

КОРНІЄНКО В. О., ДЕНИСЮК С. Г.
(Вінницький національний технічний університет)

ЦІННІСНА ОСНОВА КОНСТРУЮВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Розглядаються особливості формування іміджу політика в умовах сучасної політичної культури, досліджено роль політичних цінностей українських громадян у формуванні іміджу.

Ключові слова: політичні цінності, політична культура, політична свідомість, імідж політичного лідера.

Якщо політична культура та політична свідомість, основні риси яких ми розглядали в попередньому підрозділі, слугують загальною, так би мовити, абстрактною основою для формування іміджу політичного лідера, то сучасні політичні цінності дозволяють відійти від цієї певної абстракції. Більш того, в умовах невизначеної системи політичних цінностей українського суспільства, виникає можливість технологічного формування будь-якого варіанта іміджу політичного лідера.

Відомо, 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 ході суспільно-історичної практики, але й сама виступає найвищою цінністю. Зміни в соціально-економічних, культурних пріоритетах пострадянського суспільства призвели до розгубленості більшості населення, духовного спустошення.

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, на наш погляд, позначилося на формуванні іміджу політичного лідера. Суспільство із застарілою системою цінностей опинилося в нових політичних, економічних і навіть географічних умовах. Проте попередня система цінностей ще жива та активно використовується громадянами в сучасних умовах трансформації політичної культури. До того ж, сучасне суспільство розкололося: паралельно існують дві культури, дві системи оцінок, норм, що виявляється в дестабілізації суспільства, виникненні напруженості, що, на наш погляд, позначається на виборі того політика, який здатний задовольнити нагальні потреби населення.

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 євразійськими надіями на утвердження згори «порядок». 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 суспільний фон для формування іміджу політичного лідера досить непростий.

Ситуація в сучасній Україні, що склалась навколо політичної культури, 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. В контексті нашого дослідження, така ситуація розглядається як основа формування іміджу політичного діяча.

Які ж саме політичні цінності сьогодення слід враховувати при формуванні уявлення про політичного лідера? Які риси доцільно створювати в іміджі політика, що відповідають ціннісним орієнтаціям більшості українських громадян?

Почнемо з того, що низка вчених розглядають цінності в соціально-психологічному, культурологічному, філософському контексті поряд з потребами, цілями, установками особи, як результати духовної діяльності суспільства (В. Горбатенко, Б. Грушин, О. Здравомислов, Л. Коган, В. Ольшанський, І. Федякін, В. Ядов та інші) [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7].

На основі дослідження джерел та спостереження за розвитком України в умовах незалежності визначають схему, на основі якої утворюється така система цінностей: 1) домінуючі ідеї-цінності, до яких ми відноситься: 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; постматеріалізм [8; 9], що в різному ступені позначається на іміджі політичного лідера.

Згідно з історико-соціологічним підходом, сучасні вітчизняні вчені І. Гавриленко, П. Мельник, М. Недюха пропонують оригінальний погляд на цю проблему [10]. Автори намагаються розкрити роль ціннісних орієнтацій у суспільному розвитку, виборі подальшого історичного розвитку. В контексті нашого дослідження, вибір майбутнього громадянин здійснює через вибір ідеального політика, виходячи із сформованих цінностей.

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). Дійсно, 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 би 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.

Результати досліджень свідчать, що до 20 % громадян готові водночас висловлюватись на підтримку цілком протилежних думок і суджень, залежно від конкретних обставин, ситуативних впливів, вдалості самих формулювань. Їх не дуже турбує явна неузгодженість ідей, виборці їх досить спокійно поєднують у власній свідомості. Тому, на наш погляд, у відповідно налаштованій аудиторії успіх може здобути саме така «амбівалентна» позиція політика, яка полягає в намаганні поєднати протилежні погляди.

Своєрідним різновидом амбівалентності можна вважати так зване маніхейство. Це схильність ділити світ на такі цінності, як добро і зло, а суспільство на добрих і злих людей, стереотип спотвореної ідентичності «ми — добрі, мирні, а вони — злі й агресивні», який витворює образи ворогів, що «гноблять націю». Як зазначають М. Ткаченко та О. Реєнт, наше мислення не може вийти за рамки схеми релігії маніхейства, яка мала величезний вплив на східне слов'янство. В основу цього вчення покладалася ідея поділу людей на «праведних», які дотримуються істини, і «прибічників зла». Суть маніхейства, в широкому розумінні, полягає в абсолютизації «добро—зло» в осмисленні політичної дійсності, в культивуванні постійно діючої напруженості, жорстко орієнтованої проти отримання нового результату, що не зводиться до старих, крайніх полюсів.

Маніхейський тип мислення спрямовує діяльність до інверсії маятникового циклу розвитку подій в плані «або—або», жорстко орієнтуючи особистість на відтворення раніше сформованих ідеалів. Людині залишається лише обрати один із ідеалів минулого, який панує над нинішнім і майбутнім як у культурі, так і у політичних відносинах. «Ми йшли не тією дорогою, а тому зайшли в глухий кут!» — такий лейтмотив сучасних маніхейців. «Ми повинні повернутися назад, на старий протоптаний шлях цивілізації» — така логіка їх мислення. В основу логіки маніхейців покладено тяжіння до трактування суспільства як такого, що націлене на раз і назавжди освячені істини і цінності. Цей масовий психоз маятникового мислення в нашому суспільстві, яке стало на шлях модернізації, прагматичного пошуку моделей розв'язання нагальних утилітарних проблем, може призвести до катастрофи [11, с. 72–73].

Можна, звичайно, не погоджуватися з такими категоричними твердженнями щодо утилітарних проблем (в Україні стоїть проблема вироблення власної моделі посттоталітарного розвитку, а не утилітарні проблеми) та щодо масового психозу (це надто перебільшений негатив в оцінці стану національної свідомості), можна заперечити дослідникам і у прогнозах

стосовно катастрофічних наслідків маніхейства, проте ми погоджуємось з ними у визнанні наявності такого стереотипу і закріплені його, як певної характеристики масової свідомості, що також впливає на вибір оптимального політичного лідера.

Звичайно, боротьба між домінуючими цінностями призводить, з одного боку, до нестабільності суспільства, ідеологічних та політичних конфліктів, руйнування політичної культури, а з іншого, — до пошуку нових ціннісних орієнтацій, подолання духовної та політичної кризи. На особистісному рівні втрата або руйнування базових цінностей спричиняє дезорієнтацію людини в політичному процесі, втрату мотиваційного компоненту діяльності, а іноді й зневіру та внутрішню нестабільність.

Масову свідомість було кинуто в сильний шок. Той факт, що якість настанови та уявлення масової свідомості змінилися в процесі революції свідомості доволі швидко, а інші настанови та уявлення еволюціонують повільно, пояснюються якісною багаторівневістю цієї свідомості. Поверхневий ціннісно-орієнтаційний шар суспільної та масової свідомості, надумані заклики і гасла розсипалися, а на місці примітивно-стрункої ідеологічної доктрини, яка надавала масовій свідомості відчуття ідейної озброєності та світоглядної захищеності, утворився глибокий ціннісний вакуум. Тепер основна проблема полягає в оновленні найглибших структур масової свідомості. Як стверджує російська дослідниця О. Малінова, спираючись на праці західних вчених, що «раціональні засоби представлення символічних форм починають все більше змінюватися чуттєво-емоційними, скорочується значення впорядкованих «систем вірувань», «ідеологія» витісняється «іміджелогією» і, що не менш важливо, змінюється не тільки коло суб'єктів, які задіяні у процес виробництва символічних форм, але й характер «споживання» останніх» [12, с. 37].

Ми виходимо на те, що сьогодні, в умовах відсутності державної ідеології [13, с. 5], 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 намагаються подавати політичні партії. Але, всі ці стратегії, зазвичай, незначно відрізняються одна від одної. Вони базуються на певних як політичних, так і національно-традиційних цінностях, які, в свою чергу, слід вважати важливою складовою політичної свідомості українських громадян. Оскільки політичні партії, за визначенням, є виразниками народних інтересів, на виборах їм доводиться працювати над створенням привабливого іміджу. Однак цікавою видається тенденція: чим сильніша, консолідованіша та стабільніша політична сила, то меншу кількість цінностей вона проголошує, водночас пропонуючи більше шляхів до їхньої реалізації. Слабші партії взагалі пропонують «коктейль» з різноманітних цінностей [14].

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 [15, с. 234]. Так, після парламентських виборів 2006 року 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. Саме в 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, в 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 і 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 знаходимось 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 в цілому 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 очевидною. Більш того, в умовах сучасного політичного розвитку українського суспільства будь-яка ідея потребує технологічного (а більше всього матеріального) підкріплення. Наприклад, виборець, як правило, 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 точки зору голосування за того, або іншого політика.

Звідси ми виходимо на структурні складові іміджу політичного лідера, характерними ознаками якого є, з одного боку, 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. 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. Дійсно, якщо б це не було так, то можна припустити, що в останніх президентських перегонах отримав би більший відсоток

голосів Л. Черновецький, який і позиціонував себе, як представник християнських духовних цінностей. А визначення основних іміджевих картинок в особі двох політичних лідерів, якими були Віктор Янукович і Віктор Ющенко, є безпосереднім підтвердженням цієї тези. В минулому — це бувші прем'єри, які більше займалися не духовними, а матеріальними справами, пов'язаними із підняттям економічного рівня українського суспільства. Іміджі цих двох лідерів у своїй основі мали прагматичний аспект, і, в цілому, їх шанси були рівні.

З іншого боку, перевагу В. Ющенка у формуванні його політичного іміджу, як національного лідера, забезпечив, певним чином, моральний аспект. При створенні його образу, на відміну від політичного іміджу В. Януковича (був неодноразово засуджений), були окреслені ті характерні ознаки, притаманні загальносуспільній моралі: чесність, порядність [16]. Це ще раз вказує на своєрідність формування іміджу лідера в умовах сучасного українського суспільства, конструкційними складовими якого є не лише ті риси, які пов'язані зі здібностями особистості, але і з його моральним полем, в лоні якого ці риси існують.

З урахуванням наведених фактів, не викликає здивувань введення у науковий обіг деякими вітчизняними політологами поняття «етична опозиція» для характеристики стратегії, обраної блоком «Наша Україна». Ефективність цієї стратегії підтверджувалась, перш за все, тим, що відповідала фактам біографії В. Ющенка й узгоджувалась на певному етапі з алгоритмом «народження героя», закладеного в колективному несвідомому.

Так, політологи підкреслюють, що: «Лідер «Нашої України» відомий, як м'яка та толерантна людина. Його висловлювання часто можуть здаватися ідеалістичними» [17, с. 17]. Наприклад, в одній зі своїх статей Віктор Ющенко зазначає: «Нас придушують кайдани рабства... ухопившись одного разу за їхню ланку, таку, як неправда, несправедливість чи боягузтво, людині дуже важко звільнитися. Іноді на цей гачок потрапляють цілі народи. І дуже важливо своєчасно розірвати кайдани, які й досі прикріплюють нас до радянського минулого» [18, с. 3].

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 [19]. Політичний лідер, імідж якого відповідає цьому переліку якостей, має великі шанси стати відомим. З огляду на це, з точки зору 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.

Для сучасного іміджу політика дієвими рисами є й такі, як активність, відповідальності 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. 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 добродетелі 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.

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).

Так, за даними соціологічних досліджень, медіавійни за голоси виборців у 2004 році були переважно боями за присвоєння етико-психологічної дихотомії — «моральний–аморальний». У кращому становищі опинився той, хто зміг втримати за собою імідж «моральної політики» (зокрема, політичний блок «Наша Україна» — 27,87 % голосів виборців, Комуністична партія — 20,24 %). А в 2006 р. голоси виборців розподілилися так: 32,6 % отримала Партія регіонів, 13,95 % — Наша Україна, 5,69 % — Соціалістична партія України, 3,66 % — Комуністична партія України [20]. Те, що при розробці іміджевих сценаріїв проблеми моральності, внутрішньої етики людини є визначальними для української культури підтверджує і науковець А. Гуцал [21].

Дійсно, незважаючи на 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 почесностей також вважається необхідною рисою іміджу політика (наприклад, неприйняття такого політика, як Л. Брежнев, обумовлювалося його схильністю піддаватися лестощам).

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.

Теоретичний аналіз та узагальнення досліджень українських фахівців, зокрема, В. Бебика і Г. Почепцова, підтверджують, що в суспільній свідомості існує досить виразний імідж «ідеального президента», який містить такі цінності: мудрість і розважливість (68,8 % опитаних), інтелігентність – 68,1%, гнучкість – 56,0 %, розум – 47,5 %, почуття гумору – 29,8 %, комунікабельність – 27,0 %, людяність – 27,0 %, кмітливість – 22,7 %, наполегливість – 22,0 %, мужність – 21,3 %, працездатність – 19,2 %, колегіальність – 16,3 %, обережність – 8,5%, хитрість – 7,1 %, акуратність – 7,1 %, емоційність – 5,0 %, закоханість – 4,3 %, упертість – 4,3 %. Такі риси характеру, як твердість, войовничість, романтизм, авантюризм, авторитаризм набрали від 1,4 до 2,1 % переваг.

Якщо проаналізувати риси ідеальних іміджів політиків в очах західних виборців, то необхідними рисами є такі: 1) лідер повинен конструюватись, як особа діяльна, активна; 2) здатність брати на себе відповідальності за події, що відбуваються в суспільстві (це має важливий психологічний сенс, оскільки реально лідера не звинувачують за прорахунки); 3) новаторські дії в подоланні перешкод (однак в розумних межах); 4) риси «переможця», впевненість; 5) здатність досягати успіху (перевагу на виборах мають люди, що вже досягли успіху, і не лише в політиці); 6) одночасне володіння, як «батьківським» стилем політики (агресивність, хоробрість), що застосовується переважно до ворогів, так і «материнським» (опіка і любов), що проявляється в стосунках з прихильниками [22].

З наведеного переліку рис, можна побачити, що західний зразок лідера-інтелектуала поки що не актуальний в Україні. І, хоча нинішня політична ситуація вимагає рішучого, прагматичного, харизматичного політика з акцентованою політичною волею, при формуванні ефективного іміджу політика необхідно враховувати моральні цінності народу, які складають основу його свідомості. Йдеться про риси політичного лідера, які хоче бачити в ньому суспільство, та які дозволяють йому здійснювати свої

функції, в тому числі, й переконувати електорат у 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. Лише створивши умови для діалогу національних культурних цінностей, можна розраховувати на природне взаємозбагачення культур та їх інтеграцію.

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 підтверджують і останні президентські перегони, де використовувалась велика кількість «брудних технологій».

Маніпуляційні технології залишаються дієвими не випадково, оскільки численні дослідження виборчої поведінки доводять, що левова 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» [23]. Політик є цементом, який скріплює людей в єдиному пориві, надає сенс інтеграції виборчих орієнтацій у колективний рух.

До того ж, лідер, якщо говорити про агресивну складову 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. Соціологічні дослідження, що проводились перед парламентськими виборами 2006 р. визначили ціннісні пріоритети, що їх сповідують представники різноманітних політичних партій і блоків: відповідальність влади — 26 партій і блоків; справедливість — 23; цінності правової держави — 23; духовні і гуманістичні цінності — 23; національні цінності — 18; права, свободи особи — 13; християнсько-моральні цінності — 12; рівність перед законом — 11; народовладдя — 9; сімейні цінності — 8; патріотизм — 8; професіоналізм — 7; порядок — 5; порядність — 1 тощо.

Таким чином, ми можемо стверджувати те, що в умовах сучасної політичної культури і стану політичної свідомості ціннісні аспекти створення іміджу політичного лідера є досить важливими. В цьому випадку, ми не говоримо про те, що, як і які чинники формують ціннісні уявлення громадян

України. Це є науковими розвідками інших монографічних досліджень, які були нами згадані вище. В нашому випадку слід говорити про те, що імідж політика безпосередньо пов'язується з можливою реалізацією тих цінностей, які вже сформовані та існують у свідомості громадян. В цілому, вимоги до політика, в плані реалізації ціннісних уподобань громадян, ми можемо звести умовно до двох основних груп: духовних і матеріальних. На наш погляд, до таких усталених цінностей належать: забезпечення стабільності у суспільстві, порядність політика, патріотизм, чесність, відповідальність, розважливність, інтелігентність, гнучкість, розум, почуття гумору, комунікабельність, людяність тощо.

Перелік посилань

- 1.Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности / Здравомыслов А. Г. – М.: Политиздат, 1986. – 240 с.
- 2.Горбатенко В. Постмодерн і трансформація ціннісної основи людського буття / В. Горбатенко // Політичний менеджмент. – 2005. – № 1 (10). – С. 3–13.
- 3.Горбатенко В. П. Цінності епохи постмодерну і розвиток соціально-гуманітарної освіти в Україні / В. Горбатенко // Доба: Науково-методичний часопис з історичної та громадянської освіти. – 2002. – № 4. – С. 4–7.
- 4.Дьяконов Г. Соціально-діалогічне дослідження моральних почуттів молоді / Г. Дьяконов // Соціальна психологія. – 2005. – № 1 (9). – С. 54–55.
- 5.Дьяконов І. В. Зміст поняття «ціннісні орієнтації» / Г. Дьяконов // Мультиверсум. – 2004. – Вип. 43. – С. 93–101.
- 6.Жабинец Н. В. Социально-политические ценности современного российского общества: проблемы их обновления и усвоения / Н. В. Жабинец, И. М. Чудинова // Социально-гуманитарное знание. – 2003. – № 5. – С. 3–19.
- 7.Шейко О. С. Вічне та тимчасове у світі цінностей: молодіжний аспект / О. С. Шейко // Нова парадигма: Журнал наукових праць. – 2005. – Вип. 41. – С. 173–180.
- 8.Жабінець Н. В. Позитивні політичні цінності – важлива складова політичної культури демократичного суспільства / Н. В. Жабінець // Борисфен. – 2004. – № 2 (152). – С. 12–14.
- 9.Жабінець Н. В. Політичні цінності та їх втілення у процесі демократизації українського суспільства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.03. «Політична культура та ідеологія» / Жабінець Наталія Валеріївна; Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. – К., 2006. – 20 с.
- 10.Гавриленко І. М. Соціальний розвиток: Навчальний посібник / І. М. Гавриленко, П. В. Мельник, М. П. Недюха. – К.; Ірпінь: Академія ДПС України, 2001. – 484 с. – ISBN 966-7257-49-5.
- 11.Ткаченко М. В. Україна: на межі цивілізацій / Ткаченко М. В., Реєнт О. П. – К.: Вища школа, 1995. – 230 с. – ISBN 5-7702-1186-5.
- 12.Малинова О. Современные тенденции развития символического пространства политики и концепт идеологии / О. Малинова // ПОЛИС. – 2004. – № 4. – С. 28–51. – ISSN 0321-2017.
- 13.Конституція України. – Х.: Веста: Вид-во «Ранок», 2008. – 64 с. – ISBN 978-966-08-2173-6.
- 14.Кохан Г. Які цінності буде сповідувати новий парламент? / Г. Кохан // Кандидат. – 2006. – 10.03. – С. 4.
- 15.Корнієнко В. О. Еволюція політичного ідеалу (від плюралізму до синтезуючої єдності): монографія / Корнієнко В. О. — Вінниця: Універсум-Вінниця, 1996. — 274 с. — ISBN 966-7199-42-8.
- 16.Грицик Ю. У чому сила, Янукович? / Ю. Грицик // Експрес. – 2006. – 3–10 серпня. – С. 1–3.
- 17.Зущик Ю. Год противостояния: Ющенко и Медведчук / Ю. Зущик // Корреспондент. – 2003. – 20 декабря. – С.14–17.
- 18.Ющенко В. Выборы состоятся при любой погоде / В. Ющенко // Зеркало недели. – 2003. – № 50. – 27 декабря. – С.15–17.

19. Супрун А., Янова Н. Политический маркетинг: новый взгляд на рейтинг / А. Супрун, Н. Янова // СОЦИС. – 2000. – № 2. – С. 23. – ISSN 0132-1625.
20. Українське суспільство 1992-2006. Соціологічний моніторинг / За ред. М. Ворони, В. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України. – 2006. – 578 с. – ISBN 966-02-4025-2.
21. Обличчя влади: російська політична еліта 1998 – 2000 рр. / За ред. О. Й. Гриневича, А. Ф. Гуцала. – К.: Наукова думка, 2002. – 384 с. – ISBN 966-00-0682-9.
22. Миронюк О. Президенти в асортименті: Гарантовано виграють вибори лише іміджмейкери / О. Миронюк // Галицькі контракти. – 1999. – № 29. – С. 10.
23. Бердяев Н. А. Царство Духа и царство Кесаря / Бердяев Н. А. – М.: Мысль, 1995. – 315 с. – ISBN 5170010451.