

УДК 323.39: 316.46

Попович Я.М.<sup>1</sup>, Кисельов Д.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> канд. філос. наук, старш. викл. ЗНТУ

<sup>2</sup> студ. гр. Ю-218 ЗНТУ

## **ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА**

Імідж в умовах інформаційного суспільства відіграє роль найважливішого посередника між суб'єктом і об'єктом взаємодії, особливо під час виборів.

Політичний імідж виступає як певний критерій взаємодії, як політичний стиль, зразок політичної дії тощо [2]. Щодо політичного стилю, то він задає тон і модель лідерства, характер політичної комунікації лідера з тими, ким він керує.

Під іміджем політика, як правило, мають на увазі сукупність індивідуальних якостей політичного діяча, що забезпечують його сприйняття в соціальному і політичному середовищі. Звичайно, є імідж політичного лідера, політичної партії, держави [1, с. 133].

Формування політичного іміджу — це мистецтво цілеспрямованого управління враженням, яке з'явилося разом з класовою диференціацією суспільства. Зокрема, затребуваними виявилися і фахівці, здатні підсилити необхідне враження. Таким мистецтвом володіли вже в давніх Єгипті, Римі (досить пригадати сценарій в'їзду Клеопатри до Риму). Будь-який монарх в

період нової історії мав штат фахівців, які розробляли певні церемонії взаємодії царських персон з підданими.

Мистецтво формування іміджу політичного лідера досягло певної вершини в ХХ ст. у фашистській Німеччині і в СРСР. Імідж Й. Сталіна, сформований офіційною пропагандою, до цих пір для багатьох людей старшого покоління залишається незмінним, не дивлячись на всі подальші публікації щодо методів його справжньої діяльності.

Розглядаючи політичний імідж, фахівці нерідко визначають його як цілеспрямовано формований і пропагований образ кандидата/політичної партії, суспільного або політичного руху, забуваючи про те, що імідж в політичній сфері існує як феномен масової свідомості незалежно від реалізації (а іноді всупереч) передвиборчих технологій.

Імідж виникає тільки тоді, коли суб'єкт політики стає «публічним». До того ж для виникнення політичного іміджу необхідний хоч би один член суспільства. В процесі комунікації імідж може змінюватись, тому що він реагує на зміни економічних, політичних, соціальних та інших ситуацій, які впливають на «неусвідомлені» потреби суб'єктів сприйняття. В цілому політичний імідж завжди є у певній мірі «напівправдою» — він задає напрями для «домислення», відповідно, до наявного соціального досвіду суб'єкта.

Оскільки політичний імідж є складним, багатофакторним феноменом, то його специфіка пов'язана з особливістю політики, як видом діяльності, характером діяльності політичного лідера або організації. Ефективність політичного іміджу виявляється як у високому рейтингу популярності його носія, так і в можливостях впливу на громадську думку, мобілізацію потенціалу громадян, підвищення репутації держави в цілому.

Отже, імідж, впливаючи на долю політика, як змістовно, через ті соціальні ролі і позиції, рівень яких досягається суб'єктом, так і в темпореєктуальному плані — полегшуючи або ускладнюючи просування лідера до досягнення центральних сенсоутворюючих цілей його життя.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Денисюк С. Г. Політичний імідж як відображення політичної свідомості громадян України в умовах соціально-політичних перетворень [Текст] / С. Г. Денисюк // Нова парадигма : журнал наукових праць / голов. ред. В. П. Бех. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2005. — Вип. 45. — С. 133–140.

2. Розумний М. М. Структурна основа і динаміка сучасного політичного іміджу [Текст] / М. М. Розумний // Актуальні проблеми міжнародних відносин. — 2007. — Вип. 64 (Частина I). — С. 79–84.