontsov A.I., Zasursky Ya.N (eds.). Moscow: Aspekt Press Publ., 2002, pp. 19-29.

Lien Sh. *Govori kak Obama* [Say It Like Obama]. Moscow: Dobraya kniga Publ., 2010, 272 p.

Pocheptsov G.G. *Kommunikatsii v sfere pablik rileishnz* / Teoriia kommunikatsii [Communication in the field of public relations / Communications theory]. Moscow, Refl-buk Publ., 2001. 656 p.

Pocheptsov G.G. *Pablik rileishnz dlya professionalov* [Public relations for professionals]. Moscow, Refl-book Publ., 1999, 624 p.

Pocheptsov G.G. *Imidzhelogiia* [Imagelogy]. Moscow, SmartBuk Publ., 2009, 575 p.

Romanov S. *Rol' perenosa v politicheskom protsesse: traduktsiia kharizmy* [The Role of Transfer in the Political Process: the Traduction of Charisma]. *Gosudarstvennaia sluzhba*, 2012, no 5, pp. 58-61.

Romanova N.P. Kontseptsiia kharizmaticheskogo liderstva [The concept of charismatic leadership]. Vestnik Chitinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2011, no 9(76), pp. 130-137.

Smirnova N.M. *Sootnoshenie zhestkikh i miagkikh patternov sotsial'nogo upravleniia: sotsial'no-epistemologicheskii analiz.* [The ratio of hard and soft patterns of social control: the socio-epistemological analysis]. Nauka i sotsial'nye tekhnologii [Social Science and Technology]. Kasavin I.T. (ed.). Moscow, IF RAN Publ., 2011, pp. 54-72.

Stepanov S. *Populiarnaia psikhologicheskaia entsiklopediia* [The popular psychological encyclopedia]. Moscow, Eksmo Publ., 2005, 673 p.

Veber M. Tipy gospodstva. 4. Kharizmaticheskoe gospodstvo [Weber M. Types of domination. 4. Charismatic domination]. *SOTsIS*, no, 1988, pp. 134-139.

Vtoraia inauguratsionnaia rech' B. Obamy [President Obama's Second Inaugural Address]. Available at: http://iipdigital.usembassy.gov/st/russian/texttrans/2013/01/20130123141348.html#axzz2UgTYMpV0

Дополнительная литература

Лефевр В.А. Рефлексия. М.: Когито-Центр, 2003. 496 с.

Лиэнн Ш. Барак Обама. Уроки лидерства. М.: Эксмо, 2012. 336 с.

Глобальная безопасность: инновационные методы анализа конфликтов / Под ред. А.И. Смирнова. М.: Общество «Знание» России, 2011. 272 с.

Шевченко А.В. Человек коммуникативный в зеркале информационной антропологии / Политическая коммуникативистика: теория, методология, практика / Под ред. Л.Н. Тимофеевой. М.: РОСПЭН, 2012. С. 131-145.

Шевченко А.В. Управление безопасностью информационных процессов. Учебное пособие. М.: Изд-во РАГС, 2009. 156 с.

Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Горячая линия - Телеком, 2003. 541 с.