

Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера

Світлана Денисюк,

старший викладач

Вінницького інституту

Міжрегіональної академії управління персоналом

У статті розглядаються особливості формування іміджу політичного лідера в умовах сучасного українського суспільства. Особлива увага звертається на гендерний аспект цього феномена.

Пошук ефективних шляхів соціально-політичного розвитку України, яка перебуває в стані сутнісної трансформації, викликає підвищений інтерес дослідників до проблеми іміджу політичного лідера, зокрема, до його гендерних характеристик, визначення переваг, які можуть з'явитися внаслідок диференціації та інтеграції жіночого і чоловічого лідерських начал.

Ця проблема має як теоретичну, так і практичну актуальність. Адже зрозуміло, що будь-яка політична ситуація не може бути гендерно нейтральною: за певних обставин вона може ефективніше вирішуватися або лідерами-чоловіками, або лідерами-жінками – з врахуванням їх психологічних переваг. Найбільший ефект спостерігатиметься тоді, коли розв'язання певних політичних колізій здійснюватиметься на основі налагодження взаємодії політиків чоловічої і жіночої статі, тобто за умови, що ніхто з них не стає об'єктом чи засобом маніпулювання – вони рівноправні партнери у соціальній взаємодії.

Зважаючи на об'єктивне значення формування іміджу політичного лідера сьогодні, слід звернути увагу на те, що ми не повинні мати на увазі лише „чоловіче” наповнення цього іміджу. В однаковій мірі таке наповнення не тільки може, а й має бути жіночим. Категоричність цього твердження об'єктивується розвитком демократичних процесів у країні.

До речі, відомо, що в країнах з високим рівнем жіночого представництва у структурах влади (Фінляндія – 39,0 %, Норвегія – 35,8 %, Швеція – 33,5 %, Данія – 33,0 %) краще, ніж деінде, вирішуються проблеми екології, освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, досягається злагода в суспільному організмі. При цьому, від жінок-політиків очікують не тільки

ефективнішого захисту соціальних інтересів населення, конструктивного й активного вирішення специфічно жіночих проблем, а й продуктивнішого стилю роботи, кращих методів розв'язання жагучих проблем суспільства. Зрозуміло, що жінкам-політикам, аби отримати представництво у вищих ешелонах влади, важливо вдало будувати свій імідж. Адже, як зазначає, наприклад, Б. Кухта, „...кожний етап розвитку людства породжував свій тип політичного лідера, певне бачення його ідеалу” [1, с. 21].

Сутнісне поняття іміджу й процес його формування досить широко відображені в сучасній соціологічній, політологічній і психологічній літературі. В Україні ці проблеми активно досліджуються, зокрема, В. Бебиком, Г. Почепцовим, В. Моїсеєвим, Ф. Рудичем, П. Фроловим та іншими вченими.

Значна частина праць названих авторів присвячена проблемі ефективності політичного іміджу з визначенням основних факторів, які впливають на його формування. В цьому відношенні цікавим є, на нашу думку, досвід американських науковців, оскільки основи іміджмейкінгу розвиваються в США не один десяток років. Американські фахівці вважають, що імідж політика визначається трьома групами основних факторів: рисами особистості; тим, як його подають ЗМІ; історичними подіями або труднощами, з якими зустрічається політичний діяч у певний час [2, с. 35 - 37].

Опосередковано проблем сутності політичного іміджу стосуються праці Н. Азарова, С. Алексеєва, В. Андрущенко, В. Бабкіна, А. Бутенка, К. Гаджієва, В. Горбатенка, В. Корнієнка. В них розкриваються проблеми теорії і методології політичної діяльності, влади, культури політико-правового стану особистості [3].

В цілому названі дослідження складають концептуальне поле загального розуміння політичного іміджу, але його сутність виявляється переважно через споглядально-описовий характер.

Що стосується гендерних досліджень політичного лідерства, то вони з'являються, починаючи з середини 1970-х років, в рамках різних теорій, які можна поділити на три групи: 1) гендерний фактор вважається основним у сприйнятті лідерства; 2) особистісна позиція вважається фактором, що визначає сприйняття лідерства; 3) вважаються однаково важливими обидва зазначені фактори [4, с. 90].

Звертають на себе увагу концепції Б. Гутека, Дж. Ноумена, Р. Кентера, згідно з якими гендерний фактор вважається основним у визначенні лідера. Для пояснення того, що не існує відмінностей між лідерами різної статі, використовується, зокрема, ідея андрогінії (найвідоміші теоретики — Дж. Спенс і С. Бем). А теорія андрогінного менеджменту (А. Серджент) стверджує, що ефективний лідер повинен перейняти найкраще, що є у лідера-чоловіка і лідера-жінки.

Водночас існують дослідження, в яких у сприйнятті політика

підкреслюється значення обох факторів — гендерного і лідерської позиції. Це, передусім, соціально-рольова теорія гендерних відмінностей лідерів. Згідно з нею (Е. Іглі), для лідера-чоловіка і лідера-жінки важливо, по-перше, відповідати гендерному стереотипу; по-друге, роль лідера висуває до них і загальні вимоги.

Серед сучасних досліджень гендерних проблем виділяються праці Н. Лавриненко, М. Палуді, І. Жерьобкіної (жіноче політичне підсвідоме), Т. Мельник, О. Скар та інших, в яких аналізуються гендерні ролі і стереотипи, але не вивчаються проблеми формування іміджу політичного лідера, який завжди є персоніфікованим.

Отже, виходячи з актуальності й ступеня розробки проблеми, автор цієї статті ставить за мету з'ясувати об'єктивну необхідність та особливості формування іміджу політичного лідера з врахуванням гендерного аспекту цього феномена.

Традиційно проблему створення іміджу політика вивчали без врахування його статі. Можливо, це пояснюється тим, що лідерська роль апріорно вважалась маскуліною. Справді, керівні державні посади, а також високі посади у політичних партіях обіймають переважно чоловіки, які й формують політику держави в її „чоловічому вбранні”. Проте логічно буде припустити, що жінка-політик зможе компетентніше оцінити проблеми жінок, що вона адекватно представлятиме саме жіночу частину населення. Зрозуміло, що для цього жінка-політик повинна мати позитивний імідж, який відповідає рівню політичної свідомості сучасного суспільства.

Звичайно, і чоловік, і жінка можуть у ролі політичного лідера утверджувати себе як людину взагалі. Але якщо врахувати гендерні стереотипи, притаманні українському суспільству, то можна зробити досить цікаві висновки щодо місця та ролі жінки в політиці: культурний спадок України (ще від часів Київської Русі) засвідчує існування жіночих спільнот, наділених владою. Підтвердження знаходимо, зокрема, в давніх ритуалах, в літературних текстах, в міфології, в історичних артефактах.

В українському суспільстві тенденції фемінократії та гендерного декадансу простежуються особливо чітко навіть у порівнянні з іншими слов'янськими народами. В українській народній і професійній культурі розвинутий, навіть гіпертрофовано, культ „зовнішньої жінки” — жінки-матері, матері-землі, матері-природи, відносно якої чоловік виступає як пасивний об'єкт. Тим часом, культ Прекрасної Дами — „внутрішньої жінки”, відносно якої чоловік має відчувати себе активним суб'єктом, розвинений недостатньо.

Архетипова постать батька (батька сімейства, „царя-батюшки”) в українській свідомості асоціюється з насильством і страхом, звідси винятково негативно-репресивне розуміння державної влади. Цікаво, що український фольклор перенасичений сюжетами, в яких дружина домінує

над чоловіком — аж до фізичної розправи, тоді як для Європи та Росії (яка має досвід „Домострою”), навпаки, характерною є розправа чоловіка над дружиною. Навіть у шлюбно-сімейному законодавстві УРСР, як данина національній традиції, передбачалася можливість присвоєння подвійних прізвищ (у законодавстві РРФСР цієї норми не було). Традиційний побутовий уклад української сім'ї найдоречніше визначити як „домашній матриархат”.

В Україні й дотепер традиційно сильні жіночі відовські культу. Жіночу перевагу „зашифровано” у багатьох українських територіях. В Криму та Гілеї (Нижньому Подніпров'ї й Причорномор'ї) існував пов'язаний з неіндоевропейською землеробською традицією культ Великої Матері богів Кібели, що припускав навіть людські жертвопринесення (грецький аналог — Артеміда, римський — Діана, слов'янський — Дана); за свідченням Геродота, в легендарному Гелоні (Більське скіфське городище на Полтавщині) регулярно відбувалися містерії Дионіса (Історія, IV, 108).

Небезпідставною можна вважати думку про те, що культ шанування Богородиці в Давній Русі склався під впливом культів Великої Матері та Великої Діви (з явною перевагою першого). Прикметно, що київський монумент Мати-Батьківщина та аналогічна статуя у Волгограді на Мамаєвому кургані символічно позначають межі давньої країни амазонок. По всьому українському степовому простору з найдавніших часів й аж до XIX століття стояли древні кам'яні баби.

Взагалі, українська культурна і політична історія багаті на імена видатних жінок: княгиня Ольга, Анна Ярославна, Маруся Богуславка, Роксолана, Марко Вовчок, Леся Українка, Ольга Кобилянська, Марія Башкирцева, Олена Теліга — й аж до сучасних культових персонажів — Ліни Костенко, Оксани Забужко, Соломії Павличко...

Дуже схоже можна побачити й у сучасній українській політиці. Хіба не найцікавіші в ній постаті Юлія Тимошенко, Наталя Вітренко, Людмила Супрун, Інна Богословська? При всій їх неоднозначності, не можна не відзначити їх самодостатності.

На цьому „тлі” чоловіки-політики не дуже виграють, демонструючи „класичний” набір маскулітних ознак (владність, агресивність). Якщо поглянути на найпопулярніших українських політиків, то можна побачити, що найпривабливішими для електорату виявляються саме фемінні їх риси — поступливість, що інтерпретується як гнучкість, уміння запобігати конфліктам і вирішувати їх, розрядка напружених ситуацій, відмова від своїх претензій, амбіцій в гострих ситуаціях, тяжіння до стабільності і передбачливості, а також „легка” емпатичність, яка інтерпретується як самопрезентація, уміння „подати” себе. Головна ознака українських політиків-жінок — їх чітка позиція, нехай навіть висловлена в істеричному тоні. Тоді як у чоловіків — суцільна обтічність і невизначеність. Цілком ймовірно, що саме жінки-політики — останній

стратегічний ресурс України.

Проте, як свідчать результати досліджень, ставлення до жінок-лідерів, зокрема – політиків, у нашому суспільстві досить упереджене. Побутує думка, що жінці не місце у великій політиці. Жінки, які, усупереч традиції, обійняли високі посади, за даними досліджень громадської думки, виявилися ізольованими та маргіналізованими – як політики „не тієї” статі [5; 6]. Справді, сьогодні ще досить поширене патріархальне приписування жінці таких властивостей, як потреба в керівництві розумним чоловіком, схильність до безсловесної покорі, зосередження на материнстві тощо [7, с. 221].

Отже, на нашу думку, при конструюванні політичного іміджу лідера в Україні ознаки фемінності мають позитивне забарвлення. Аналізуючи постаті українських жінок-політиків, можна зробити висновок, що їх імідж не потребує маскулінних рис: наприклад, вимога бути „залізною леді” не актуальна для нашого суспільства. До того ж, важливим є вміле використання переваг своєї статі. Так, для чоловіків це демонстрація маскулінних характеристик у поєднанні з фемінними – емоційністю і витонченістю.

На жаль, досить часто в Україні зустрічаються політики з „розмитим”, невизначеним гендерним статусом. Такого політичного лідера частина громадян сприймає як „автономного”, інша частина – як „залежного”.

У більшості випадків відзначаються позитивні якості жінки-політика. Наголошується, що жінки толерантні у спілкуванні з іншими, прагнуть в більшій мірі досягти гармонії і тому віддають перевагу компромісу, а не конфронтації, колегіальному, а не ієрархічному способу прийняття рішень. У жінок більш прагматичний, порівняно з чоловіками, підхід до вирішення складних питань („її змушує життя бути більш практичною, доводити справу до кінця”). У них краще розвинене почуття обов’язку.

Відмінності, що існують між чоловіками-політиками й жінками-політиками, відмічені, зокрема, й у дослідженні гендерних аспектів мовлення парламентарів ФРН [8]. С. Табурова робить висновок, що жінки-політики віддають перевагу гармонійній комунікації, мета якої – акцентувати спільність позицій, поглядів, виявляти солідарність та надавати підтримку. Конфліктні емоції у них виявляються переважно для самозахисту та підтримки товариша по партії, а не для утвердження власного іміджу. Чоловіки більш схильні до конфліктної комунікації; вони значно частіше, ніж жінки, прагнуть перевести конфлікт з ділового на міжособистісний рівень. Жінки в конфліктній комунікації надають перевагу диспуту, в ході якого відбувається пошук істини, або переговорам, в яких окреслюється план дій. Тобто, вони практикують більш діловий, продуктивний підхід, який сприяє успішному розв’язанню спорів. Їх мовна „поведінка” пряма й відкрита, як і має бути в діалозі рівних за статусом осіб. Чоловіки, як правило, персоніфікують політичні протиріччя, йдуть шляхом ескалації конфлікту, розпалювання ворожнечі,

що перешкоджає успішному розв'язанню проблем.

Існують різні види гендерних стереотипів: відносно якостей, характеристик особистості тієї чи іншої статі, відносно її поведінки, професійної діяльності. В суспільстві дуже поширені стереотипи, за якими успішна професійна діяльність не пов'язується з образом жінки. Часто жінок-політиків, які виявляють маскулітні якості, вважають більш перспективними у порівнянні з жінками, які мають переважно фемінні якості. Імідж ділової жінки, яка досягла значних успіхів, залишається в суспільній свідомості „чоловікоподібним”. В основі цих поглядів лежать стереотипи, за якими жінки не мають таких якостей, як компетентність, незалежність, змагальність, здатність логічно мислити тощо. І ці стереотипи дуже живучі, хоча й не мають раціональної мотивації [9, с. 87].

Вважається, що жінка-політик має складніший імідж, ніж політик-чоловік. Вона повинна мати в своєму іміджовому портреті певні „чоловічі” риси. Але на загал у неї мають переважати риси суто жіночі. Можливо, такий „пульсуючий” імідж створює ускладнення для жінки-політика і заважає аудиторії пристосуватися до неї: тільки аудиторія починає звикати до „чоловічої” поведінки жінки-політика, як раптом починає діяти жіноча іміджова модель. В результаті не виникає необхідного рівня звикання, розпізнавання і передбачуваності.

Як видається, імідж жінки-політика не відрізняється за своїм внутрішнім змістом від іміджу політика-чоловіка, бо це визначається інтересами суспільства, політикою держави, а також суперечностями, які виникають на певних етапах розвитку суспільства. Тому сутнісну різницю належить шукати, насамперед, у психологічних відмінностях чоловіків і жінок, що увійшли в політику.

Отже, як засвідчують дослідження, основною перешкодою, яку суспільство виставляє перед жінкою на шляху до політичного лідерства, є суспільний стереотип про нездатність жінки до керівництва. На цю реальну перепону часто наражається лідер-жінка, коли прагне досягти успіху. Це змушує її вдаватися до захисних стратегій: використання специфічно жіночих способів ділових переговорів з чоловіками (применшення своїх здібностей, кокетність); застосування „маски” (прагнення приховати свій емоційний стан і подробиці про особисте життя, щоб не отримати ярлика „неефективного” працівника). Застосування цих стратегій на практиці може становити загрозу психологічному здоров'ю жінок.

Самі лідери-жінки і лідери-чоловіки запозичують одне у одного ефективні поведінкові моделі. Це знову підштовхує до висновку про те, що не існує істотних відмінностей між цими моделями. Проте не варто поспішати з висновками – необхідно глибше вивчити проблему.

Політику-жінці слід вибудовувати кардинально інші психологічні характеристики, за якими створюється її імідж. Так, в іміджі жінки-політика велику роль відіграють зовнішні дані. Якщо у чоловіків зовнішній

вигляд перебуває десь на десятій позиції серед найважливіших якостей, які йому належать, то у жінки цей компонент іміджу опиняється на одній з перших позицій. Дійсно, виборці звертають неабияку увагу на риси обличчя жінки-політика, її зачіску, одяг. Так, зокрема, костюмам Ю. Тимошенко в пресі приділяється надто багато уваги. Причому, як свідчить практика, формування ставлення до жінки-лідера підпорядковується закономірностям формування першого враження, що описане в теорії соціальної перцепції: привабливий фізичний вигляд, вдале оформлення зовнішності, добра самопрезентація, домінуючі доброзичливі емоції, яскраво виражена власна чарівність, ефективна комунікація.

Цікаво, що важливою складовою іміджу жінки-політика є інформація про її сім'ю. Разом з тим, практика доводить, що моделі політичного іміджу жінки-лідера мають бути „несиметричними”, і тому мають нести трохи інший зміст.

Минулі вибори довели, наскільки для виборця важлива сімейна складова іміджу політика. В. Ющенко – батько п'яти дітей, останній з яких народився менше, ніж за півроку до виборів. Він з дітьми з'являвся скрізь, де тільки було можна. Це спрацювало на імідж. Щодо Ю. Тимошенко, то їй бракувало саме чогось „сімейного”, „мильного”. І ось тут доречно виникла історія із зятем. Важливо було, що зять британець, а не українець. Українській зять викликав би багато непотрібних пересудів. До того ж, „європейський зять” – це ніби сигнал: „Прем'єр поріднилася із Західною Європою”.

Слабким місцем у формуванні іміджу політика-жінки може бути поширений стереотип про психофізіологічну слабкість жінки у порівнянні з чоловіком та меншу силу особистості, що зумовлюється природними факторами. В цьому випадку жінці треба акцентувати увагу на команді, що її оточує.

У більшості моделей, технологій і рекомендацій з формування політичного іміджу не враховується фактор статі, хоча статеві відмінності суттєво позначаються на різних сферах життєдіяльності людини, в тому числі і в сфері політичного лідерства.

Треба зазначити, що плюсом для діяльності жінки-політика є те, що проти неї малоефективні антиреклама і технології „чорного піару”, оскільки це неетично і не гуманно. В результаті такі дії можуть завдати значної шкоди „нападникам” (чоловікам), які дуже часто недооцінюють жінок як політичних опонентів.

В результаті проведеного дослідження можемо зробити наступні **висновки**.

1. Демократичне суспільство не може прийняти ситуацію, коли половина населення частково або повністю відмежована від ухвалення політичних рішень, важливих для всього суспільства. Тим більше, суспільство не може прийняти ситуацію, коли половина населення є

маргіналізованою стосовно своїх основних громадянських прав і обов'язків. Наше суспільство, яке претендує називатися демократичним, має забезпечити рівні можливості всім своїм членам – як чоловікам, так і жінкам.

2. Слід змінити ситуацію, за якою значне відсторонення жінки від системи управління сьогодні є логічним результатом попереднього розвитку суспільства.

3. Гендерної рівності можна досягти через партнерство між жінками й чоловіками на основі принципів паритетної демократії. Для прискорення цього процесу цілком ефективним і необхідним уявляється формування іміджу саме лідера-жінки в нашому суспільстві, про що свідчить не лише досвід розвитку західної демократії, але й сучасна українська реальність.

Безумовно, проблема конструктивного поєднання гендерних ролей в політичній діяльності, пропорційна представленість в ній лідерів-жінок і лідерів-чоловіків суттєво збагачує суспільство, стимулює його творчу енергію, оптимізує процес прийняття рішень. Ця проблема, безперечно, потребує не тільки соціально-політичного контролю за впровадженням основних принципів гендерної рівності в життя нашого суспільства, а й наукової рефлексії.

Література:

1. **Кухта Б.** Феномен політичного лідера. Історичні силуети на тлі епох. – Львів: Кальварія, ЛФУАДУ, 2000. – 232 с.

2. **Голдмен С.** Как создается имидж в американской политике // США: ЗПИ. – 1990. – № 10.

3. **Губерський Л., Андрущенко В., Михальченко М.** Культура. Ідеологія. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз. – К.: Знання України, 2002. – 580 с.

4. **Бендас Т. В.** Гендерные исследования лидерства // Вопросы психологии. — 2000. — № 1. — С. 87 - 95.

5. **Константинова В. Н.** Женщины и проблемы политического лидерства // Женщины и социальная политика (гендерный аспект) / Отв. ред. З. Я. Хоткина. – М., 1992. – С. 107 – 116.

6. **Чикалова И.** Партии и власть в США и Великобритании: Гендерная политика в 1970 – 1990-е годы. – Мн.: Тесей, 2000. – 288 с.

7. **Мельник Т. М.** Гендер у політиці // Основи теорії гендеру. Навч. посіб. – К., „К.І.С.”, 2004. – 535 с.

8. **Табурова С. К.** Гендерные аспекты речевого поведения парламентариев (на материале парламентских дебатов ФРГ) // СОЦИС. – 1999. – № 9. – С. 84 – 91.

9. **Лавриненко Н. В.** Женщина: самореализация в семье и обществе (гендерный аспект). — К.: ВИПОЛ, 1999. - 172 с.