

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

*Факультет № 6  
Кафедра соціології та психології*

**ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**

з навчальної дисципліни «**Політична психологія**»  
обов'язкових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

*053 Психологія (практична психологія)*

**Тема №7. Імідж політичного лідера**

**Харків 2023**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол від 30.08.2023 № 7

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою факультету № 6  
Протокол від 25.08.2023 № 7

**ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної  
ради ХНУВС з гуманітарних та  
соціально-економічних дисциплін  
Протокол від 29.08.2023 № 7

Розглянуто на засіданні кафедри соціології та  
психології (протокол від 15.08.2023 № 8)

**Розробники:**

1. Професор кафедри соціології та психології, доктор педагогічних наук, доцент Марченко О. Г.

**Рецензенти:**

1. Доцент кафедри психології та педагогіки Харківської державної академії культури, к. психол. н., доцент Віденєєв І. О.
2. Доцент кафедри соціології та психології факультету № 6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат психологічних наук, доцент Шиліна А.А.

### **План лекції**

1. Психологічні теорії політичного лідерства.
2. Основні типи політичних лідерів.
3. Психологія політичного іміджмейкінгу.

### **Рекомендована література (основна, допоміжна), інформаційні ресурси в Інтернеті**

#### **Основна:**

1. Козирєв М. П. Політична психологія: навч. посіб. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 648 с.
2. Лозинський О. М. Політична психологія: навч. посібник. 4-те вид., доп. Львів: ЛьвДУВС, 2016. 251 с.
3. Скуловатова О. В. Політична психологія: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 280 с.
4. Політична енциклопедія / редкол.: Ю. Левенець, Ю. Шаповал та ін. Київ: Парламент. вид., 2011. 808 с.
5. Гошовська В. А. Політичне лідерство: навч. посібник / В. А. Гошовська, авт. кол.; за заг. ред. В. А. Гошовської, Л. А. Пашко. Київ: НАДУ, 2013. 300 с.

#### **Допоміжна**

1. Гошовська В. А., Ковбасюк Ю. В., Пашко Л. А. Керівництво та лідерство в системі державної служби: навч.-метод. посібник. Київ: НАДУ, 2011. 144 с.
2. Рак О. Особливості природи формування особистісного політичного іміджу політика перед виборами. *Освіта регіону: політологія, психологія, комунікація*. 2012. № 4. С. 103–108.

### **Текст лекції**

#### **1. Психологічні теорії політичного лідерства**

У сучасній світовій науці існує чимало теорій, які намагаються пояснити феномен лідерства, визначити його функції. Серед цих теорій можна назвати теорію рис, ситуаційну теорію, психологічні теорії і марксистську концепцію лідерства.

Теорія рис (Є. Богардус, Ф. Гальтон та ін.) пояснює природу політичного лідерства. У цивілізованих країнах до обов'язкових якостей політичних лідерів додають зовнішню привабливість, комунікабельність і високу моральність.

Факторно-аналітична концепція доповнює теорію лідерства властивостями індивіда, пов'язаними з його прагненням до влади.

Ситуаційна теорія обґрунтовує і розвиває ідею залежності поведінки лідера від соціальних умов. Лідерство виявляється в якійсь конкретній ситуації.

Психологічні теорії про політичне лідерство одержали свій подальший розвиток у працях Є. Фромма і Т. Адорно. Вони виявили психологічні особливості індивідів, що визначають авторитарний тип політичного лідера.

## 2. Основні типи політичних лідерів

Авторитарний лідер, вміло використовуючи сформовану соціальну ситуацію, прагне підкорити своєму впливу всі структури громадянського суспільства. Він будує свої відносини з людьми крізь призму відносин сили і слабості, перед сильними він схиляється, а слабким наказує і загрожує.

Важливе місце в політичних науках у трактуванні природи політичного лідерства приділяється марксистським теоріям. Останні в поясненні природи лідерства виходять із соціально-класових основ суспільства.

Відомий український політолог Д. Видрін вважає, що політичний лідер - це учасник політичного процесу, який намагається і спроможний консолідувати зусилля всіх, **хто** його оточує, і активно впливати (в межах території, міста, регіону, країни) на цей процес для досягнення висунутих ним визначних цілей.

Статус політичного лідера, можна розглядати з різних поглядів: функціонально-рольового; професійного; морально-етичного; самооцінного. За змістом діяльності: лідер-натхненник; лідер-виконавець; лідер-натхненник і виконавець водночас. За стилем керівництва: авторитарний; демократичний; такий, що поєднує авторитаризм з демократизмом. За характером діяльності: універсальний; ситуативний.

Залежно від мотивації діяльності виокремлюють традиційних, легальних (бюрократичних), харизматичних лідерів. Більшість монархів - це традиційні лідери.

Легальні, або бюрократичні, лідери — це лідери посади і крісла, їм підкоряються завдяки тому, що вони мають відповідний ієрархічний статус, а не соціальну вагу.

Харизматичні лідери уособлюють особистісний тип лідерства. Авторитет такого лідера базується на його особистих якостях, привабливості ідей, які він декларує.

Залежно від масштабів політичної діяльності лідерство має кілька рівнів. Найпоширенішим є рівень малої групи (оточення президента, керівника парламенту, лідера політичної партії). Більш високий рівень - лідерство в політичному русі певної соціальної групи (прошарок, клас, партія). Лідер цього рівня повністю використовує не лише особистісні якості, а й уміння бути організатором, координувати дії досить великої групи людей.

Найвищим вважається рівень політичного лідерства в системі владних відносин. Лідер цього рівня спроможний інтегрувати і поєднувати інтереси великих соціальних груп, різних соціальних верств населення, тобто здатний діяти в масштабах усього суспільства, держави.

Варта уваги і концепція функціонально-рольового підходу яка розглядає лідерство з позиції функції, яку має виконувати конкретний лідер у суспільстві.

Лідер-вождь. Він має мету, заради якої здатен змінити політичну систему, і чітко визначає цілі, етапи діяльності, вміє вести за собою маси і підкоряти їх своїй волі. Це сильна особистість, для якої характерне особисте бачення дійсності і її перспектив.

Лідер-комівояжер будує кар'єру на шанобливо-чуйному ставленні до

найважливіших потреб людей, намагаючись їм допомогти, а також переконати їх, що він бажає і може поліпшити життя. Як правило, лідери цього типу керуються передусім бажаннями і потребами маси.

Лідер-маріонетка діє не самотійно, а від імені і за допомогою групи, яка його висунула і підтримує. Тому він пропагує і підтримує цілі цієї групи, але методи їх досягнення часто вибирає сам. Для цього лідера дуже важливо вміти переконувати інших для того, щоб вони сприйняли його ідеї.

Кожен політичний лідер має певні, часто лише йому притаманні якості, які, власне, і роблять його лідером. Можна назвати найтипівіші риси політичного лідера.

Акумулятивність. Ця риса є вирішальною, особливо для лідерів високого, загальнонаціонального, загальнодержавного рівня. Вона полягає в здатності акумулювати і адекватно виражати інтереси певних великих мас. Політичним лідером можна стати досить випадково - варто вгадати інтереси широких мас і спробувати їх задовольнити.

Компетентність. Це всебічна підготовленість політичного лідера до діяльності у сфері політики, суспільних відносин. Значною мірою компетентність зумовлюється три вдалістю та досвідом політичної діяльності політичного лідера.

Наявність чіткої політичної програми. У авторитетних, популярних політичних лідерів програми здебільшого відповідають інтересам їх електорату, інтересам великих соціальних груп або класів.

Велика популярність - досягається завдяки поєднанню іміджу, вміння завоювати симпатії людей, ефективності політичної діяльності та звичайного популізму.

Політична воля, вміння і здатність брати на себе відповідальність. Ця важлива риса притаманна сміливим, рішучим політикам, які швидко знаходять вихід з критичної суспільної ситуації і беруть на себе відповідальність за прийняті рішення.

Організаційні здібності: особливо важливі для лідерів, які є національною елітою, насамперед президентів, керівників парламентів, урядів, міністрів, лідерів впливових політичних партій, об'єднань, сил.

Мова політичного лідера. Ідеться про мову, якою спілкується політичний лідер, політичну термінологію, поняття, властиві лідерам з високим рівнем загальної і політичної культури.

Популізм - притаманне всім політичним лідерам. Вдало використаний популізм - постійна поява перед людьми, не застережливе спілкування з ними, вміння стати "своїм хлопцем" - тільки на користь політикові.

Серед політичних лідерів сучасної України можна виокремити два основні типи:

- "поступливий" - лідер консервативного типу, тобто такий, що під певним тиском намагається зберегти в країні раніше існуючу систему;
- "інверсійний" - лідер, якого визнають і сприймають не так завдяки його особистим заслугам, як через переслідування його владою чи критику з боку інших лідерів або політичних сил.

Аналізуючи феномен сучасного політичного лідерства в Україні, щодо багатьох лідерів абсолютно неможливо визначити, є вони лідерами загальнонаціональними чи регіональними; інтереси яких соціальних груп захищають; яке їх ставлення до існуючого суспільного устрою

- функціональне, дисфункціональне чи стабілізуюче.

### 3. Психологія політичного іміджмейкінгу

Привабливість лідера (імідж). Політик повинен уміти подобатися, або мати "шарм". Свого часу такими політиками були Р. Кеннеді, М. Тетчер, М. Горбачов, Б. Єльцин, Л. Кравчук та ін. Крім відповідних якостей і вміння вирішувати суто політичні питання вони вміло завойовували симпатії громадян.

У психології під іміджем розуміють «склався в масовій свідомості і має характер стереотипу емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь; формування іміджу відбувається стихійно, але частіше воно є результатом роботи фахівців; імідж відображає соціальні очікування певної групи».

Імідж можна трактувати як одну з форм соціальної регуляції і саморегуляції людської поведінки: індивідуального і групового. Поведінка людини регулюється не тільки соціальним, але і біологічними і психологічними механізмами; всі вони взаємодіють між собою і проникають одне в одного.

Правильно підібраний імідж являє собою найбільш ефективний спосіб роботи з масовою свідомістю. Імідж відображає ті ключові позиції, на які безпомилково реагує масова свідомість. Це спроба перекладу масової свідомості на автоматичні реакції.

Імідж - це результат обробки інформації, тому допомога на цьому шляху вільно чи мимоволі підтримується кожною людиною.

Структура іміджу складається з чотирьох компонентів:

Перший - це основа, база, деякий «вихідний матеріал» (політик, партія чи організація, подія, що відбулася і т. д.), попередньо спеціально оброблений з метою мінімізації його негативних та максимізації позитивних рис у відповідності з основними параметрами оптимальної моделі іміджу, розробленої іміджмейкером.

Другий компонент - це сама обрана модель іміджу, накладена на попередньо підготовлений «вихідний матеріал».

Третій компонент - неминучі спотворення, що вносяться каналами трансляції іміджу (перш за все засобами масової інформації) та способами його масового тиражування.

Четвертий компонент - результат активної власної психічної роботи аудиторії або окремого суб'єкта сприйняття з реконструкції цілісного підсумкового іміджу в своїй свідомості на основі надв'язуваної ззовні моделі, але з урахуванням власних внутрішніх уявлень.

Іміджмейкер - це творець, творець, виробник іміджу. Теоретично,

іміджмейкер -виключно автор і розробник оптимальної моделі, під яку підганяється прообраз іміджу. На практиці, одночасно, він є ще і реалізатором цієї моделі в роботі з політиком, структурою, подією чи явищем, а також часто мультиплікатором і розповсюджувачем виникає продукту через засоби тиражування і канали масової комунікації - то є постачальником іміджів.

Перед іміджмейкером стоять певні завдання: формування попередньої моделі, основи майбутнього іміджу; «обробка» політика, яка приводить його до максимального відповідності цієї моделі; формулювання коректив, які треба вносити в модель. Процес формування іміджу нескінченний - коригування вносяться після кожної зустрічі з виборцями, тієї чи іншої події, реакції опонентів, отримання нових даних соціологічних опитувань і т.д.

Іміджмейкінг. Сучасний політичний іміджмейкінг представляє собою організацію складної системи взаємовідносин політик - іміджмейкер - аудиторія, в якій необхідно враховувати безліч чинників.

Поняття іміджмейкінгу. У світі конкуренції (а політика реалізується лише в полі вибору, ми вибираємо одного депутата з декількох альтернативних кандидатур) діючі особи зацікавлені виглядати якнайкраще.

Базові принципи іміджмейкінгу добре відомі: слід звертатися до іміджмейкерів завчасно; слід користуватися загальнодоступною мовою і акцентувати увагу на питаннях, що хвилюють простого громадянина; не можна обійтися без експертів; не можна забувати, що створення іміджу є доповненням до політичного процесу, а не заміником реальної політики.

Щоб зберегти створений імідж, потрібно бути спочатку відвертим зі своїм іміджмейкером. Потім треба бути готовим до всіх атак опонентів на імідж. Для цього потрібно продумати антиімідж.

Також важливо, щоб політик здійснював будь-які дії тільки за згодою іміджмейкера, бо необдуманий вчинок може зашкодити іміджу.