

Ольга Томченко

здобувач вищої освіти соціально-гуманітарного факультету,
Західноукраїнський національний університет

Науковий керівник:

Ольга Шаюк

к. психол. н., доцент кафедри психології та соціальної роботи,
Західноукраїнський національний університет

ПОЛІТИЧНЕ ЛІДЕРСТВО ЯК ПРЕДМЕТ ПСИХОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Сучасний виборчий процес характеризується включенням хоча б кількох учасників, що передбачає конкурентну боротьбу за владні позиції між кандидатами. Існують об'єктивні причини, які посилюють цю конкуренцію. Тимчасові рамки виборчого процесу, окреслені законом, відносно малі. Це багато в чому зумовлює необхідність цілеспрямовано підтримувати на певному рівні активний інтерес виборців до політики і забезпечувати явку на вибори. Тому важливим в політичному процесі слід відзначити прагнення його суб'єктів раціоналізувати свою діяльність. Це знайшло вираження в принципах організації виборчих кампаній, орієнтованих, в першу чергу, на створення привабливого соціально-політичного образу лідера в очах виборців.

Аналіз іміджу політичного лідера як фактора впливу на рішення електорату в процесі виборчої кампанії є необхідною умовою оцінки і прогнозування політичної і соціальної ситуації в країні. Особливо актуальним це положення стає в аспекті демократичних перетворень в суспільстві, формуванням і конституційним закріпленням механізму вибору політичних лідерів - вільним, гласним, на альтернативній основі [4].

Імідж політичного лідера є мультикультурний символ, синонімами якого виступають образ, роль, амплуа, типаж, репутація, прогнозоване очікування. У символічно-смысловому контексті імідж можна інтерпретувати як персоніфіковану відповідь політика на запити населення, і, одночасно, послання політика суспільству.

Численні визначення і трактування іміджу можна умовно розділити на політологічні, психологічні та політико-психологічні. Аналіз останніх дозволив зробити наступний висновок: імідж – це цілісний образ політика, що створює про нього певне враження, думку і ставлення оточуючих. Імідж розглядається як одна з несучих конструкцій інституту політичного лідерства, сучасний інструментарій реалізації політичної влади лідера [2].

Роль і функції іміджу зазнають докорінну зміну в інформаційному суспільстві. В умовах віртуалізації публічної політики імідж не тільки виступає посередником між лідером і масами: імідж починає грати роль системотворчого конструкту нової політико-комунікаційної матриці і бере на себе виконання ряду функцій лідера. Серед цих функцій - завоювання симпатій суспільства в умовах виборчих процедур формування органів влади, мобілізація політичної підтримки і контроль за політичною поведінкою мас.

Психологічна сутність іміджу політичного лідера проявляється в формі впливу на свідомість виборців емоційно забарвленого узагальненого образу того чи іншого політичного лідера. Цей образ має характер стереотипу і детермінує переваги електорату в процесі виборчих кампаній [3].

Імідж політичного лідера тісно пов'язаний з соціальними очікуваннями, соціально - психологічними установками, соціальними стереотипами виборців, зі специфікою їх життєвого укладу, національними традиціями, етнічними стереотипами мас, національно-історичною міфологією і релігією. Він є найважливішим фактором розвитку політичної культури.

Формування іміджу відбувається в певній послідовності, починаючи з визначення вимог аудиторії, співвіднесення реальних якостей кандидата з очікуваннями громадян і, закінчуючи перекладом обраних характеристик в подієвий ряд.

Стандарти, яким повинен відповідати кандидат, визначаються загальною ситуацією в країні або регіоні, соціокультурними характеристиками населення, особливостями менталітету. Що ж стосується найбільш затребуваного типу іміджу, то слід підкреслити,

що в сучасній дійсності зростає попит, перш за все на дієздатних і ефективних лідерів.

Одним з найбільш ефективних факторів впливу на масову свідомість стає не стільки формування іміджу політика, скільки створення контріміджа його політичного опонента.

Оптимізація іміджу – це діяльність, спрямована на надання іміджу конкретних регулятивних характеристик, що забезпечують його дієвість: імідж повинен володіти високою регулюючою функцією (імідж – як регулятор поведінки і вибору електорату); імідж повинен відповідати соціальним очікуванням виборців, інтересам держави, всього народу; імідж повинен мати гуманістичну спрямованість [1].

Відтак для зміцнення і підвищення іміджу політичних лідерів, на нашу думку, необхідні наступні «складові»:

1. Політичний лідер повинен бути патріотом своєї країни. При цьому в даному випадку мова йде не тільки про любов до своєї батьківщини і народу, а й усвідомленому розумінні необхідності вирішення ряду наболілих проблем, заснованому на компетентному і цілісному інформаційному джерелі. Іншим словом, лідер повинен не тільки любити, але а, перш за все, досконально знати історію своєї країни, історичні корені тієї чи іншої проблематики.

2. У зв'язку з вищевикладеним, другою важливою складовою, спрямованою на зміцнення іміджу політичних лідерів, є їх освіченість і зацікавленість у вирішенні виникаючих проблем на користь громадян.

3. Важливою складовою в даному питанні є і «ораторське мистецтво», яке ґрунтується не тільки на вмінні чітко і довго дискутувати з опонентом, але і безпосередньо пов'язане з опорою на продумані і обґрунтовані факти існуючої дійсності.

4. При цьому не останню роль в цьому питанні відіграють також зовнішність політичного лідера і його вміння подати себе громадськості, як політично значущу особа в державі.

Перелік використаної літератури

1. Дилигенський Г. Г. Соціально-політична психологія. К.: Либідь, 1996. 352 с.
2. Джефкінз Ф. Курс маркетинга. Х., 2001. 250 с.
3. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. Киев: Лыбидь, 2000. 320 с.

4. Шепель В. М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. М., 1994. URL: <http://www.gumer.info/bibliotekBuks/Econom/shep/01.php>.

Людмила Шевченко

здобувач вищої освіти соціально-гуманітарного факультету
Західноукраїнський національний університет
Науковий керівник:

Ольга Шаюк

к. психол. н., доцент кафедри психології та соціальної роботи
Західноукраїнський національний університет

ПРЕДИКТОРНІ ОСОБЛИВОСТІ СУБ'ЄКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ У ФОРМУВАННІ ТОЛЕРАНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

Толерантність – це багатовимірне особистісне утворення, пов'язане з суб'єктивним благополуччям особистості як з його системоутворюючим фактором. Вона об'єднує в собі психологічні смисли прийняття і розуміння, терпимості і терпіння, терплячості, витривалості і стійкості, психологічною умовою прояву яких є суб'єктивне благополуччя особистості.

Основними особистісними складовими толерантності є відповідальність і самоприйняття, які максимально відображають наявність найважливіших її ознак і є показниками толерантності прийняття, як її основної форми [2; 4].

Суб'єктивне благополуччя максимально забезпечує багаточисленні ознаки толерантності особистості незалежно від зовнішніх умов, але не є тотожним їй. Не боятися вступати у взаємодію зі світом, самостійно вибирати цілі власної діяльності і реалізовувати їх – дозволяє людині довіра до себе і почуття безпеки, які виступають фундаментом суб'єктивного благополуччя і передумовою толерантної поведінки особистості.

Основне місце в структурі взаємозв'язків особистісних складових толерантності займають відповідальність і само прийняття. Схвалення своєї «внутрішньої самості» дозволяє людині легше примиритися зі своїми помилками і не боятися приймати відповідальність все, що з нею відбувається [1; 3].