

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Постановка проблеми. Один із способів стати реальним носієм змін у суспільстві та впливати на його розвиток – отримати представницькі чи виконавчі повноваження органів влади. Здобуття й утримання влади – нелегкий процес, який вимагає набуття авторитету й побудови відповідного іміджу партії чи окремого політика. У цьому зв'язку в політології навіть виник цілий напрям – іміджелогія, яка вивчає проблематику формування образів суспільних інститутів у масовій свідомості. А проблема формування іміджу політичного лідера набула на сьогодні особливої актуальності як у теоретичній, так і практичній площині.

Мета даного дослідження – розкрити найбільш значущі особливості формування іміджу політичного лідера.

Досягнення означеної мети потребує розв'язання наступних завдань:

- охарактеризувати поняття політичного іміджу;
- висвітлити класифікаційні підходи щодо іміджу політичного лідера;
- визначити важливість особливостей формування іміджу політичного лідера на сучасному етапі розвитку суспільства.

Виклад матеріалу. Поняття іміджу, в сучасному розумінні, є результатом своєрідного еволюційного розвитку виборчого процесу, коли імідж почали органічно кореспондувати із особистістю політичного лідера чи політичною партією. Це пояснюється тим, що, в умовах гострої боротьби між політичними лідерами під час виборів, завоювання довіри населення через створення певного іміджу політика стало одним із найважливіших завдань.

Політичний імідж – це особливий вид іміджу. Він включає в себе політичні і психологічні характеристики, притаманні іміджу взагалі, а також ознаки, притаманні лише його конкретному різновиду. Фахівці часто визначають політичний імідж як цілеспрямовано сформований і пропагований образ кандидата, партії, громадського чи політичного руху, забуваючи, що імідж у політичній сфері існує як феномен масової свідомості, незалежно від реалізації передвиборчих технологій, а іноді й всупереч їм.

Трактуючи поняття політичного іміджу, В. Кривошеїн визначив його як складний, багатофакторний феномен, специфіка конструювання якого пов'язана з особливістю політики як виду діяльності, її місця в житті людей і характером діяльності політичного лідера чи організації. При цьому роль ефективного політичного іміджу проявляється як у високому рейтингу популярності його носія, так і в можливостях впливу на громадську думку, в можливостях активного формування політичної діяльності держави і суспільства в цілому.

Великі мислителі Н. Макіавеллі та Г. Лебон не лише розробляли теоретичні аспекти іміджу, але й наводили розгорнуті й аргументовані докази широти практичного застосування цього концепту, зокрема, і з практичного погляду. Н. Макіавеллі, зокрема, обґрунтував необхідність для державного посадовця формувати й відстежувати той образ, у якому він постає перед іншими людьми його кола, вищими або нижчими за соціальним становищем. Г. Лебон, у свою чергу, стверджував, що головним елементом у створенні іміджу як запоруки політичного успіху є ефект «особисті чарівності».

У спеціальній літературі виділяють різні критерії класифікації видів іміджу політичного лідера. Так, у залежності від того, для пробудження яких емоцій він створюється, виділяють: позитивний (покликаний пробуджувати повагу, любов щодо носія іміджу) і негативний (покликаний сформувати такі негативні емоції, як презирство, неприязнь, ненависть щодо носія іміджу). Разом з тим, виділяють типи іміджів політиків за механізмом їх формування та розповсюдження: перший тип – такий, що виникає у масовій свідомості стихійно, – він формується і впроваджується в масову свідомість тривалий період, є досить стійким, починає ставати традицією, а люди, як відомо, є стійкими зберігачами традиційних цінностей і протривають їх зміни; другий тип – такий, що сформований штучно, цілеспрямовано впроваджуваний у масову свідомість за допомогою різного інструментарію, його впровадження може проводитися у максимально стислі строки, проте він швидко зникає з громадської свідомості, майже так само швидко, як і насаджувався в неї. Усі ці підходи тісно переплітаються, й у результаті їх синтезу утворюються чотири основні типи іміджу: стихійний позитивний, стихійний негативний, штучний позитивний, штучний негативний.

Численні приклади формування іміджу політиків свідчать, що їх якості як особистості повинні бути чітко визначеними, яскраво вираженими і досить стійкими. Прототип політичного лідера складається з набору рис, притаманних, на думку виборців, зразковому президентові (або іншим політикам). Існують як позитивні, так і негативні прототипи. Крім того, на основі різного досвіду, можуть сформуватися різні прототипи. З одного боку, прототипи політика можуть бути відображенням особистісних якостей та досягнень успішних лідерів минулого, а з іншого – набором абстрактних рис, який містить як судження про особисті якості політика, так і про його ділові та поведінкові характеристики.

Формується іміджу політичного лідера відбувається на основі, як мінімум, двох основних факторів: очікувань виборців та індивідуальних особливостей самого політика. Та варто враховувати, що в сучасному політичному житті, коли широко використовуються ефективні методи політичної реклами у ЗМІ та здійснюється потужний і всеохоплюючий тиск на громадську думку, імідж «лідера для публіки» може значно відрізнятись від «лідера – реальної особистості».

Імідж поєднує низку внутрішніх і зовнішніх факторів, які відображають погляди з різних позицій: зі сторони свого «я» та зі сторони інших, зі сторони реалій та зі сторони бажань. Імідж є комплексним поняттям. Слід мати на увазі, що власне імідж не дає повного зображення політика, а створює оптимальний образ у конкретній соціально-політичній ситуації. Основні його функції – завоювання довіри електорату; підвищення його активності; покращення інформованості виборців у сприятливому для політика ракурсі; нейтралізація заходів, які здійснює опонент.

Висновок. Узагальнюючи вищенаведене, слід зазначити, що імідж є складним феноменом, у якому поєднуються досить різноманітні фактори – як історичні, політичні, соціальні, так і особистісні. Тому, у процесі вивчення та формування політичного іміджу як загалом, так і щодо конкретних політиків, необхідно брати до уваги різноманітні чинники й фактори. Разом з тим, у змінних умовах зовнішнього середовища формування іміджу політичного лідера потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Журавський В., Кучеренко О., Михальченко М. Політична еліта України: теорія і практика трансформації. К.: Логос, 2016. 264 с.
2. Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики: міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 20–21 березня 2020 р. Київ: КНУКІМ, 2020. 274 с.
3. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2016. 145 с.
4. Кривошеїн В. В. Політичний імідж в аксеологічній структурі політичної ментальності українського народу. *Національна ідея у формуванні громадянського суспільства та правової держави в Україні*: матеріали конференції. К.: АТ «Реклама», 2012. С. 44 – 49.
5. Кривошеїн В. В. Політичний імідж як інструмент легітимації політичної влади: теоретико-методологічний аспект. *Гуманітарний журнал*. 2010. С. 46–51.
6. Кулеба О. В. Процес формування позитивного іміджу політичного лідера. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 11, 2015. С. 5–7.
7. Симоненко О. В. Інформаційні основи у формуванні іміджу сучасних політичних лідерів України. *Гуманітарний журнал*. 2014. № 3-4. С. 124–131.
8. Шиян С. О. Технології формування іміджу політичного лідера. *Конкуренцеспроможна модель інноваційного розвитку економіки України*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Кропивницький, 14 квітня 2020 року. Кропивницький, 2020. С. 306–308.