

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Департамент економічного розвитку, торгівлі та залучення інвестицій
Полтавської обласної військової адміністрації
Полтавська торгово-промислова палата
Університет Флорида (США)
“1 DECEMBRIE 1918” University of Alba Iulia (Румунія)
Білостоцький технологічний університет (Польща)
Вільнюський університет прикладних наук (VIKO) (Литва)
London Metropolitan University (Велика Британія)
Словацький технологічний університет (Словаччина)
Рада молодих вчених Національної академії наук України
Рада молодих вчених Національного університету «Запорізька політехніка»
Рада молодих вчених Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»
Рада молодих вчених Національного університету «Чернігівська політехніка»
Рада молодих вчених Національного університету «Одеська політехніка»
Рада молодих вчених Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
Рада молодих вчених Ізмаїльського державного гуманітарного університету
Рада молодих вчених Глухівського національного педагогічного університету
імені Олександра Довженка
Рада молодих вчених Сумського національного аграрного університету
Рада молодих вчених Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Рада молодих вчених Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди
Рада молодих вчених Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
Наукове товариство студентів та молодих вчених Хмельницького національного університету
Рада молодих вчених Київського національного університету будівництва та архітектури
Рада молодих вчених Херсонського державного аграрно-економічного університету

МОЛОДІЖНА НАУКА: ІННОВАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ

ЗБІРНИК ТЕЗ

Міжнародної науково-практичної конференції студентів,
аспірантів та молодих вчених



Полтава, 06 листопада 2024 року

УДК 347.238

Бондаренко Катерина Сергіївна

асистентка кафедри публічного управління, адміністрування та права
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія
Кондратюка», аспірантка кафедри цивільного права Національний
юридичний університет імені Ярослава Мудрого

ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Імідж політичного лідера - це стереотипізований образ, що існує в суспільній свідомості завдяки як стихійному, так і цілеспрямованому його формуванню з метою надання політичного та емоційно-психологічного впливу на громадську думку всередині країни і за кордоном.

Різноманітним теоретичним аспектам вивчення “політичного лідерства” особливу увагу приділяли такі вчені як: В. Бебик, С. Бульбенюк, Д. Видрін, А. Гуцал, В. Королько, М. Михальченко, С. Недбаєвський, В. Полохало, Г. Почепцов, С. Телешун, М. Томенко та багато інших.

Формування іміджу - це процедура, спрямована на створення у людей певного образу об'єкта з певною оцінкою цього образу у вигляді усвідомленої чи неусвідомленої думки про цей образ задля досягнення психологічного привернення уваги аудиторії до певного об'єкта [1, с. 69].

Серед принципів формування позитивного іміджу слід особливо виділити: представлення кандидата кращим ніж він є насправді, максимальне приховування недоліків кандидата, створення умов, за яких виборці самі б домалювали позитивні риси кандидата, яких він не має [2, с. 319].

Слід зазначити, що в масовій свідомості кожного народу існує певний ідеальний стереотипізований образ політичного лідера з гамою «потрібних» рис. Такий еталон формується в різних соціальних групах і відображає звички, пріоритети, потреби та зумовлює груповий вибір того чи іншого політика та може бути умовно «розкладений» на окремі важливі риси, що стануть головними компонентами вибору. Політичний лідер, імідж якого відповідає цьому переліку якостей, має великі шанси стати відомим і впливовим [3, с. 201].

Стосовно природи іміджу, то зустрічається підхід щодо можливості розгляду цього явища не лише в якості стереотипу, але і як міфу, близького до інформаційного повідомлення. Вибудовування сучасних політичних міфів, у тому числі й іміджів політичних діячів - це застосування політичної реклами та PR-технологій. Це може бути міф президента (моделюється як всезнаючий, здатний покарати будь-якого недолугого керівника), боса («рідний батько», без якого все зруйнується), партії (єдина рятувальниця країни) тощо [4, с. 159].

Цікавими є погляди психологів щодо можливості конструювання такої властивості політичного лідера, як харизма. Так, на думку О. Покальчука, харизматичний лідер - антитехнологічний, він приймає рішення миттєво, принаймні ніхто, а часто і він сам, не може пояснити логіку своїх висновків. На противагу цьому, існує підхід науковців, що харизма не є властивістю «обраних», а іноді під харизмою політтехнологи прагнуть приховати невміння створювати оптимальні іміджі політиків. Тобто легше і простіше навіювати харизми й вірити у технології навіювання, ніж формувати достовірний імідж політика.

Для менталітету країн пострадянського простору специфічною рисою є надання переваги сильному моральному лідеру, який здатний вивести певну країну з кризи. Якщо європейці вважають, що правильна побудова суспільства і досконалі закони самі по собі є вирішальним фактором правильної поведінки посадовців, то цьому опонує альтернативний підхід з перевагою моральності лідера у політиці, завдяки чому можна гідно вийти з безлічі пасток і випробувань владою.

Таким чином, політичний імідж в значній мірі є відображенням потреб масової свідомості. Вона формує ідеальний імідж, на відповідність з яким перевіряється реальний кандидат. На процес функціонування людської свідомості завжди впливають емоційно-ціннісні компоненти психіки, які надають значного об'єктивного забарвлення тому, яким бачиться і розуміється світ.

Аналіз емпіричних досліджень з даної проблематики свідчить, що в залежності від вікових, гендерних, соціально-особистісних факторів спостерігається різне сприйняття та формування позитивного іміджу політичного лідера. Для молодшої вікової категорії осіб характерними виступають особистісні та "харизматичні" особливості політичного лідера, прагнення його до здійснення змін та перетворень, формування нового світогляду серед мас населення. Для більш зрілої (вікової) категорії осіб важливішим є сформованість ідеологічних особливостей характеру політичного лідера, наявність достатнього освітнього рівня, попереднього досвіду роботи та участі у політичному житті.

Список використаних джерел

1. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. *Політичні інститути і процеси*. 2009. Вип. 2. С. 67-72.
2. Мадрига Т. Імідж політичного лідера: теоретичні і практичні аспекти. *Зб. наук. пр. «Гілея: науковий вісник»*. К. 2016. № 109. С. 316-321.
3. Пілецький В. Соціально-психологічні аспекти формування іміджу політичного лідера. *Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка Національної АПН України*. К. 2012. с. 400.
4. Шурко О. Співвідношення іміджу та психологічного профілю політичного лідера. *Соціогуманітарні проблеми людини*. 2010. Вип. 4. С. 155-163.