

НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П.ДРАГОМАНОВА

Денисюк Світлана Георгіївна

УДК 17.021:32.019.51

**ІМІДЖ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ
ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ:
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ**

23.00.03 – політична культура та ідеологія

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата політичних наук

Київ – 2007

Дисертацією є рукопис

Робота виконана на кафедрі політичних наук Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, Міністерство освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор політичних наук, професор
Корнієнко Валерій Олександрович
Вінницький національний
технічний університет,
завідувач кафедри політології і права

Офіційні опоненти: доктор політичних наук, професор
Телешун Сергій Олександрович,
Національна Академія державного управління
при Президентові України,
завідувач кафедри політичної аналітики
і прогнозування
кандидат політичних наук
Бульбенюк Світлана Степанівна,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана,
старший викладач кафедри політології і
соціології

Провідна установа: Інститут політичних та етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса
НАН України, відділ теоретичних і прикладних проблем політології, м. Київ.

Захист відбудеться “_23_” __травня__ 2007 року о __16⁰⁰__ на засіданні спеціалізованої вченої ради К.26.053.12 в Національному педагогічному університеті імені М.П.Драгоманова, 01601, Київ, вул. Пирогова, 9

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9

Автореферат розісланий “_13_” __квітня__ 2007 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

Н.В.Крохмаль

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. В сучасних умовах, з урахуванням неоднозначного державотворчого процесу в Україні, проблема формування іміджу політичного лідера набула важливого як теоретичного, так і практичного значення. У політиці вдало сформований імідж політичного діяча визначає перемогу на виборах, і успіх політичних партій в значній мірі зумовлений їх лідерами, бо в умовах існуючої політичної культури, увага потенційного виборця концентрується на особистості, яка репрезентує цю партію. Це пов'язано із специфічним українським феноменом так званої “персоніфікації” політики, що практично актуалізує проблему формування іміджу політичного лідера.

Актуалізують потребу формування іміджу політика процеси демократизації й політичної модернізації в Україні. Тому останнім часом політичні діячі стали звертати значну увагу на формування своїх іміджів, але в Україні поки що цей процес відбувається стихійно, а передвиборчі кампанії перетворилися в справжню війну іміджів.

Важливим видалось дослідження синергетичних основ механізму дії іміджу політичного лідера. Синергетика конструює нові уявлення про нього і пропонує громадянину розв'язання практичної проблеми вибору певного політика, виходячи із його сформованого іміджу. Через проблеми синергетики можна вийти на практичну проблему вибору такого політичного діяча, який би задовольнив наші докорінні вимоги щодо нього.

Сьогодні входження жінок у політику актуалізує вивчення гендерних основ її функціонування, а, отже, і такого іміджу, який будується на рисах жінки-лідера, оскільки сьогодні політика все більше має жіноче обличчя.

Визначальний вплив на проблематику даного дисертаційного дослідження справили концептуальні підходи зарубіжних дослідників різних галузей знань, зокрема, таких як П.Бірд, Д.Блені, Ф.Буарі, Д.Б'юкенен, Р.Верслін, С.Голдмен, Т.Грінберг, С.Катліп, Е.Кемпбелл, П.Лазарсфелд, Дж.Наполітан, М.Різ, Е.Семпсон, М.Сміт, В.Шепель. Серед російських фахівців в цій галузі привертають увагу праці Є.Блажнова, К.Єгорової-Гантман, В.Ільїна, О.Феофанова, П.Фролова, А.Цуладзе та інших.

Дослідженню практичних аспектів політичного лідерства надається велика увага в працях таких науковців, як В.Бебик, Д.Видрін, А.Гуцал, В.Королько, М.Михальченко, С.Недбасвський, В.Полохало, Г.Почепцов, С.Телешун, М.Томенко. До проблеми теорії і методології політичної діяльності, влади, політичного ідеалу суспільства, політичної свідомості, культури політико-правового стану особистості звертаються такі вчені: В.Андрущенко, В.Бабкін, О.Бабкіна, В.Бех, С.Бульбенюк, А.Бутенко, І.Варзар,

К.Гаджієв, В.Горбатенко, Г.Зеленько, В.Корнієнко, І.Кресіна, Н.Мазіна, М.Остапенко, А.Пахарєв, В.Ребкало, Ф.Рудич, Р.Старовойтенко, М.Хилько, М.Ходаківський та інші.

Окремі питання теми дисертаційного дослідження висвітлюються в деяких кандидатських дисертаціях і доповідях науково-практичних конференцій. Разом з тим, ступінь наукового опрацювання особливостей формування та механізмів реалізації іміджу політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури ще є недостатнім і потребує подальшого аналізу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема і зміст дисертаційного дослідження є складовою частиною комплексної науково-дослідної теми “Проблеми політичної модернізації і трансформації: світовий і український досвід” кафедри політичних наук Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, науковий напрям “Дослідження гуманітарних наук”, затверджений Вченою радою 25 грудня 2003 року, протокол № 5. Тема дисертаційного дослідження затверджена Вченою радою Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова (протокол № 4 від 23 жовтня 2003 року).

Об'єктом дослідження є політичний імідж як феномен суспільно-політичної свідомості і прояв політичної культури.

Предметом дисертаційного дослідження є механізм формування оптимального іміджу політичного лідера, в якому адекватно відображаються різноманітні політичні уподобання та прагнення громадян з урахуванням існуючого рівня їх політичної культури та політичної свідомості.

Метою дослідження є розкриття особливостей та механізмів побудови іміджу політичного лідера з урахуванням стану політичної культури та політичної свідомості сучасного українського суспільства.

Виходячи з мети та враховуючи необхідність забезпечення виходу на новий рівень теоретичного осмислення проблеми, у дисертації передбачено розв'язання таких **завдань**:

- систематизувати теоретико-методологічні підходи щодо вивчення сутності іміджу політичного лідера;
- виокремити конструктивні параметри іміджу політичного лідера;
- дослідити вплив політичної свідомості та політичної культури на конструювання іміджу політичного лідера;
- виявити ціннісну основу створення іміджу політика;
- розкрити синергетичні складові вибору іміджу політичного діяча;
- розглянути сучасні соціальні технології, які використовуються при формуванні оптимального іміджу політичного лідера;
- показати механізми практичної реалізації іміджу політичного лідера в умовах виборчого

процесу;

— визначити ефективність гендерної компоненти політичного лідерства при формуванні політичного іміджу в умовах демократизації українського суспільства.

Методологічну основу дослідження становить комплекс філософських, загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, що забезпечують єдність гносеологічного, соціально-філософського і політологічного аналізу феномену політичного іміджу у зв'язку з політичною свідомістю соціуму. Їх поєднання передбачає аналіз виникнення та розв'язання суперечностей, що зумовлюють розвиток об'єкту дослідження.

Зокрема, у дисертаційному дослідженні використані: діалектичний метод, як основа органічного пізнання науки і практики, для розгляду іміджу політичного лідера з точки зору єдності різноманітних чинників, що впливають на формування і здійснення електорального вибору; соціологічний метод дав підстави для з'ясування впливу економічних відносин, ідеології і культури на формування іміджу політика; функціональний метод, логіка застосування якого пов'язана з аналізом взаємозв'язків між рівнем політичної культури суспільства та іміджем політичним лідера, з'ясування комплексного характеру розробки іміджу політичного лідера та відповідної передвиборчої стратегії; біхевіористський метод пов'язаний з вивченням різноманітної поведінки (з точки зору політики) окремих лідерів та їх оточення; системний і синергетичний методи дали можливість розглядати імідж політика як цілісне явище; історіологічний метод (І.Варзар), суть якого виявляється в періоди найважливіших історико-політичних зрушень суспільства, має безпосереднє відношення до архетипів суспільної свідомості українського народу і враховується при конструюванні іміджу політичного діяча; порівняльно-політологічний метод дозволяє використати багатоманітність соціально-політичного досвіду з метою знаходження паралелей між світовими та національними технологіями формування оптимального іміджу політичного лідера; психологічний метод застосовувався для визначення несвідомого сприйняття виборцями образу політичного діяча; індуктивний метод дозволив визначити стадії конструювання іміджу політика.

Емпіричною базою роботи є дані соціологічних досліджень, які проводились Інститутом соціології НАН України, центром "СОЦИС", фондом "Демократичні ініціативи", а також аналітичні матеріали засобів масової інформації.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробці системологічної концепції формування іміджу політичного лідера, яка спирається на комплексний політологічний аналіз і політичну психологію, як найважливіший компонент сучасної політичної свідомості, розкривається через визначення найбільш ефективних засад його створення в контексті впливу на політичний вибір громадян. В межах реалізації даної концепції, дисертантом одержано результати, які, на його погляд,

відзначаються науковою новизною і у вигляді тез виносяться на захист:

Ї застосовано політико-психологічний підхід до вивчення факторів формування іміджу політичного лідера та його впливу на масову свідомість громадян, які розглядаються як діалектична єдність раціональних та ірраціональних чинників формування їх електорального вибору. Використано історіологічний метод в якості однієї з основ формування іміджу політичного лідера, який дозволяє, спираючись на етнологічні особливості громадян України та відповідні архетипи, сформувати найбільш оптимальний імідж політичного лідера;

Ї визначено координаційно-субординаційні зв'язки між рівнем існуючої політичної культури громадян України і рівнем сприйняття ними політичних технологій, як чинника побудови іміджу політичного лідера. При цьому з'ясовано, що від рівня політичної свідомості залежить сприйняття виборцями “брудних” технологій;

Ї розкрито положення про те, що імідж політика формується у двох варіантах, які відрізняються за механізмами утворення і практичної реалізації: імідж-артефакт, який пов'язаний із технологічними прийомами його формування, та імідж-форс-мажор, який є результатом ситуативного формування уявлень про політичного лідера стосовно його особистої позиції щодо конкретної суспільної ситуації, яку можуть поділяти більшість виборців;

Ї запропоновано механізм кореляції іміджу політичного лідера із його іманентною сутністю в залежності від часу. Це проявилось у двох вимірах іміджу лідера: “імідж-анфасу”, коли сутність істинних рис політика не проглядається; та “імідж-профілю”, коли з плином часу проглядається конкретна відстань між іміджем, як маскою, та істинною сутністю політика. Цим доведено, що в сучасних умовах формування іміджу політика часто є “підгонкою” політика під очікування громадян, що в подальшому звелися до прямого обману виборців, формування “віртуального” образу, призначеного виключно для успішної участі у виборах;

Ї проаналізовано та охарактеризовано гендерний аспект формування іміджу політичного лідера, як ознаку реального включення жінок у політику і, одночасно, показник розвитку демократичних інститутів в Україні. З'ясовано, що компоненти формування іміджу жінки-політика суттєво відрізняються від компонентів іміджу чоловіка-політика, які не тільки не заважають розвитку політичного процесу, а й збагачують його. В цьому ж сенсі, в цілому, імідж жінки-політика виглядає як привабливо новий;

— розкрито сутність регіональної специфіки формування іміджу політичного лідера, що обумовлено існуванням в Україні трьох основних політичних субкультур — західної, української та російської (виокремлюються на основі особливостей історичного розвитку даних регіонів, етнополітичної, мовної і ментальної своєрідності, ціннісних та культурних орієнтацій), з урахуванням

чого обґрунтована необхідність розраховувати наслідки використання іміджу політичного лідера, більш характерні для тієї чи іншої субкультури;

— доведено, що імідж політичного лідера сьогодні розвивається за законами ринкових відносин, а саме: попиту і пропозиції, що і визначає його специфіку. В даному випадку попитом виступає перехід українського суспільства до активістської політичної культури, який шукає відповіді на питання: Кому делегувати владу? Кому її довірити? А пропозицією в цих нових умовах розвитку політичної культури виступають лідери, іміджі яких відповідають цьому запиту соціуму. Безумовно, попит і пропозиції змістовно не співпадають повністю. Тут мається на увазі те, що є величезна розбіжність між політиком, як людиною, і тими його рисами, які стають іміджевоформуючими;

— на основі синергетичного підходу автором дослідження з'ясовано механізм вибору іміджу політика електоратом. Зокрема, даний підхід надає можливість розглядати електоральний вибір в якості виходу, з так званої, “точки біфуркації”, де на основі співпраці комплексу свідомого та несвідомого, раціонального й нераціонального створюється ґрунт для вибору конкретного політичного лідера через його сформований імідж.

Теоретико-практичне значення отриманих результатів полягає у підготовці ефективних методик створення позитивного іміджу політичного лідера в умовах розвитку української політичної культури та проведенні подальших наукових досліджень проблем політичної іміджелогії.

Результати роботи можуть бути використані суб'єктами політичного життя суспільства в якості методологічної та стратегічної основи розробки іміджів політичного лідера та політичної партії. Матеріали дисертаційного дослідження можуть знайти відображення у навчальних курсах з політології та політичної філософії й соціології, політичного маркетингу, політичного іміджмейкінгу, при написанні підручників і навчальних посібників.

Особистий внесок здобувача в одержанні наукових результатів полягає у: розробці системологічної концепції формування іміджу політичного лідера, як найважливішого компоненту сучасної політичної свідомості.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Основні положення дослідження доповідалися і обговорювалися на засіданнях кафедри політичних наук Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова, кафедри політології та права Вінницького національного технічного університету, ряді науково-практичних та науково-теоретичних конференцій, а саме: Всеукраїнській науково-практичній конференції “Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість” (Київ, 2003); Міжнародній науково-теоретичній конференції “Фундаментальне знання і нові виміри раціональності: єдність епістемологічного і соціокультурного аспектів” (Вінниця, 2003); IV Міжнародній конференції “Проблеми іміджелогії” (Київ, 2003); IV Міжнародній

науково-практичній конференції “Право і суспільство: актуальні проблеми взаємодії” (Вінниця, 2003); VII Всеукраїнській науково-практичній конференції “Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість” (Київ, 2004); VI Міжнародній науково-практичній конференції “Право і суспільство: актуальні проблеми взаємодії — шляхи європейської інтеграції” (Вінниця, 2006).

Результати наукових досліджень з проблем формування іміджу політика використовувалися дисертантом при проведенні спецкурсу “Політичні еліти і лідерство в контексті формування політичного іміджу” для викладачів політології м. Вінниці.

Публікації. За темою дисертації опубліковано 8 робіт, з них 4 статті у фахових виданнях ВАК України.

Структура дисертації. Проблеми, які стали об’єктом даного дослідження, визначили логіку і структуру роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів (які поділяються на підрозділи), висновків, списку використаних джерел (270 позицій). Загальний обсяг дисертації становить 209 сторінок, основна частина дисертації — 183 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У “**Вступі**” обґрунтовуються актуальність теми дослідження, ступінь її наукової розробки, визначені об’єкт і предмет, характеризуються теоретико-методологічні основи, формулюються мета і завдання; розкриваються наукова новизна і практичне значення даного дослідження; окреслюється рівень апробації його результатів; подається структура дисертації.

У першому розділі “**Теоретико-методологічні та концептуальні засади дослідження іміджу політичного лідера**” проаналізовано теоретичні підходи щодо дослідження іміджу політичного лідера та його основні конструктивні параметри. У підрозділі 1.1. “*Сутність феномена іміджу політичного лідера та основні підходи до його дослідження*” автор, систематизуючи наукові джерела, доводить, що імідж політичного лідера в суспільстві завжди відігравав важливу роль, він є комплексним поняттям, дискурсивним за своєю природою, і його слід аналізувати, виходячи з різних перспектив. Сутність іміджу розкривається науковцями в різних міждисциплінарних розвідках, тому важливим є методологічний підхід дисертанта, що полягає в синтезованому аналізі даного феномену, враховуючи його психологічну природу. В сучасній політології виокремлюються такі підходи до визначення поняття іміджу політика: онтологічний, антропологічний, ціннісний, етичний. Оскільки імідж політика виходить за межі умозорової побудови і знаходиться в лоні практичної політики, то найефективнішими є такі підходи його дослідження: функціональний, контекстний, порівняльний.

В науковій літературі зустрічаються різноманітні критерії для класифікації іміджу. В залежності

від того, для пробудження яких емоцій він створюється, виділяють: позитивний і негативний. За механізмом формування і розповсюдження він є: 1) такий, що виникає у масовій свідомості стихійно; 2) такий, що сформований штучно, цілеспрямовано впроваджуваний у масову свідомість за допомогою різного інструментарію. Дані класифікації переплітаються, утворюючи такі типи іміджу: стихійний позитивний, стихійний негативний, штучний позитивний, штучний негативний.

Автор вважає, що загальними основами для класифікації іміджу політичних діячів, є такі поняття, як імідж відкритий та імідж закритий. До відкритого відносяться характеристики, які приписуються певним політикам, і образ носить певний відтінок в залежності від поставленої мети. Відповідно, в закритому іміджі характеристики політика приховуються, щоб потім використати як головні, що в умовах політичної дійсності має соціально-політичні і психологічні основи, пов'язані з обмеженою кількістю кандидатів на владні пости.

Звертається увага на те, що імідж не дає повне зображення політика, а створює оптимальний образ в конкретній соціально-політичній ситуації. Сформульовані основні його функції: завоювання довіри електорату, підвищення його активності; покращення інформованості виборців в сприятливому для політика ракурсі; нейтралізація заходів, які проводить опонент.

У підрозділі 1.2. *“Теоретико-методологічний аналіз конструктивних параметрів іміджу політичного лідера”* проаналізовано два рівні в іміджі політичного лідера: макрорівень, що визначається процесами і явищами, до яких політик залучається; мікрорівень – сфера свідомої діяльності і несвідомих проявів політика, які можна ототожнити з його особистістю, що обумовлюють специфіку його діяльності, професійний і статусно-рольовий потенціали.

З'ясовано, що імідж політика складається з його персональних характеристик, соціальних, символічного навантаження, які по-різному впливають на формування іміджу політика і неоднаково піддаються конструюванню. Імідж політика загальноукраїнського рівня визначається його особистістю; тим, як його подають ЗМІ; історичними подіями. На формування іміджу лідера впливає образ влади.

Значне місце в структурі іміджу політика займає комунікація, яка має специфічну владу над індивідами. Мова політика впливає швидше на почуття, ніж на розум, і може спричинити певні форми поведінки. Проблема вивчення механізмів політичної комунікації складає важливі конструктивні параметри іміджу.

Обґрунтовано необхідність врахування раціонального та ірраціонального сприйняття громадянами політика, що визначає його шанси на перемогу. Важливим є виявлення ірраціональної динаміки психологічної структури самого лідера, що дає можливість прогнозувати його діяльність в сфері соціально-політичних взаємин, надає додатковий ресурс пізнання сутності його іміджу.

У другому розділі **“Політико-культурологічні основи формування іміджу політичного лідера”** досліджено синергетичні засади формування іміджу політика, а також проаналізовані стан і рівень політичної культури, свідомості і цінності громадян України в якості основи для конструювання бажаного образу політичного діяча. У підрозділі 2.1. *“Політична культура суспільства та імідж політичного лідера: діалектика етико-орієнтаційної легітимації”* проаналізовані складові політичної культури та її сучасний стан. З урахуванням того, що поняття “політична культура”, “політична свідомість” є предметом наукових розвідок багатьох дослідників, автор зупиняється на окремих прикладах, які є важливими щодо проведеного дослідження. Зокрема, розглядаються праці Г.Алмонда, Д.Мервіка, Р.Такера, Д.Пола, Ю.Тихомирова, С.Хантінгтона. Змістовними є роботи таких науковців як І.Буров, Б.Гдаль, Є.Головаха, О.Донченко, А.Лагутін, В.Лісовий, М.Логунова, С.Матвієнків, Н.Паніна, Ю.Пахомов, В.Ребкало, Ю.Романенко, М.Ходаківський, Б.Цимбалістий, М.Чурілов та інших. Зафіксовано, що сьогодні, згідно класифікації С.Верби, політична культура є перехідною від підданської до активістської, що створює своєрідний ґрунт для формування іміджу політика.

Доведено, що в умовах існуючої політичної культури базовою основою формування іміджу є феномен “персоніфікації” лідера політичної партії, яка може бути висхідною точкою для його подальшого формування, і вдало створений імідж сприяє її підсиленню.

Автор вважає, що вибір політичного діяча здійснюється українськими громадянами переважно ірраціонально, на основі менталітету, архетипів, традицій, національного характеру, політичних ідеалів тощо.

Зауважено, що політична свідомість чутлива до всього того, що кореспондується з її сутнісними виявами і парадигмами розвитку, в тому числі, і до іміджу політика.

У підрозділі 2.2. *“Ціннісна основа конструювання іміджу політичного лідера”* дисертант довів, що в умовах невизначеної системи політичних цінностей українського суспільства, виникає можливість технологічного формування будь-якого варіанту іміджу політичного лідера. Сьогодні паралельно існують дві культури, дві системи оцінок, що виявляється в дестабілізації суспільства і позначається на виборі того політика, який здатний задовольнити нагальні потреби населення.

Формування іміджу українського політика відбувається в умовах занепаду цінностей, які були притаманні минулим поколінням, та із застосуванням новітніх виборчих технологій. Визначено схему, на основі якої утворюється така система цінностей: 1) домінуючі ідеї-цінності: свобода, політична стабільність тощо; 2) розвиваючі цінності: законність; толерантність; відповідальність; свідоме ставлення до змін; ефективна участь у політичному житті; безпека; рівність; патріотизм; політичний плюралізм; легітимність, що в різному ступені позначається на іміджі політика. Вибір майбутнього громадянин здійснює через обрання ідеального політика, виходячи із сформованих цінностей.

Сьогодні, в умовах відсутності єдиних цілісних ідеологічних поглядів лідерів на розвиток держави, дисертант вважає, що в контексті політичної свідомості в процесі формування іміджу політика наголос робиться на політичну психологію, де має місце процес маніпулювання свідомістю через різноманітні політичні технології.

У підрозділі 2.3. *“Синергетична складова формування іміджу політика”* розглядаються особливості формування іміджу політика з точки зору синергетики, яка, як *“співпраця”*, відображає всю роботу, яка виводить на свідомий вибір певного політика через його оптимальний імідж. Автор поділяє позицію фахівця в галузі соціосинергетики Г.Хакена, який вважав, що синергетичні форми впорядкування не існують в матеріальному вигляді (політична партія, особистість), а є ідеальними конструктами, що впливають на індивідуальну поведінку людей. Такою формою, на думку дисертанта, і є імідж політика.

Автор розглянув електоральний вибір, як своєрідний *“відрив”* від точки біфуркації в бік усвідомленого вибору лідера. Тут йдеться не про вибір іміджу, а вибір політика саме завдяки його іміджу, який виступає посередником цього вибору. Розглядається один із ефектів синергетики — ефект примноження, в розрізі дихотомії *“психологія-свідомість”*. Імідж політика впливає на почуття виборців, тому потрібно уважно ставитися до психологічної складової іміджевої стратегії лідера.

Доведено, що імідж політика створюється за законами ринкової економіки, де попитом виступає стан та рівень політичної культури, а пропозицією — сформований імідж політика. В залежності від соціально-політичної ситуації в країні, формуються два типи іміджу політиків: м'який і жорсткий. Потреба в першому виникає в мовах більш-менш стабільного соціально-економічного розвитку суспільства. Другий з'являється в період криз та соціальної апатії, тому сьогодні очікування більшості громадян пов'язано із появою харизматичного лідера, що, відповідно, впливає на процес формування іміджу політика.

Автором виявлено, що в суспільстві існує така залежність: чим більше політична культура наближається до активістської, тим менше простору для застосування *“брудних”* технологій. Показником її рівня може бути певний відсоток іміджеутворених рис, які відповідають реальним.

У третьому розділі **“Механізми практичної реалізації іміджу політичного лідера в Україні”** досліджуються практичні аспекти формування іміджу політичного лідера, зокрема, особливості створення іміджу жінки-політика. У підрозділі 3.1. *“Соціальні технології формування оптимального іміджу політичного лідера”* зазначено, що іміджева стратегія політика повинна відповідати як сценічним даним кандидата, так і соціально-психологічним очікуванням виборців, певній соціально-політичній ситуації в країні. Розглянуто основні сучасні прийоми створення іміджу лідера, що характеризуються зростанням рівня технологічного забезпечення. Зазначено, що сьогодні імідж

політика конструюється ЗМІ, які часто маніпулюють суспільною свідомістю.

Запропоновано алгоритм побудови моделі проекту в контексті формування оптимального іміджу політика: визначення проблеми, планування проекту, контроль, перевірка виконання плану. Створення іміджу політика відбувається за колом і проходить низку етапів, кожний з яких має свої методи здійснення: а) збір і аналіз інформації, б) конструювання іміджу, в) адаптація кандидата до образу, г) апробація на електораті, д) аналіз інформації про імідж, є) корекція іміджу, ж) аналіз результатів. Автором сформульовано тенденцію розповсюдження іміджу політичного лідера: позитивні іміджеві характеристики політика зростають, якщо умови розповсюдження мають позитивне забарвлення.

Оптимальний імідж політика, на думку автора, є синтезуючим явищем і містить два компоненти: 1) риси, які відповідають докорінним вимогам виборців; 2) максимальне співпадіння іміджоутворюючих рис із сутністю конкретного політика, яких реально можна досягнути. Насправді, виборець не обирає оптимальний імідж лідера, оскільки його реальне наповнення можуть знати тільки власне політик і фахівці, які працюють на нього. Завданням сучасних іміджмейкерів, політтехнологів повинен бути гуманістично оптимальний імідж, коли задекларовані наміри політика фактично збігаються із його реальною діяльністю.

У підрозділі 3.2. *“Механізми практичної реалізації іміджу політичного діяча в умовах виборчого процесу”* зроблено висновок, що процеси глобалізації призвели до певної універсалізації політичних технологій, але більшість з них діє в країнах з подібною політичною культурою. Виокремлено фактори, які варто враховувати: мову, національний характер, особливості сприйняття громадянами інформації, темпоритм, зовнішньополітична орієнтація держави.

Зауважено, що в розвинутих країнах виборчі технології створювалися, підпорядковуючись процесам формування громадянського суспільства, а в Україні технології почали застосовуватись в умовах незрілої демократії, тому виникли можливості для маніпуляцій і зловживань.

При формуванні іміджу лідера важливо враховувати умовний поділ електорату на міський і сільський, які відрізняються способом соціалізації, особливостями свідомості. Розглядається наявність в Україні трьох основних політичних субкультур — західної, української та російської і регіональні особливості (районів, областей), що впливають на електоральні переваги населення. В кожному регіоні фахівці робили акцент на персональних компонентах іміджу лідера і розв’язанні актуальних місцевих проблем, тобто використовувалась стратегія “прагматичного політика”. Дисертант вважає, що вибори 2004-2006 рр. прикметні тим, що відбулися за особливої ситуації, яка має такі риси: незавершеність боротьби протилежних соціально-політичних сил за той чи інший варіант майбутнього України; відсутність явного загальнонаціонального лідера харизматичного типу; регіональний розкол України

(Схід — Центр — Захід) та дискредитованість ідей (соціалістичної, комуністичної, ліберальної, національної, моральної), що не стали загально об'єднуючими. В результаті, сформований імідж вдало реалізовувався в межах певної території, а іміджу загальнонаціонального лідера, який би позитивно сприймався в межах всієї України, сьогодні немає, що свідчить про провал іміджмейкерських проектів.

У підрозділі 3.3. *“Гендерний компонент іміджу політичного лідера”* констатовано значне відсторонення жінки від системи владарювання, що є логічним результатом попереднього розвитку суспільства.

Автор підкреслив, що кожна політична ситуація не є гендерно нейтральною, а може бути ефективніше розв'язаною переважно лідерами-чоловіками чи лідерами-жінками, враховуючи їх психологічні переваги і принцип доповнюваності рис. Як видається дисертанту, від жінок очікують як захисту соціальних інтересів населення, так й відмінного від чоловіків стилю роботи і способів розв'язання проблем.

Зазначено, що жінка-лідер має складніший імідж, ніж чоловік-політик, та її імідж повинен містити певні “чоловічі” риси, але, на загал, мають переважати жіночі. Однак, такий “пульсуючий” імідж створює ускладнення для жінки-політика і заважає аудиторії пристосуватися до неї, а, в результаті, не виникає необхідного рівня звикання, розпізнавання і передбачуваності.

Як видається автору, імідж жінки-політики не відрізняється за своїм внутрішнім змістом від іміджу чоловіка-політика, бо це визначається інтересами суспільства, а також суперечностями, які виникають на певних етапах розвитку суспільства. Тому, сутнісна різниця полягає у психологічних відмінностях чоловіків і жінок, що увійшли в політику, які запозичують один у одного поведінкові моделі.

У **“Висновках”** підбито основні підсумки дослідження. Зокрема, автором розроблено системологічну концепцію формування іміджу політичного лідера, яка спирається на комплексний політологічний аналіз і політичну психологію, як найважливіший компонент сучасної політичної свідомості. Визначаються найефективніші засади створення іміджу політика в контексті впливу на вибір громадян. Проаналізовано феномен іміджу політичного лідера, враховуючи, що імідж є психологічним явищем, виходить за межі лише умозорової побудови і знаходиться в лоні практичної політики.

Дисертантом застосовано політико-психологічний підхід, який дає можливість конструювати цілісний позитивний імідж політичного лідера, з врахуванням ірраціональних аспектів формування виборчих переваг. Імідж лідера розглянуто як чинник, що об'єднує дію всієї сукупності інших факторів електорального вибору (об'єктивні і суб'єктивні складові образу політика).

З'ясовано, що імідж не надає повне зображення лідера, а створює найбільш оптимальний образ в

конкретній соціально-політичній ситуації. Найважливішими його функціями є завоювання симпатій, довіри і уваги електорату, підвищення його активності на виборах; підвищення інформованості виборців в сприятливому для політика ракурсі; нейтралізація заходів опонентів.

Обґрунтовано, що імідж політика всеукраїнського чи регіонального рівня визначається особистістю кандидата; тим, як його подають ЗМІ; історичними подіями або труднощами, з котрими він стикається. У феномені іміджу політичного лідера виявлено два рівні: макрорівень, що визначається процесами і явищами, до яких політик залучається, і мікрорівень – сфера його свідомої діяльності та несвідомих проявів, які можна ототожнити з особистістю й індивідуальністю, що обумовлюють специфіку діяльності і статусно-рольовий потенціали.

Визначено, що політична культура суттєво впливає на формування іміджу політичного лідера. Підтверджено думку багатьох фахівців, що політична культура українських громадян є перехідною від підданської до активістської, для якої характерний стан розгубленості, соціальна пасивність, фрагментарність, маніхейство, маргіналізація, деморалізація, редуccionізм, амбівалентність ціннісних орієнтацій. Зазначені риси і особливості політичного менталітету українства перебувають у діалектичній єдності, утворюючи цілісну характеристику української політичної свідомості, яка є основою для формування іміджу сучасного українського політика. Аналіз політичної ситуації дозволяє зафіксувати існування координаційно-субординаційних зв'язків між рівнем існуючої політичної культури громадян України і рівнем сприйняття ними політичних технологій, а показником може бути певний відсоток іміджеутворених рис, що відповідають реальним.

Доведено, що своєрідністю формування іміджу українського політика є те, що він створюється в умовах занепаду цінностей, які були притаманні минулим поколінням, й одночасно із застосуванням новітніх виборчих технологій. Сьогодні, в умовах відсутності єдиних цілісних ідеологічних поглядів лідерів на розвиток держави, чіткої національної ідеї, відсутній загальний стрижень, який визначає напрям дій і думок людей. Тому, в контексті політичної свідомості, в процесі формування іміджу політика, наголос робиться саме на політичну психологію, в межах якої проходить формування іміджу певного лідера, і має місце процес маніпулювання свідомістю через різноманітні політичні технології.

Обґрунтовано положення про те, що в іміджі сконцентровані зусилля політтехнологів, маркетологів, політологів, однак, сьогодні менш реальними є перемоги іміджмейкерських проєктів, якщо за ними не стоять реальні дії. В таких умовах посилюється значення формування іншого іміджу політика, який би відповідав сутності трансформації суспільства та іміджу політичної партії.

Розкрито положення про те, що імідж політика формується у двох варіантах, які відрізняються за механізмами утворення і практичної реалізації: імідж-артефакт, пов'язаний із технологічними прийомами його формування, та імідж-форс-мажор, який є результатом ситуативного формування

уявлень про політичного лідера стосовно його особистої позиції щодо конкретної суспільної ситуації, яку може поділяти більшість виборців.

Запропоновано механізм кореляції іміджу політичного лідера із його іманентною сутністю в залежності від часу. Це проявилось у двох вимірах іміджу лідера: “імідж-анфасу”, коли сутність істинних рис політика не проглядається; та “імідж-профілю”, коли з плином часу виявляється відстань між іміджем, як маскою, та істинною сутністю політика. Доведено, що в сучасних умовах формування іміджу політика часто є його “підгонкою” під очікування громадян, що в подальшому зводиться до обману виборців, формування “віртуального” образу, призначеного виключно для успішної участі у виборах.

Застосовуючи синергетичний підхід, розглянуто електоральний вибір в якості рішення, прийнятого на основі впливу динамічного, значною мірою неусвідомленого, комплексу політичних образів і створює ґрунт для розробки принципів електорального вибору.

Охарактеризовано гендерний аспект формування іміджу політичного лідера, оскільки практика доводить: вітчизняні жінки-політики змогли отримати високі посади самостійно і виступають самодостатніми гравцями на політичній арені, на відміну від російських жінок-політиків, які є членами команд чоловіків-політиків. Проблема конструктивного поєднання гендерних ролей в політикумі потребує подальшого дослідження, оскільки пропорційна представленість в ній жінок і чоловіків збагачує суспільство.

Важливим здобутком дисертаційного дослідження є теоретичне обґрунтування концептуально-методологічного каркасу іміджу політичного лідера. Він являє собою конструкцію, в основі якої лежать два важливих теоретичних фундаменти – ефективність іміджу політичного лідера та оптимальність іміджу лідера. Автор пояснює це в такий спосіб: ефективність іміджу — це показник запланованої реакції виборців на ті чи інші якості політичного діяча, яка формується в результаті застосування політичних технологій.

Оптимальний імідж політика — це певне поєднання таких видів іміджу, як дзеркальний, реальний і бажаний. Він є синтезуючим і об’єднує такі позиції: наявність певного переліку тих рис, які забезпечують основу іміджу і які відповідають докорінним вимогам виборців, а також максимальне співпадіння сутності політичного лідера з іміджеутворюючими рисами, яких реально можна досягнути. Обґрунтовано, що імідж повинен бути гуманістично оптимальним, тобто задекларовані наміри політика мають відповідати його реальній діяльності.

Основні наукові положення дисертаційного дослідження

викладені у таких публікаціях автора:

1. Денисюк С.Г. Комунікативні аспекти політичного іміджу // Держава і право: Зб. наук. пр. Юридичні і політичні науки. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М.Корецького НАН України, 2002. – Випуск 20. – С. 505-510.
2. Денисюк С.Г. Формування позитивного іміджу України в умовах глобалізації // Держава і право: Зб. наук. пр. Юридичні і політичні науки. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2003. – Випуск 22. – С. 648-654.
3. Денисюк С.Г. Політичний імідж як відображення політичної свідомості громадян України в умовах соціально-політичних перетворень // Нова парадигма: Журнал наукових праць. – К.: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2005. – Випуск 45. – С. 133-140.
4. Денисюк С. Механізми трансформації іміджу країни у міжнародних відносинах // Політологічний вісник: Зб. наук. пр. – К.: ТОВ “XXI СТОЛІТТЯ: ДІАЛОГ КУЛЬТУР”, 2004. – Випуск 16. – С. 194-202.
5. Денисюк С.Г. Правова соціальна держава: імідж та реальність // Право і суспільство: актуальні проблеми взаємодії. Матеріали четвертої щорічної міжнародної науково-практичної конференції: 22-24 травня 2003 р. – Вінниця: ВІ МАУП, 2003. – С. 114-117.
6. Денисюк С. Політичний імідж України в контексті процесів глобалізації // Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість: Збірник матеріалів VII Всеукраїнської науково-практичної конференції: 15-16 квітня 2004 р.; У 7-ми т. / Редкол.: Андрущенко В.П. та ін. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. – Т. 3. – С. 34-37.
7. Денисюк С. Як формується імідж політичного лідера? // Вінницькі відомості. – 2005. – 27 квітня. – С. 4.
8. Денисюк С.Г. Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера сучасної України // Право і суспільство: актуальні проблеми взаємодії — шляхи європейської інтеграції. Матеріали шостої щорічної міжнародної науково-практичної конференції: 18-19 травня 2006 р. – Вінниця: ВІ МАУП, 2006. – С. 33-35.

АНОТАЦІЯ

Денисюк С.Г. Імідж політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури: особливості формування та механізми реалізації. — Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.03

— політична культура та ідеологія. Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова, Київ, 2007.

У дисертації розроблена системологічна концепція формування іміджу політичного лідера, яка спирається на комплексний політологічний аналіз і політичну психологію, як найважливіший компонент сучасної політичної свідомості. Визначаються ефективні засади створення іміджу політика в контексті впливу на вибір громадян.

Доведено, що імідж політика розвивається за законами ринкових відносин. Проаналізовано гендерний аспект формування іміджу політика, як ознака реального включення українських жінок у політику. На основі синергетичного підходу з'ясовано механізм вибору електоратом лідера, імідж якого повинен бути гуманістично оптимальним, тобто його задекларовані наміри мають відповідати реальним діям.

Ключові слова: політичний імідж, політичний лідер, політична культура, політична свідомість, політичні цінності, політичні технології, синергетика, гендер.

АННОТАЦИЯ

Денисюк С.Г. Имидж политического лидера в контексте развития украинской политической культуры: особенности формирования и механизмы реализации — Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата политических наук по специальности 23.00.03 — политическая культура и идеология. Национальный педагогический университет имени М.П.Драгоманова, Киев, 2007.

В диссертации исследуется комплекс проблем теоретического и практического характера, которые связаны с особенностями формирования и механизмами реализации имиджа политического лидера в условиях развития украинской политической культуры.

Разработана системологическая концепция создания имиджа политического лидера, которая опирается на комплексный политологический анализ и политическую психологию, как важнейший компонент современного политического сознания. Раскрывается через определение эффективных основ его формирования в контексте влияния на политический выбор граждан. Выявлены координационно-субординационные связи между уровнем существующей политической культуры украинцев и восприятием ими политических технологий, как фактора построения имиджа политика.

Доказано, что имидж политического лидера сегодня развивается по законам рыночных отношений, что определяет его специфику, где спросом выступает состояние и уровень современной политической культуры, а предложением является созданный оптимальный имидж политика.

На основе синергетического подхода автором определен механизм выбора имиджа политического лидера электоратом. Автор рассматривает электоральный выбор, как своеобразный “отрыв” от точки бифуркации в сторону осознанного выбора того или другого имиджа политика. Однако, в данном случае, речь идет о выборе политического лидера благодаря его определенному имиджу, то есть, последний выступает у роли посредника выбора. Рассматривается один из эффектов синергетики — эффект приумножения, в разрезе дихотомии “психология-сознание”. Применяя синергетический подход, рассматривается электоральный выбор в качестве решения, принятого на основе влияния динамичного, чаще несознательного комплекса политических образов, что создает почву для разработки принципов электорального выбора.

Проанализирован гендерный аспект формирования имиджа политика, как признак реального вхождения женщин в политику и показатель развития демократических институтов в Украине. Проблема конструктивного объединения гендерных ролей в политической деятельности требует дальнейшего исследования, поскольку пропорциональная представленность в политикуме женщин и мужчин обогащает общество и стимулирует его творческую энергию.

Определено, что оптимальный имидж политика — это сочетание таких видов имиджа, как зеркальный, реальный и желаемый. Он является синтезирующим, то есть объединяет такие основные позиции: наличие определенного перечня тех черт, которые обеспечивают основу имиджа, и, которые отвечают требованиям избирателей. Важным является максимальное совпадение сущности лидера с имиджесозданными чертами, которых реально можно достичь. Гражданин не выбирает оптимальный имидж, поскольку его реальное наполнение может знать только сам лидер и специалисты, которые на него работают.

Обосновано положение, что имидж лидера должен быть гуманистически оптимальным, то есть задекларированные намерения политика должны отвечать реальным его действиям. Сформулированы авторские рекомендации для создания оптимального имиджа политического лидера, которые можно использовать в избирательных кампаниях в Украине с учетом особенностей политического и экономического положения в стране, региональной специфики, системы политических ценностей украинского общества, потребностей избирателей и уровня их политической культуры.

Ключевые слова: политический имидж, политический лидер, политическая культура, политическое сознание, политические ценности, политические технологии, синергетика, гендер.

SUMMARY

Denysyuk S.G. The image of the political leader in the context of the development of Ukrainian

political culture: the peculiarities of its projecting and the mechanisms of its realization. — Manuscript.

The thesis to take a degree of Candidate of Political Science in the specialty 23.00.03 — political culture and ideology. M.P. Drahomanov National Pedagogical University, Kiev, 2007.

The author develops a systemological conception of projecting the image of a political leader which is based upon a complex political science analysis and political psychology as the most important component of modern political consciousness. The most effective principles of projecting the politician's image in the context of the influence upon the citizens' political choice are laid bare.

It is proved that the politician's image develops according to the laws of market relations. The gender aspect of the politician's image projecting as a sing of real involving Ukrainian women in politics. On the basis of the synergetic approach the author ascertains the mechanism for the choice of the political image by the electorate, whose image ought to be humanely optimum one, i.e. his declared intentions ought to correspond to his real actions.

Keywords: political image, political leader, political culture, political consciousness, political values, political technologies, synergetic, gender.