

Трушевич Ганна Богданівна

## Іміджмейкінг в українській політичній практиці: ціннісний вимір

УДК 32:17.022.1](477)«1991/...»  
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2020-4.12>

Трушевич Ганна Богданівна  
аспірант кафедри політології  
Одеського національного університету  
імені І.І. Мечникова  
вул. Дворянська, 2, Одеса, Україна

*Статтю присвячено практичним аспектам побудови та застосуванню іміджу політиків у контексті цінностей українського суспільства. Увагу автора зосереджено на визначенні політичних цінностей сьогодення, які змінюються і потребують належного аналізу під час формування іміджу та типів сучасних українських політиків. Актуальність дослідження полягає в тому, що під час побудови, формування, зміни образу політика політичні технологи та політичні консультанти спираються на вподобання українців. Є зрозумілим, що з розпадом Радянського Союзу і проголошенням незалежності України були зруйновані одночасно практично всі основні підвалини суспільного життя – політичні, економічні, ідеологічні та духовні. Внаслідок цього виникла соціальна невизначеність, аморфність суспільних цінностей та норм, що позначилося на формуванні іміджу політичного лідера. Суспільство із застарілою системою цінностей опинилося в нових політичних, економічних і навіть географічних умовах. Проте попередня система цінностей активно використовується громадянами в сучасних умовах трансформації політичної культури. До того ж сучасне суспільство розкололося: паралельно існують культури, системи оцінок, норм, що виявляється в дестабілізації суспільства, виникненні напруженості. Традиції, спосіб та стиль життя, пострадянське минуле, революції, анексія Криму, війна на Сході країни позначається на виборі того політика, який здатний задовольнити нагальні потреби різних груп населення.*

*Висвітлено аналіз патерального типу поведінки українців та вже традиційних для громадян «цінностей виживання». Обґрунтовано вплив цінностей суспільства на формування іміджу політиків. Проаналізовано типи образів українських лідерів та характеристики іміджу політика, які важливі для громадян України. Вказано на взаємозв'язок порядку денного партій та партійних технологічних проєктів з політичною культурою, політичною свідомістю та політичною освіченістю суспільства.*

**Ключові слова:** імідж, образ, іміджмейкінг, політичні цінності, політична культура, політична психологія.

**Вступ.** Побудова того чи іншого образу українського політика залежить від уявлень, очікувань та ціннісних орієнтацій соціуму. Перш ніж будувати образ лідера, команда політика ретельно вивчає ситуацію в суспільстві. Адже саме політична культура, політична освіченість та політична свідомість суспільства впливає на те, які саме політичні лідери зможуть бути підтримані громадянами та будуть їх представляти.

В українській політичній науці можна виокремити напрям щодо вивчення аксіологічних основ політики. Попри окремі аспекти загально-теоретичного аналізу, значна частина українських дослідників акцентує увагу на ролі ціннісних орієнтацій загалом, які впливають на вибір громадянами того чи іншого політика (І. Гавриленко, П. Мельник, М. Недюха, М. Рябчук та ін.), динаміці ціннісного складника в українському державотворенні (Н. Кононенко, Є. Головаха, В. Шульга), формуванні типу образів лідера у свідомості українців (С. Недбаєвський, Г. Почепцов). Аналізуючи здобутки в цих дослідженнях, можна зазначити, що актуальним залишається вплив ціннісного складника саме у створенні / формуванні іміджу сучасного українського політика.

**Мета та завдання.** Метою статті є аналіз побудови образу українського політика як пропозиція на попит ціннісних уявлень суспільства про політич-

ного лідера. Основне завдання автора – показати практичний аспект формування іміджу політика в контексті домінування та динаміки змін традиційних ціннісних орієнтацій українського суспільства.

**Методи дослідження.** Статтю побудовано насамперед на основі використання міждисциплінарного підходу та окремих аспектів історико-соціологічного, аксіологічного та порівняльного методів, які дозволили провести порівняльний аналіз змін традиційних цінностей, причин їх зберігання в українському суспільстві, особливостей у створенні образів лідерів на прикладі президентів України та провідних політиків, роль політичної психології тощо.

**Результати.** Розглядаючи особливості формування іміджу політика в умовах ціннісних орієнтацій суспільства, важливим є дослідження ролі політичних цінностей українських громадян в цьому процесі та відношення до влади через призму цих цінностей. В умовах невизначеної системи політичних цінностей українського суспільства виникає можливість технологічного формування будь-якого варіанту іміджу політичного лідера.

Не є новим розуміння, що світ цінностей виникає і формується в процесі духовної діяльності людини, як один з елементів культури. Людина не лише творить цінності залежно від своїх інтересів, бажань, потреб, змінює та реалізує їх у процесі суспільно-

історичної практики. Зміни в соціально-економічних, культурних пріоритетах пострадянського суспільства призвели до розгубленості більшості населення, духовного спустошення та відсутності запиту на високий інтелект. Як зазначає Н. Кононенко, українці залишаються суспільством, хворим на домінування патернального типу поведінки [8].

Науковці Р. Інглгарт та К. Вельцель говорять про те, що суспільства, в яких домінують патернальні цінності, відрізняються порівняно низьким рівнем особистого добробуту, відсутністю міжособистісної довіри, невисокими показниками здоров'я населення, гендерною нерівністю, нетерпимістю до інакходумців, ігноруванням природоохоронної проблематики, підвищеним інтересом до матеріальних аспектів життя, готовністю підтримувати авторитарні режими, невисоким рівнем розуміння суспільством сутності політики [7]. Н. Кононенко наголошує на тому, що українці переважно все ще перебувають у зоні впливу традиційних цінностей – «цінностей виживання» [8].

Єдності не спостерігається навіть у розумінні патріотизму чи оптимальних зовнішніх орієнтацій. Тяжіння до європейських ідеалів свободи, саморозвитку, раціонального прагматизму сьогодні входить у гостру суперечність із залишковими надіями на утверджені згори «порядок», який залишився в пам'яті старшого покоління після розпаду Радянського Союзу. Внаслідок цього українське суспільство поляризоване й сегментоване, його політична культура має виразні ознаки фрагментарності.

Якщо ж взяти до уваги ще й такі неприємні риси нашого буття, як клановий і регіональний корпоративізм, значною мірою «тіньова» структура інтересів, практична відсутність «середнього класу», то соціально-політичний фон для формування іміджу політичного лідера досить непростий.

Прогнозовано те, що як суспільство, що «виживає», українці мають дуже високі сподівання на державу, яка повинна забезпечувати допомогу безробітним, обкладати податками багатих і підтримувати бідних та забезпечувати рівність доходів [10]. Можна погодитися із К. Харісоном і Т. Бойдом, що навіть на простому, неофіційному рівні ми маємо погляди на «правильну» форму правління, свободу, рівність та рівні права, «належну» роль уряду в суспільстві, наскільки «демократична» власна політична система, правильні рівні державні витрати [16].

Ситуація в сучасній політичній культурі України, зокрема, засвідчує розчарування людей у попередній системі цінностей та відсутність чи деформацію нової; страх перед майбутнім, апатію та небажання брати участь у соціально-політичному житті суспільства. Такі кризові настрої відзначаються дослідниками як у молодіжному середовищі, так і серед людей старшого покоління, соціалізація яких проходила в умовах домінування радянської ідеології / способу життя.

Значно вплинули на динаміку змін в системі цінностей українців анексія Криму Російською Федерацією та АТО/ООС на Сході країни. Після 2014 року в громадян з'явилися гострі відчуття справедливості, миру, необхідність безпеки та об'єднання заради допомоги і підтримки військових. Все вищезазначене розглядається в нашому дослідженні як контекст цінностей українського суспільства для формування іміджу політичного діяча.

Які ж саме політичні цінності сьогодення слід враховувати під час формування образу політичного лідера загалом? Які характеристики доцільно створювати в іміджі політика, що відповідають ціннісним орієнтаціям більшості українських громадян?

Можна погодитися із Н. Жабінець щодо визначених груп базових цінностей: 1) домінуючі ідеї-цінності, до яких належать: свобода, справедливість, політична стабільність, громадянське суспільство; 2) розвиваючі цінності, якими вважаються: законність; політична лояльність; толерантність, схильність до компромісів; відповідальність; свідоме, неупереджене ставлення до змін; ефективна участь у політичному житті; безпека; рівність; політичний суверенітет; патріотизм; політичний плюралізм; легітимність, що в різному ступені позначається на іміджі політичного лідера [6, с. 5], які залишаються сьгодні, однак відбуваються зміни у пріоритетності цих цінностей. У такому контексті громадянин здійснює вибір майбутнього через вибір ідеального політика з огляду на сформовані цінності.

Мають рацію дослідники українського суспільства, які звертають увагу на той факт, що в умовах руйнування традиційних структур та механізмів соціальної інтеграції, домінуючим типом соціальних орієнтацій стає амбівалентність (орієнтація на взаємовиключні цінності). Можна погодитися з дослідниками, що «специфіка посттоталітарної амбівалентності проявляється в декількох аспектах: по-перше, у масовій та індивідуальній свідомості ідеологічно і морально взаємовиключні ціннісно-нормативні підсистеми існують не як антагоністи, що своєю конкуренцією деформують психіку, а як узгоджені елементи єдиного типу свідомості і емоційного сприйняття соціальної дійсності; по-друге, суперечливі системи цінностей характерні не для різних соціальних груп, конкуренція між якими могла б призвести до встановлення ієрархічної системи, а фактично для кожної з великих соціальних груп; і по-третє, амбівалентність проявляється в суперечливих поєднаннях демократичних і тоталітарних цінностей» [3, с. 132].

Сьогодні, в умовах відсутності державної ідеології, чіткої національної ідеї, наявності політичного плюралізму, багатопартійності можна говорити про відсутність загального стрижня, який визначає напрям колективної творчості людей, визначає певним чином їх дії та думки. Таку ситуацію повинна була б розбавити конкуренція між

різними ідеологічними стратегіями суспільного розвитку, які намагалися б подавати політичні партії. Але, на жаль, в українських політичних реаліях стратегій суспільного розвитку взагалі немає. Вони повинні були б базуватися на певних як політичних, так і національно-традиційних цінностях, які своєю чергою слід було б вважати важливим складником політичної свідомості українських громадян.

Цей порядок денний повинні будувати партії, оскільки політичні партії, за визначенням, є виразниками народних інтересів та на виборах їм доводиться працювати над створенням привабливого іміджу. Однак цікавою видається тенденція: чим сильніша, консолідованіша та стабільніша політична сила, тим меншу кількість цінностей вона проголошує. Слабші партії взагалі пропонують «коктейль» з різноманітних цінностей [9, с. 4].

Звичайно, цінності, які пропагують у своїх програмах політичні партії та блоки, що йдуть на вибори, є досить привабливими та демократичними. Але після виборів проголошена ціннісна свідомість політичних сил, якщо не зникає зовсім, то зменшується принаймні наполовину. Так, після кожних парламентських виборів більшість задекларованих пріоритетів так і не було реалізовано. У підсумку це може призвести до ситуації, коли політичні партії взагалі перестануть асоціюватися у виборців з ціннісним виміром політики. У такій ситуації, на наш погляд, зростатиме роль харизматичних лідерів, популізму та технологічних партійних проєктів. Доказом цього можуть слугувати результати позачергових виборів народних депутатів України, які пройшли 21 липня 2019 року, а саме в 22 з 25 регіонів України партія «Слуга народу» набрала найбільшу кількість голосів [2]. У таких умовах формується імідж сучасного українського політика: на тлі занепаду тих цінностей, які були притаманні минулим поколінням, й одночасно із застосуванням новітніх виборчих технологій.

Таким чином, у контексті політичної свідомості сьогодні наголос робиться саме на політичну психологію, в межах якої і проходить формування іміджу певного політичного лідера. На наш погляд, сьогодні це і є основою для своєрідного формування суспільно-політичної свідомості громадян, особливо молоді, яка включається в процес політичної соціалізації. Їх погляди й уявлення формуються в лоні саме політичної психології, а не ідеології. В рамках політичної психології також має місце безперервний процес маніпулювання суспільною свідомістю через різноманітні політичні технології, використання «чорного» PR. Це маніпулювання так чи інакше призводить до формування того іміджу політика, який є бажаним існуючій владі. До того ж оскільки ми знаходимося в постійній кризі, на роль лідера претендує той, хто спроможний стати рятівником, а не просто лідером.

Ця нестабільність ціннісної системи, політичної свідомості як конструкційних параметрів політичної культури нашого суспільства безпосередньо впливає й на загальний стан масової свідомості, яка загалом відображає сутність духовної ситуації в суспільстві, що описана вище. Отже, взаємозв'язок між формуванням іміджу політичного лідера і станом політичної свідомості, ціннісними орієнтаціями українського суспільства є досить очевидним. Навіть більше, в умовах сучасного політичного розвитку українського суспільства будь-яка ідея потребує технологічного (а більше всього матеріального) підкріплення. Наприклад, виборець зазвичай голосує за того чи іншого кандидата в депутати за принципом «Що ти для мене конкретно зробив?». Зазвичай складно в цій ситуації визначити відсоткове співвідношення таких цінностей, як «духовне» і «матеріальне», з погляду голосування за того чи іншого політика.

Характерними ознаками іміджу українського політичного лідера є здатність задовольнити саме матеріальні потреби громадян. Це пов'язано із соціально-економічним станом сучасного українського суспільства, яке сьогодні переймається більше матеріальними проблемами свого існування, ніж духовними. Підтвердженням цьому є соціологічне дослідження «Соціально-політична ситуація в Україні на початку 2020 року» Центру соціальних та маркетингових досліджень «Социс», яке за своїми результатами показало, що ключовими соціально-економічними проблемами є низький рівень зарплат чи пенсій (52,3%), підвищення комунальних тарифів (37,5%), зростання цін на основні товари та інфляція (27,1%) [12].

Тому і «розкручуються» такі іміджеві риси політичного діяча, як хазяйновитість, прагматизм, жорсткість, утилітаризм. А в таких рисах, які пов'язані з морально-ціннісними характеристиками особистості лідера, сьогодні немає такої гострої потреби. Визначення основних іміджевих картинок в особі двох політичних лідерів, якими були Віктор Янукович і Віктор Ющенко, є безпосереднім підтвердженням цієї тези. В минулому це прем'єри, які більше займалися не духовними, а матеріальними справами, пов'язаними із підняттям економічного рівня українського суспільства. Іміджі цих двох політиків у своїй основі мали прагматичний аспект, і загалом їх шанси були рівні.

З іншого боку, перевагу В. Ющенка у формуванні його політичного іміджу як національного лідера забезпечив певним чином моральний аспект. Під час створення його образу, на відміну від політичного іміджу В. Януковича (був неодноразово засуджений), були окреслені ті характерні ознаки, притаманні загальносуспільній моралі: чесність, порядність [5, с. 7]. Це ще раз вказує на своєрідність формування іміджу лідера в умовах сучасного українського суспільства, конструкційними складниками

якого є не лише ті риси, які пов'язані зі здібностями особистості, але і з його моральним полем, в лоні якого ці риси існують. Одну з головних функцій формування іміджу ідеального сім'янина та українця виконала дружина К. Ющенко. Дуже чітко передавалась інформація про те, як В. Ющенко привчив свою дружину-американку та привив любов до українських традицій. Можна зазначити, що під час президентства В. Ющенка відбулась зміна ціннісних кодів. Тому що значна частина його роботи присвячувалась культурі та культурній спадщині українського народу.

Формуючи імідж політичного лідера, враховують існування в масовій свідомості народу певного ідеального стереотипізованого образу політичного діяча з гамою «потрібних» рис у кожній конкретній ситуації. Такий ідеальний еталон формується в різних соціальних групах і відображає пріоритети, потреби і, зрештою, зумовлює груповий вибір того чи іншого політика. Ідеальний еталон може бути умовно диференційований на окремі важливі (в певній соціальній групі) риси, котрі й стануть домінуючими компонентами вибору. Політичний лідер, імідж якого відповідає цьому переліку якостей, має великі шанси стати відомим. З огляду на це, на думку українських виборців, в «портретному» аспекті їх цікавлять такі якості, як чесність, порядність, освіченість, доброта (людяність), обов'язковість, рішучість, розум, безкорисливість, енергійність, молодість, наполегливість, здатність вести за собою, принциповість, відкритість. У професійному аспекті значущими є компетентність, діловитість, працездатність. В соціальному – турбота про людей.

Безумовно, для іміджу політика дієвими характеристиками є активність, відповідальність за події, що відбуваються в суспільстві, впевненість, здатність досягати успіху, одночасне володіння як «батьківським» стилем керування (агресивність, хоробрість), так і «материнським» (опіка і любов), що проявляється в стосунках з прихильниками. До цього переліку найважливіших рис слід додати «чисті руки», високі моральні якості, уважне ставлення до людей, організаційні здібності, патріотизм, чіткі політичні орієнтації, багатий життєвий досвід, мудрість, розважливість, інтелігентність.

Домінуючий метод порівняльного аналізу деяких аспектів формування іміджу президентів показав, що цінуються також людяність, простота й доступність (тут мається на увазі здатність лідера не ототожнювати себе із зовнішніми атрибутами влади, а просто спілкуватися з людьми, уважно ставитися до них, поважати всіх громадян, незалежно від їх соціального статусу). Як зазначалося, в українській масовій свідомості живе уявлення про справедливого політичного лідера, від міри доброчесності якого залежить справедливість чи несправедливість його ухвал, на відміну

від західного громадянина, який вважає, що правильна побудова суспільства і досконалі закони самі по собі є вирішальним фактором правильної поведінки посадовців.

На порівнянні та протиставленні понять «добра» і «зла», «справедливості» та «несправедливості» був побудований імідж Петра Порошенка, який після Євромайдану показав себе як «батько», «гетьман», котрий бере відповідальність за всю свою «родину» у важкий для неї час. Як відомо, в травні 2014 року Петро Порошенко виграв вибори Президента України у першому турі, що було вперше за всю незалежність країни.

Свій іміджевий тип «батька» Порошенко показував будучи Президентом. Також Порошенко постає перед нами не тільки як «захисник», а й «реформатор», який розпочав реформи у сферах освіти, медицини, оборони, у правоохоронній та судовій системах. Однак очікування щодо результату проведення реформ у громадян не виправдались. Задовго до кінця каденції він втратив підтримку суспільства.

Порошенко є підтвердженням впливу ролі ціннісних складників на вибір суспільства, враховуючи запит громадян на зміни в усіх сферах після Революції Гідності, захист від агресора та збереження кордонів країни.

Слід також враховувати ще одну психологічну закономірність – парадоксальний вплив надзвичайно високого рівня позитивних характеристик людини на симпатію до неї. У більшості випадків симпатія має позитивний зв'язок із чеснотами людини. Але «занадто» значна демонстрація позитивних характеристик знижує атракцію до неї, може асоціюватися з рядом негативних особистісних характеристик (оскільки координати «добре», з одного боку, і «сильний», «розумний», «гарний» – з іншого, пов'язані негативно).

Політиком, іміджмейкери якого будують імідж тільки на позитивних якостях, є Юлія Тимошенко. Юлія Володимирівна на початку стала блондинкою для того, щоб вирізнитись. Образ показує нам її як «матір», «берегиню роду», «матір-годувальницю». Коса на голові, світлий одяг, в руках земля, говорять нам про господиню. З початком 2017 року іміджмейкери Тимошенко почали експериментувати з образами Юлії Володимирівни. Спочатку вона змінила косу на зачіску однієї з головних героїв фільму «Гра престолів», який на той час був найпопулярнішим. Вже в 2018 р. Тимошенко розпустила волосся, і імідж почав асоціюватися у громадян з сильною жінкою, європейкою, а лозунги своєю чергою змінилися на підтримку вступу України в ЄС та НАТО.

Так, за даними соціологічних досліджень, медіавійни за голоси виборців були переважно боями за присвоєння етико-психологічної дихотомії – «моральний – аморальний». У кращому становищі

опинився той, хто зміг втримати за собою імідж «моральної політики». Те, що під час розробки іміджевих сценаріїв проблеми моральності, внутрішньої етики людини є визначальними для української культури, підтверджує і науковець А. Гуцал [4, с. 163].

Дійсно, попри панування сьогодні «ідеології наживи», такий ціннісний орієнтир, як скромність, залишається надзвичайно дієвим. Несвідома установка людей на скромність виключає можливість серйозної популярності політичного лідера, який відверто демонструє розкіш. Байдужість до почестей також вважається необхідною рисою іміджу політика. З прикладів можна навести Президента України В. Зеленського. Під час виборчої кампанії 2019 року він утримував образ «своїї людини із народу». Риторика щодо виключення перекриття доріг, використання кортежів, державні дачі віддати дітям, так й залишилася риторикою, бо реальність сьогодні зовсім інша, що, безумовно, знижує його рейтинг.

Стосовно моральності влади поряд з образом добродісного лідера є ідея покликаного лідера. Важкий контекст національної історичної пам'яті разом з християнською релігійною тематикою висунули на перший план у символічному ряді дієвих неусвідомлених образів українців імідж політичного діяча, здатного вивести країну на шлях загального добробуту.

Так, С. Недбаєвський описує ознаки так званого «покликаного» лідера, що існують у свідомості українців: енергійність, заряд життям (виражена харизма, що проявляється у внутрішній активності), поєднання імпульсивності зі стриманістю (така людина дивиться далеко вперед, однак робить за один раз не більше одного кроку), внутрішня логіка (лідер не потребує схвалення та великої кількості радників), «інстинкт» лідера, безкомпромісність у всьому, що стосується суттєвих сторін його політичного життя (що ж до інших справ, то його політика є вмілим поєднанням гнучкості і незалежності), повнота життя (ототожнює себе з своєю політичною діяльністю), діяльність, підпорядкована єдиній меті, яку він трактує як сенс життя, тощо. Прикладом такого лідера в українській політиці достатньо довго залишався Олег Ляшко, який притягує свій електорат емоційністю, сильною командою, правдивістю та одіозністю [4, с. 175].

Лідер think tank «Практика влади», віце-президент Української PR-Ліги, вчений О. Дерев'янюк в дослідженні «3-D профілі учасників «президентської» виборчої кампанії» показує, які якості, на думку українських виборців, мають бути притаманні лідеру нації. В жовтні 2018 року команда «Практики влади» проводить всеукраїнське незалежне face-to-face інтерв'ю та опитують виборців як вони бачать політичних лідерів через такі риси,

як розум, сила, здатність завойовувати суспільну підтримку (емпатія).

**Результати дослідження** показали таке: Порошенко – сила 22,5%; розум 34,2%; емпатія 6,7%; Тимошенко – сила 35,8% розум 34,6%; емпатія 8,9%; Вакарчук – сила 18,3%; розум 28,5%; емпатія 22,9%; Зеленський – сила 16,3%; розум 35,9%; емпатія 27,0%; Гройсман – сила 22,8%; розум 29,8%; емпатія 7,3%; Ляшко – сила 15,9%; розум 24,5%; емпатія 10,9%; Кличко – сила 37,4%; розум 13,4%; емпатія 15,2% [15].

Також у результатах дослідження зазначені риси кандидатів очима електорату. Ю. Тимошенко українці бачать такою: розбирається в тому, про що говорить; виконує обіцянки, глибоко знає економіку; приймає складні рішення; невідкупна / справедлива / принципова; має широкий кругозір; вміє виступати; робить добрі справи; чуйна до потреб людей. П. Порошенко невідкупний / принциповий / справедливий, глибоко знає економіку, розбирається в тому, про що говорить, приймає складні рішення, має широкий кругозір; вміє виступати; робить добрі справи; чуйний до потреб людей. А. Гриценко розбирається в тому, про що говорить, виконує обіцянки, глибоко знає економіку, невідкупний / принциповий / справедливий, вміє виступати, має широкий кругозір, приймає складні рішення. В. Зеленський розбирається в тому, про що говорить, виконує обіцянки, невідкупний / принциповий / справедливий, вміє виступати, має широкий кругозір, приймає складні рішення. С. Вакарчук виконує обіцянки, розбирається в тому, про що говорить, приймає складні рішення, невідкупний / принциповий / справедливий, має авторитет серед відомих зарубіжних експертів. В. Гройсман приймає складні рішення, глибоко знає економіку, має широкий кругозір, добивається поставлених цілей. О. Ляшко виконує обіцянки, розбирається в тому, про що говорить, невідкупний / принциповий / справедливий, вміє виступати перед людьми, має авторитет у суспільстві, вміє виступати, харизматичний, готовий йти на конфлікт. Тобто вже в жовтні 2018 року ми прослідковуємо прихильність електорату до В. Зеленського [15].

Під час президентських виборів 2019 року кандидат Зеленський мав імідж «рятівника», який приходить і швидко наводить лад у країні, все старе змінює на нове. При цьому є людиною простою та відкритою до народу. В українській політичній іміджології в основному були такі образи політиків, як «батько», «мати», «берегиня». Зеленський представляє себе на рівні з виборцем (наприклад гасло «Зробимо їх разом!»).

Сьогодні вже ні для кого не є секретом, що побудова іміджу В. Зеленського як політика розпочинається з телесеріалу «Слуга народу», в якому, як відомо, актор виконує головну роль – вчителя історії Василя Голобородько, який стає президентом

та наводить лад у країні. Якщо порівняти дії президента Голобородько за сценарієм серіалу «Слуги народу» та роботу Президента України В. Зеленського, проведену за перший рік каденції, то очікування не співпадають з реальністю. Підтвердженням цьому є соціологічне дослідження за червень 2020 року, проведене Соціологічною групою «Рейтинг», за результатами якого ми бачимо, що якби вибори відбулись наступної неділі, то за В. Зеленського проголосували б 34,6% респондентів, які визначились і мають намір прийти на вибори. Хоча під час другого туру президентських виборів Зеленський отримав 73% підтримки виборців [14].

Теоретичний аналіз та узагальнення досліджень українського фахівця Г. Почепцова підтверджують, що в суспільній свідомості існує досить виразний імідж «ідеального президента» [11, с. 189].

Західний зразок лідера-інтелектуала поки що не актуальний в Україні. І хоча нинішня політична ситуація вимагає рішучого, прагматичного, харизматичного політика з акцентованою політичною волею, під час формування ефективного іміджу політика необхідно враховувати моральні цінності народу, які складають основу його свідомості. Йдеться про якості політичного лідера, які хоче бачити в ньому суспільство та які дозволяють йому здійснювати свої функції, в тому числі, й переконали електорат правильності обраного рішення. Важливість цього аспекту пов'язана ще й з тим, що у світі зросла залежність політика від населення, оскільки він може реалізовувати свою діяльність, тільки спираючись на широку підтримку народу.

Небезпечним залишається стихійне, некероване впровадження запозичених цінностей західного суспільства, які нав'язуються українцям без урахування їхніх ментально-психологічних особливостей. Науковець М. Рябчук вважає, що специфіка дихотомності української ідентичності полягає в тому, що «етнічна» її частина набагато тісніше пов'язана з ліберальними цінностями, розвиток яких українцям необхідний для здійснення реформ в Україні. Лише створивши умови для діалогу національних культурних цінностей, можна розраховувати на природне взаємозбагачення культур та їх інтеграцію [13].

Варто зауважити, що політичний лідер часто намагається отримати владу, використовуючи маніпуляційні технології. Проте, як свідчить практика, спроби грубої маніпуляції громадською думкою можуть дати протилежний результат. Особливо нині, коли довіра населення до владних структур і політичних інститутів різко знизилася. Сьогодні, в умовах нестабільної системи цінностей, населення досить часто стикається з так званим «чорним піаром». Це постійно підтверджують президентські перегони, де використовувалась велика кількість «брудних технологій».

Маніпуляційні технології залишаються дієвими не випадково, оскільки численні дослідження

виборчої поведінки доводять, що лівова частка електорату підлягає навіюванню, має схильність бути під впливом гіпнотичної дії віри в чудодійні можливості політичних сил. Як писав М. Бердяєв, «...дар людей влади полягає у здібності до навіювання. Владарює той, хто кидає народні маси в гіпнотичний стан .<...> людьми управляють не стільки розсудливі інтереси, скільки пристрасті» [1, с. 167]. Найкращим прикладом політика-маніпулятора є Юлія Тимошенко. Політик є цементом, який скріплює людей в єдиному пориві, надає сенс інтеграції виборчих орієнтацій у колективний рух.

До того ж лідер, якщо говорити про агресивний складник проявів його політичної поведінки, – це особистість, яка вміє робити постійний психологічний тиск на людей (принаймні у формі латентного, внутрішньо відчутного виборцями нападу), має рішучість, демонструє метафоричну погрозу як можливість потенційної дії. При цьому реальної загрози може і не бути, є лише її імітація. За таких умов у виборців спрацьовує несвідомий рефлекс підпорядкування інтересам сильного.

**Висновки.** В підсумку можна зазначити, що в умовах сучасної політичної культури і стану політичної свідомості ціннісні аспекти створення іміджу політичного лідера відіграють основну роль. В останні роки все більше українців роблять акцент на тому, що обирають як бажану модель життя в сучасній цивілізованій західній країні та орієнтуються при цьому і на демократичний устрій, і на захист прав людини, і на ринкову економіку, і на право індивідуальної самореалізації. Питання, наскільки ці орієнтації стають реальними регуляторами поведінки українців, поки що залишається відкритим.

Водночас в Україні залишається дуальний характер ідентичності, який не консолідує суспільство навколо спільної мети, а навпаки, дефрагментує його, все ще залишаючи великими ризики появи в одній державі двох різних націй – з несумісними символами, історичними наративами, зовнішньополітичними орієнтаціями та загалом ціннісними системами.

Зрозумілим є те, що саме в таких умовах створюється імідж політика і безпосередньо пов'язується з можливою реалізацією тих цінностей, які вже сформовані та існують у свідомості громадян і можуть забезпечити реальні очікування громадян.

Можемо констатувати, що до усталених цінностей сьогодні належать: забезпечення стабільності у суспільстві, порядність політика, патріотизм, чесність, відповідальність, розважливність, інтелігентність, гнучкість, розум, почуття гумору, комунікабельність, людяність. Після Революції Гідності запит суспільства на стабільність, патріотизм, чесність та відповідальність значно виріс, а після 2019 року – на «нові» обличчя в політиці. Саме такі цінності потрібно враховувати під час формування образу політика.

Однак в українському суспільстві домінує патер-нальний тип поведінки та переважають «цінності виживання». Клановий і регіональний корпоративізм, «тіньова» структура інтересів, практична відсутність «середнього класу» – фактори, які впливають на формування іміджу політичного лідера в Україні.

За результатами соціологічних досліджень ми спостерігаємо, що для побудови образу політика цінуються такі характеристики іміджу, як хазяйновитість, прагматизм та жорсткість. Виборці оцінюють політиків за проявами / демонстрацією сили, розуму та емпатії. Також схильються до таких вмінь лідерів, як виконання обіцянок, знання економіки, спроможність приймати складні рішення, принциповість, справедливість, непідступність, досягнення поставлених цілей. Саме ці аспекти залишаються в актуальній практичній площині українського іміджмейкінгу.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Бердяев Н. Царство Духа и царство Кесаря. Москва, 1995. 315 с.
2. Вибори народних депутатів України. ЦВК. 2019. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/wp310pt001f01=919.html>.
3. Головаха Е., Панина Н. Социальное безумие: история, теория и современная практика. Киев, 1994. 168 с.
4. Гриневич О., Гуцал А. Обличья власти: российская политическая элита 1998–2000 гг. Київ, 2002. 384 с.
5. Грицик Ю. У чому сила, Янукович? Експрес, 2006.
6. Жабінець Н.В. Політичні цінності та їх втілення у процесі демократизації українського суспільства. Київ, 2006. 20 с.
7. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. Москва, 2011.
8. Кононенко Н. Ціннісна складова сучасного етапу державотворення України. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса*. 2019. №2. С. 76–86.
9. Кохан Г. Які цінності буде сповідувати новий парламент? Кандидат, 2006. 54 с.
10. Основні засади та шляхи формування спільної ідентичності громадян України. Центр Разумкова. 2017. URL: [http://razumkov.org.ua/images/Material\\_Conference/2017\\_04\\_12\\_ident/2017-Identi-3.pdf](http://razumkov.org.ua/images/Material_Conference/2017_04_12_ident/2017-Identi-3.pdf).
11. Почепцов Г. Паблік рілейшнз, або як успішно управляти громадською думкою. М. 2010. 348с.
12. Прес-реліз за результатами соціологічного дослідження «Соціально-політична ситуація в країні на початку 2020 року». Социс. 2020. URL: <http://socis.kiev.ua/2020-02/>.
13. Рябчук М. Аксиологічний аспект національної ідентичності. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса*. 2012. №4. С. 168–181.
14. Україна: оцінка суспільно-політичної ситуації. Рейтинг. 2020. 2 липня. URL: [http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraina\\_ocenka\\_obschestvenno-politicheskoy\\_situacii.html?fbclid=IwAR1nZNEfeq1T2YqZxyj4Nj\\_A2ZmoxOoNff\\_iFRJ34ZrJqhi2Vd2oDHS4vmo](http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraina_ocenka_obschestvenno-politicheskoy_situacii.html?fbclid=IwAR1nZNEfeq1T2YqZxyj4Nj_A2ZmoxOoNff_iFRJ34ZrJqhi2Vd2oDHS4vmo).
15. 3D-модель: політика. Практика влади. 2019. 2 червня. URL: <https://praktika-vlasti.com.ua/3d-model-politika-2018/>.
16. Harrison K., Boyd T. The role of ideology in politics and society. Understanding political ideas and movements. 2018

#### REFERENCES:

1. Berdyaev N. (1995) Tsarstvo Dukha i tsarstvo Kesarya. [The Kingdom of the Spirit and the Kingdom of Caesar]. Moscow. 315 s.
2. Vybery narodnykh deputativ Ukrainy. CVK, 2019 g. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vnd2019/wp310pt001f01=919.html>.
3. Golovakha Ye., Panina N. (1994) Sotsialnoe bezumie: istoriya, teoriya i sovremennaya praktika. [Social madness: history, theory and modern practice]. Kiev. 168 s.
4. Ghrynevych O., Ghucal A. (2002) Oblychchja vldy: rosijsjka politychna elita 1998–2000 rr. [The face of power: the Russian political elite in 1998–2000]. Kyiv. 384 s.
5. Ghrycyk Ju. (2006) U chomu syla, Janukovychn? [What is the power, Yanukovich?]. Ekspres.
6. Zhabinecj N.V. (2006) Politychni cinnosti ta jikh vtilennja u procesi demokratyzaciji ukrajinsjkogho suspiljstva. [Political values and their implementation in the process of democratization of Ukrainian society] Kyiv. 20s.
7. Ingkhart R., Vetsel K. (2011) Modernizatsiya, kulturnye izmeneniya i demokratiya: Posledovatelnost chelovecheskogo razvitiya. [Modernization, Cultural Change and Democracy: Sequencing Human Development]. Moscow.
8. Kononenko N. (2019) Cinnisna skladova suchasnogho etapu derzhavotvorennya Ukrainy. [Value component of the modern stage of state formation of Ukraine]. Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonacionalnykh doslidzhenj im. I.F. Kurasa. № 2. S. 76–86.
9. Kokhan Gh. (2006) Jaki cinnosti bude spoviduvaty novyj parlament? [What values will the new parliament profess?]. Kandydat. 54 s.
10. Osnovni zasady ta shljakhy formuvannja spilnojji identychnosti ghromadjan Ukrainy. Centr Razumkova, 2017 g. URL: [http://razumkov.org.ua/images/Material\\_Conference/2017\\_04\\_12\\_ident/2017-Identi-3.pdf](http://razumkov.org.ua/images/Material_Conference/2017_04_12_ident/2017-Identi-3.pdf).
11. Pochepcov Gh. (2010) Pablik rilejshnz, abo jak uspishno upravljaty ghromadsjkoju dumkoju. [Public relations, or how to successfully manage public opinion.]. Moscow. 348s.
12. Pres-reliz za rezuljtatamy sociologhichnogho doslidzhennja "Socialjno-politychna sytuacija v krajini na pochatku 2020 roku". Socys, 2020 g. URL: <http://socis.kiev.ua/2020-02/>.
13. Rjabchuk M. (2012) Aksiologhichnyj aspekt nacionalnojji identychnosti. [Axiological aspect of national identity]. Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonacionalnykh doslidzhenj im. I.F. Kurasa. № 4. S. 168–181
14. Ukrajina: ocenka suspiljno-politychnoji sytuacii. Rejtyng, 2lypnja2020g. URL: [http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraina\\_ocenka\\_obschestvenno-politicheskoy\\_situacii.html?fbclid=IwAR1nZNEfeq1T2YqZxyj4Nj\\_A2ZmoxOoNff\\_iFRJ34ZrJqhi2Vd2oDHS4vmo](http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraina_ocenka_obschestvenno-politicheskoy_situacii.html?fbclid=IwAR1nZNEfeq1T2YqZxyj4Nj_A2ZmoxOoNff_iFRJ34ZrJqhi2Vd2oDHS4vmo).
15. 3D-modelj: polityka. Kyjiv // Praktyka vldy, 2 chervnja 2019 g. URL: <https://praktika-vlasti.com.ua/3d-model-politika-2018/>.
16. Harrison K., Boyd T. (2018) The role of ideology in politics and society. Understanding political ideas and movements.

## Image-making in Ukrainian political practice: the value survey

Trushevych Hanna Bogdanivna

Postgraduate Student at the Department  
of Political Science  
Odesa I.I. Mechnikov National University  
Dvoryanska str., 2, Odesa, Ukraine

*The article is devoted to the practical aspects of building and applying the image of politicians in the context of the values of Ukrainian society. The author's attention is focused on identifying the political values of today, which are changing and require proper analysis in shaping the image and types of modern Ukrainian politicians.*

*The relevance of the study is that in building, shaping, changing the image of politics, political technologists and political consultants rely on the preferences of Ukrainians. It is clear that with the collapse of the Soviet Union and the proclamation of Ukraine's independence, almost all the basic foundations of public life – political, economic, ideological and spiritual – were destroyed simultaneously. As a result, there was social uncertainty, amorphous social values and norms, which affected the formation of the image of a political leader. A society with an outdated system of values has found itself in a new political, economic and even geographical environment. However, the previous system of values is actively used by citizens in modern conditions of transformation of political culture. In addition, modern society is divided: in parallel, there are cultures, evaluation systems, norms, which is manifested in the destabilization of society, the emergence of tensions. Traditions, way and style of life, post-Soviet past, revolutions, annexation of Crimea, war in the East of the country affect the choice of a politician who is able to meet the urgent needs of different groups.*

*The analysis of the paternal type of behavior of Ukrainians and already traditional for citizens "survival values" is covered. The influence of society's values on the formation of politicians' image is substantiated. The types of images of Ukrainian leaders and characteristics of the image of politicians that are important for the citizens of Ukraine are analyzed. The relationship between the agenda of parties and party technology projects with the political culture, political consciousness and political education of society is indicated.*

**Key words:** image, form, image-making, political values, political culture, political psychology.