

УДК 324

Скоркіна А.О.¹, Сергієнко Т.І.²

¹ студ.гр. Ю-210м НУ «Запорізька політехніка»

² канд.політ.наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ

Реалії сьогодення свідчать, що найпотужнішим і ефективним каналом поширення політичного контенту є засоби масової комунікації. Багато в чому саме для ЗМІ створюється імідж політичного лідера, який має або позитивний, або негативний вплив на виборців. У сучасному світі поняття іміджу політичного лідера відіграє ключову роль у формуванні образу політика серед суспільства [1, с. 37]. Саме ж поняття «імідж» знаходиться на стику досліджень в області психології, соціології та політології, в рамках яких вивчаються специфічні особливості і аспекти іміджу [3, с. 903].

В наш час конкуренція серед політиків дуже висока, для того щоб зайняти місце при владі необхідно володіти високими професійними якостями і навичками. Політик може впливати на людину за допомогою слова. Політики використовують сильнодіючий стимулятор формування іміджу, такий як мова. Відома могутність слова, його влада над людьми, над їх настроєм. Одні повідомлення надають позитивний вплив на особистість, інші надають деструктивний вплив на неї.

Політичні лідери багато уваги приділяють формуванню свого особистого іміджу, але не всім вдається створити його таким, щоб він завоював симпатію виборців. Імідж сприяє позитивному ставленню до тієї чи іншої політичної особистості, партії, державним органам. Також виступають сполучною ланкою між політиком і його електоратом. Імідж формується, змінюється, удосконалюється для того щоб відповідати запитам суспільства [2, с. 142].

Щоб вивчити вплив політичних лідерів на суспільство, необхідно правильно сформулювати позитивний імідж лідера. ЗМІ є основним джерелом політичної інформації для громадян. Виборці досить рідко зустрічаються з політичними лідерами в реальному житті і формують свою думку про лідерів в основному на основі інформації в газетах, на телебаченні та в Інтернеті.

Навряд чи хтось заперечує загальну важливість позитивного політичного іміджу лідерів в сучасних засобах масової комунікації і вплив партійних лідерів на виборців. Однак в літературі немає остаточних висновків про кількість і характер лідерських характеристик, які мають значення для політичного лідерства [4, с. 55]. Більш того, незважаючи на масштаби досліджень політичного лідерства, мало що відомо про те, як імідж лідерів обговорюються в ЗМІ, що особливо дивно, оскільки ЗМІ є основним джерелом політичної інформації для громадян.

Загальноприйнятої системи лідерських якостей як і раніше не вистачає, оскільки різні точки зору на лідерські характеристики недостатньо інтегровані. Для формування позитивного іміджу політика, йому повинні бути притаманні шість основних лідерських рис характеру. По-перше, політична майстерність відноситься до навиків, необхідних для успішної роботи на політичній арені, включаючи загальну компетентність, політичний інтелект і стратегічну поведінку. По-друге, енергійність вимагає сильного характеру і сильного лідерства, впевненості і рішучої поведінки. По-третє, порядність означає чесність лідерів, зосереджується лідер на власні потреби або на потребах електорату. По-четверте, оперативність визначає, чи дослухається лідер громадської думки і чи знає його інтереси. По-п'яте, розрізняємо комунікативні дії, які відносяться як до надихаючих або далекоглядного лідерства, так і до медіа образу лідера, причому останній включає в себе те, чи виглядає лідер доброзичливим, ясным і привабливим. По-шосте, послідовність відображає стабільність поглядів і дій лідерів і включає в себе те, чи веде лідер передбачуваність, яка відноситься як до надихаючого або далекоглядного лідерства, так і до медіа іміджу лідера, причому останній включає в себе те, чи проводить лідер враження доброзичливого, ясного і чарівного. На основі цих якостей повинен формуватися позитивний образ політика.

Таким чином, на сьогоднішній день, в формуванні іміджу політичного лідера засоби масової інформації грають ключову роль. Імідж - формується як образ, створений в уяві виборця. В наш час, важко уявити політика без будь-якої піар компанії. Імідж проник в усі сфери повсякденного життя людини. Імідж, як штучно створений образ, має величезну підтримку засобів масової інформації. Без підтримки іміджу політика засобами масової інформації його швидко забудуть.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арабаджиев Д.Ю., Сергієнко Т.І. Політична маніпуляція та інформаційно-психологічна безпека в політичних відносинах. *Політикус: Науковий журнал*. Видавничий дім «Гельветика», 2020 №2. С.36-43.

2 Сергиенко Т.И. Формирование концепции эффективного лидерства и управления как стратегии развития организации в условиях социальных изменений. *Mokslas ir praktika: aktualijos ir perspektyvos. Taptautinė mokslinė - praktinė konferencija* 2018 m. gegužės 11-12 d., Marijampolė, Kaunas (Tezių rinkinys (internete), 2018. P. 141-142.

3. Сергієнко Т.І. Особливості розвитку сучасної політичної іміджелогії в контексті використання політичних, іміджевих та комунікаційних технологій. *The I International Science Conference on Multidisciplinary Research*, January 19 – 21, 2021, Berlin, Germany. 2021. P. 903-907.

4. Сергієнко Т.І. Ефективне лідерство в процесі управління освітніми змінами. *Conference Proceedings of the 5th International Scientific Conference Modern Problems of Management: Economics, Education, Health Care and Pharmacy* (October 26-29, 2017, Opole, Poland). The Academy of Management and Administration in Opole, 2017. P. 54-56.