

SECTION 21.

PHILOSOPHY AND POLITICAL SCIENCE

DOI 10.36074/logos-09.05.2025.094

ВПЛИВ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ НА СВІДОМІСТЬ ГРОМАДЯН

Кипич Інга Валеріївна¹, Коваль Ольга Миколаївна²

1. кандидат юридичних наук,
доцент кафедри приватного та публічного права
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, УКРАЇНА
ORCID ID: 0000-0003-3678-4794

2. кандидат юридичних наук,
доцент кафедри приватного та публічного права
Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, УКРАЇНА
ORCID ID: 0000-0003-1509-7258

У сучасному суспільстві імідж має надзвичайно важливе значення в політичних процесах. Він є ключовим інструментом інформаційно-комунікаційного впливу на різні соціальні групи, що сприяє формуванню позитивної політичної свідомості. Сучасна політика є надзвичайно конкурентною сферою, в якій політики намагаються сформувати потужний політичний імідж для залучення та утримання виборців.

Політичний імідж стає важливою складовою політичної стратегії та комунікації. Політичний імідж — це уявлення про політичного суб'єкта, яке свідомо створюється за допомогою пропаганди, моди, стереотипів та традицій з метою викликати потрібні реакції та здійснити емоційно-психологічний вплив на певні групи людей. Суть політичного іміджу полягає в природі соціального стереотипу та його впливі на масову свідомість. Тому імідж політичного лідера формується на основі специфічного поєднання інформаційних, емоційно-комунікативних і діяльнісних чинників, що є найбільш ефективним для створення сильного образу лідера.[1]

Політичний імідж відіграє важливу роль у публічних виборах до органів державної влади. Він суттєво впливає на успіх політичних партій, об'єднань та лідерів. Проте це можливо лише за умови, що політичний продукт, який пропонується суспільству, в певній мірі відповідає його інтересам і сподіванням. Однією з особливостей політичного процесу в сучасній Україні є зростаюча популярність стратегій, технологій та механізмів формування

політичного іміджу. Сьогодні їх використання є необхідним для досягнення ключових тактичних завдань і стратегічних цілей як окремих політичних кандидатів, так і політичних партій, виборчих об'єднань та державних інститутів.

Політичний імідж відіграє важливу роль у виборчих кампаніях і значно впливає на результати голосування та виборчі рішення. Кандидати з яскравим і привабливим іміджем мають більше шансів привернути увагу виборців, викликати їхню довіру та здобути підтримку. Імідж політичного лідера формується на основі щонайменше двох ключових факторів: очікувань виборців та індивідуальних рис самого політика. Водночас важливо враховувати, що в сучасному політичному середовищі, де активно застосовуються ефективні методи політичної реклами в ЗМІ та здійснюється потужний і всебічний вплив на громадську думку, імідж «лідера-для-публіки» може суттєво змінюватися.

При створенні іміджу політичного лідера важливо враховувати, що в українському суспільстві характерною рисою політичного процесу є виникнення численних рухів, які очолюють конкретні особи. Основною стратегією політичних партій під час виборів є, в першу чергу, підтримка позитивного іміджу та бренду через образ лідера, а не акцентування уваги на реалізації своїх передвиборчих програм.

Політичний імідж має універсальний характер та відрізняється абстрактністю, схематичністю, спрощенням та динамічністю в порівнянні з його носієм.[1] Динамічність політичного іміджу виявляється в його здатності швидко адаптуватися до нових політичних, соціальних, економічних та інших умов, які впливають на "несвідомі" вимоги тих, хто сприймає. Наприклад Президент України Володимир Зеленський – Верховний Головнокомандувач Збройних сил України, водночас представляє активного політика, дипломата й захисника своєї держави. В. Зеленський у поведінці репрезентує стриманого державного діяча, втілює роль головного військового наших Збройних Сил України і непохитного у своїй позиції очільника держави. Політична партія «Слуга народу», яка делегувала його на посаду президента, має таку ж серійну назву, що підкреслює зв'язок між серійним іміджем та політичним іміджем Володимира Зеленського.[3]

Важливість виникнення політичних партій та їхніх лідерів як ключових елементів сучасного демократичного управління важко переоцінити. Політичні партії займають особливе місце в громадянському суспільстві. Їхня унікальність полягає в тому, що, з одного боку, вони є формою самоорганізації громадян і представляють політичні інтереси певних груп, а з іншого боку, через своїх представників, які отримали владу на виборах, стають частиною державної системи. Таким чином, партії та їхні лідери виступають впливовими



SECTION 21.

PHILOSOPHY AND POLITICAL SCIENCE

інститутами демократії, які визначають напрямок суспільно-політичного розвитку країни.

Імідж політичної партії визначається змістом та стилем діяльності її лідера, керівництва та регіональних структур.[3] Партія, яка прагне підтримувати свій імідж, повинна бути демократичною, відкритою до нововведень, лояльною до різних поглядів і водночас організаційно згуртованою. Важливою умовою для формування іміджу є єдність: партія, що страждає від фракційних конфліктів, не може сподіватися на позитивний імідж серед населення. Надмірна кількість політичних партій і блоків призводить до того, що людина втрачає ясність у своїх політичних поглядах. Відчуття бездіяльності цих політичних сил посилює бажання відійти від політики на другий план і не брати участі в поточних політичних процесах. Активність членів партії у роз'ясненні її програмних цілей, стратегії та тактики сприяє створенню та розвитку іміджу, розширює політичний простір і відкриває нові можливості для здобуття симпатій виборців.

Аналізуючи імідж політичного лідера, можна визначити його як сукупність якостей, які люди пов'язують з певною особистістю. Імідж політика формується на основі його дій або, використовуючи термін, прийнятий у політології, подій.[1] Наприклад, висловлювання політиків щодо певних проблем стають подіями, а образи виникають внаслідок взаємодії між медіа та різними соціальними сферами.

Використання політичного іміджу в політичній діяльності викликає низку етичних питань і дилем. Вплив та маніпуляція свідомістю виборців за допомогою створення певних образів та повідомлень викликає питання про прозорість, достовірність та етичність політичної комунікації. Наприклад, Юлія Тимошенко застосовує техніку ствердження через заперечення, звертаючись до своїх власних почуттів і переживань, насичених емоціями та пафосом. У її риторичі часто можна почути слова «сльози» і «страждання», які виступають як вираження каяття та підтвердження її позиції проти діючої влади. [3]

Петро Порошенко вмів використовувати пафос у своїх виступах, часто вживаючи такі слова, як «великий», «рішучий» та «рішучість». Він активно цитує різноманітні літературні та інші джерела, звертаючи увагу на деталі. Його стиль характеризується багатослівністю, смисловими повтореннями, риторичними запитаннями та зверненнями до уявного співрозмовника.

Безліч прикладів формування іміджу політика свідчать про те, що його особистісні якості мають бути однозначними, чітко окресленими, яскраво вираженими та достатньо стабільними. Неодноразово робилися спроби визначити набір характеристик, якими обов'язково повинен володіти лідер в очах своїх співгромадян. Перш за все, більшість дослідників наголошує, що лідер країни має позиціонувати себе як активну особистість. Будь-яке різке

зниження популярності, ймовірно, є наслідком бездіяльності політичного діяча у відповідь на події.

Слід також підкреслити, що людська свідомість схильна спрощувати характеристики особи (політика), застосовуючи дихотомічні оцінки: хороший—поганий, добрий—злий, розумний—дурний тощо. Зібравши певну інформацію, людина інтегрує її, робить висновки про конкретну особистість і формує своє ставлення до неї. Безперечно, цінності, які політичні партії та блоки пропонують у своїх програмах під час виборів, виглядають досить привабливо і демократично. Проте після виборів проголошена ціннісна свідомість політичних сил, якщо й не зникає зовсім, то принаймні зменшується щонайменше вдвічі.[4]

Отже, імідж політика повинен бути чітким і реалістичним, «прив'язаним» до особистих чеснот і переконань лідера. Виборці повинні мати можливість «впізнавати» цей імідж і легко асоціювати його з особистістю політика. Імідж повинен базуватися на реальних фактах і подіях, враховувати те, що є популярним у суспільстві, відображати його пріоритети та очікування. Крім того, «команда» лідера повинна своїми діями сприяти зміцненню та поширенню цього іміджу. Вважаємо, що процес формування та підтримки іміджу політика є позитивним явищем, оскільки він наближає його до виборців, змушує враховувати настрої населення та підтримувати з ним постійний зв'язок.

Імідж допомагає політикові здобути владу, залучаючи підтримку громадськості. Однак, цей імідж має залишатися активним, щоб люди були готові довірити політикові цю владу і в майбутньому, коли настане час оцінювати його дії та імідж знову. Таким чином, завдяки іміджевим технологіям образ політика свідомо доповнюється характеристиками, які сприяють підвищенню його значущості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- [1] Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи URL: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>
- [2] Зубик О. Імідж України: погляд з-за меж URL: <http://experts.in.ua/baza/analitic/>
- [3] Міжнародний імідж України: міфи й реалії / Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова URL: http://www.razumkov.org.ua/journal_pos.php?y=2000&cat=3&pos=5
- [4] Міняйло В. Радіо Свобода Україну в світі знають за корумпованість та безвідповідальність URL: <http://ngo.donetsk.ua/ukrsociety/2194>
- [5] Остапа С. Формування позитивного іміджу. Українська Всесвітня координаційна рада. Вісник за травень 2002 URL: <http://www.news.ce.lviv.ua>
- [6] Михайлова Р.Д. Зовнішні маркери ділового іміджу сучасного політика <https://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2022/08/10AD-2-2022.pdf>.