

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

ГЕНДЕРНИЙ КОМПОНЕНТ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Розкрито роль жінки-політика в соціально-політичному житті сучасного суспільства й в цілому значення гендерного аспекту у формуванні іміджу політичного лідера

Ключові слова: імідж політичного лідера, гендер, токен, інтраціяція.

Досліджуючи проблему формування іміджу політичного лідера, ми підійшли дещо абстрактно до розуміння його конкретного наповнення. Тут ми маємо на увазі те, що до цього моменту умозорова побудова іміджу не враховувала такого важливого компоненту, як його стать. Разом з тим, коли ми піднімаємо питання ефективного, а ще більше оптимального іміджу політика, то зволікати цими аспектами неможна.

В нашому випадку, звернення до гендерного аспекту формування іміджу політика — це об'єктивний підхід і необхідна умова в сучасному політикумі. В цьому плані, ми значно розширюємо теоретичне розуміння іміджу політика, який може бути, власне, не тільки чоловіком, але і жінкою. Нажаль, сьогодні у вітчизняному політикумі залишається несприятлива ситуація: мало жінок-лідерів задіяно у прийнятті загальнодержавних рішень. Хоча, з одного боку, вони мають необхідні здібності і високий рівень освіти для діяльності у вищих ешелонах влади, з іншого боку, Україна прагне відповідати за гендерними показниками цивілізованим країнам світу. Спробуємо дати відповідь на такі питання: які фактори впливають на сприйняття виборцями образу жінки-лідера? Як допомогти жінці-політику отримати перемогу під час виборчих перегонів?

Почнемо з визначення поняття «гендер», яке є складним, і в найширшому розумінні його можна визначити, як змодельована суспільством та підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої і жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та відносин жінок і чоловіків, набутих ними в процесі соціалізації, що визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від статі [1, с. 11].

Стосовно ролі жінки в політичному житті суспільства цікавими є перші гендерні дослідження політичного лідерства, які з'являються в 70-ті роки ХХ ст. [2, с. 90]. Так, згідно з концепцією гендерного потоку, автором якої є Б. Гутек, — фактор статі вважається домінуючим, який ніби «заливає» всі інші фактори. Іншими словами, в іміджі лідера найважливіша роль належить рисам, пов'язаним із статтю. Жінка сприймається, як менш компетентна тими, хто дотримується патріархальних стереотипів.

Можна погодитись Дж. Боуменом, який сформулював концепцію

гендерного добору лідерів і припускає, що люди висувають різні вимоги до лідерів різної статі. Дійсно, до жінок-політиків ці вимоги є вищими, їм потрібно більше зусиль, щоб усунути упередженість проти своєї статі. Ці упередження часто породжують диспропорцію між чоловіками і жінками.

Цікавою видається концепція токенизму Р. Кентера, який виходить з того, що в асиметричній групі її члени, які складають більшість за гендерною ознакою, — це домінанти, а ті, хто кількісно представлений лише символічно, отримали назву «токенів» (символів). Токени через нечисленність більш помітні та їхні характеристики перебільшуються порівняно з домінантами [3, с. 90]. Жінки-політики в чоловічому світі виступають як токени, і, як правило, обирають один з чотирьох іміджів: «матері», від якої очікують емоційну підтримку, а не ділову активність; «спокусниці» — токен виступає сексуальним об'єктом чоловіка з високим статусом в організації, викликаючи роздратування у колег-чоловіків; «іграшки-талісмана», яка приносить успіх; «залізної леді» — їй приписують нежіночу жорсткість.

Зазначені образи заважають жінкам посісти рівне з чоловіками місце у групі, зменшують їхні можливості. Змінити ситуацію на краще можливо, звичайно, збільшенням кількості жінок-лідерів. Своє несприятливе становище у групі токени можуть компенсувати, використовуючи так званий вражальний менеджмент — спосіб впливати на інших людей, формувати у них враження про себе за допомогою слів, дій, поглядів. Одним із виявлень такого способу є інграціяція, під яким психолог Е. Джоунс має на увазі здатність людини бути привабливою для інших людей. Справедливо вважається, що інграціяція може допомогти жінкам-лідерам у встановленні гарних стосунків з підлеглими. Природно, що роль інграціатора більше підходить жінкам.

Стосовно нашого дослідження, цікавою є ідея андрогонії Дж. Спенса і С. Бема, яка застосовується для пояснення відсутності відмінностей між лідерами різної статі. Нагадаємо, що андрогінність — це поєднання маскулінних і фемінінних якостей. Згідно із автором теорії андрогінного менеджменту, А. Серджентом, лідер повинен перейняти найкраще, що є у чоловіка і жінки.

До того ж, існує низка досліджень, в яких у сприйнятті лідера підкреслюється значення як гендерного фактора, так і лідерської позиції. Так, Е. Іглі вважає, що для лідера як чоловіка, так і жінки важливо, по-перше, відповідати гендерному стереотипу; по-друге — роль лідера також висуває свої вимоги. І якщо, відповідно до стереотипу, роль маскулінна, то жінка переживає конфлікт між гендерною і лідерською ролями. Пом'якшити цей конфлікт можуть такі фактори: а) реальні успіхи жінки; б) вибір жінками тієї посади, де лідерська роль не є яскраво маскулінною; в) демонстрація демократичного лідерського стилю, орієнтованого на рівні взаємовідносини.

Гендерна проблематика, як правило, розглядається в різних сферах суспільного життя. Так, зокрема, цікавими є дослідження відомого соціолога Т. Парсонса щодо розподілу влади у родині [4]. В сучасній науковій літературі значна увага фахівців зосереджена на аналізі незбалансованості

становищ жінки і чоловіка та їхніх можливостей у самоутвердженні і саморозвиткові [5, с. 42—59; 6]. Тут слід виділити праці К. Левченко стосовно гендерної політики України в світлі євроінтеграції [7], І. Грабовської, Н. Лавриненко, де розглядаються особливості життєдіяльності сім'ї в умовах трансформації українського суспільства, а також стереотипи, за якими у жінок відсутні такі якості, як компетентність, незалежність, змагальність [8; 30]. Так, у роботах Ш.Берна також вивчаються суспільні стереотипи стосовно жіночих і чоловічих гендерних ролей, але в контексті здатності впливати на розвиток людини, накладаючи багато обмежень на їх самореалізацію [9]. Вагомий внесок здійснили дослідження психологів щодо жіночого та чоловічого підсвідомого [10; 11]. Фахівець з гендерних питань Т. Мельник вивчає державний механізм забезпечення гендерної рівності і справедливо зазначає важливість участі жінок в політичному житті країни [12].

Актуальність цієї тематики підтверджує низка монографічних робіт, присвячених різним аспектам гендерної проблематики. Слід виділити праці таких психологів, як Т. Данильченко [13], І. Багмет [14], О. Скар [15; 16]. Аналіз літератури свідчить, що роль жінки в політиці відображається вельми фрагментарно, і найчастіше подається крізь призму розвитку демократичних норм у суспільстві. Відштовхуючись від цієї, безумовно, необхідної позиції, ми вважаємо за доцільне не тільки постулювати роль жінки-лідера в політикумі, але й формувати її образ через створення оптимального іміджу. В цьому підрозділі нашим завданням є з'ясування тих реальних позитивів і негативів, які сьогодні існують у суспільній свідомості і допомагають або заважають формуванню іміджу жінки-політика. До того ж, важливим є з'ясування складових політичного іміджу, які потребують підсилення під час виборів.

Сьогодні на керівних державних посадах, у політичних партіях, в основному, перебувають чоловіки, які й формують політику держави в її «чоловічому вбранні». Проте логічним є припущення, що жінка-політик зможе більш компетентно оцінити проблеми жінок, що вона буде розумно, чутливо і адекватно представляти саме жіночу частину населення. Також розвиток демократичних інститутів України ставить виклик гендерному аспекту в розумінні сучасної політичної влади. Разом з тим, наявність жінки в політиці, з точки зору ефективності останньої, якщо і не підтверджена остаточно практикою діяльності таких яскравих жінок, як М. Тетчер, М. Олбрайт, К. Райз, А. Меркель [17], В. Віке-Фрейберг [18], то на українському ґрунті, принаймні, вже має об'єктивне право на існування. До того ж, неефективність діяльності жінок-політиків в Україні ще слід довести, а для цього важливо надати їм практичну можливість реалізуватися у владі.

Так, за рівнем представленості жінок у парламенті Україна серед інших держав посідає 152 місце. Її випереджають не тільки розвинуті країни світу, а й Білорусь, Угорщина, Польща, Румунія, Росія, Туркменістан, а також Мозамбик, В'єтнам, Намібія, Антигуа і Барбуда тощо. А очолює список Швеція, у якій нині вводять квоти для захисту чоловіків-парламентаріїв.

Статистика сучасного вітчизняного парламенту свідчить: із 450 народних депутатів чоловіки становлять гнітючу більшість – 94,4 %, а, відповідно, частка жінок-депутатів мізерна – 5,6 %. Зокрема, пропорція між чоловіками та жінками, обраними за партійними списками, становила 14 до 1. З 8 жінок, обраних в одномандатних округах, 7 – з блоку «За Єдину Україну», а 1 – з КПУ, що свідчить про невітшну гендерну політику в Україні.

Щоправда, у різних регіонах України гендерні диспропорції різні. Так, у Донецьку пропорція така: 1 жінка-політик на 3 чоловіка-політика; у Кіровоградській області – на 2,7 чоловіка; у Львівській – на 14; у Закарпатті – на 12; у Вінницькій області – на 9,6. Водночас, згідно з моніторингом програми ГО «Ольга» кількість жінок, обраних до місцевих, у тому числі, обласних рад збільшилася на 15 % – у західних областях, а у деяких районах Луганської області рівень участі жінок в політиці зріс вдвічі [19; 20].

Загалом, демократичний рух на Заході, особливо його жіноча складова, відстоює сьогодні паритетне – 50 на 50 – гендерне представництво в органах влади. При цьому, суспільствознавці дійшли висновку, що наявність 30 % жінок в управлінні будь-якого суспільства приводить до якісних змін щодо прийнятих суспільно вагомих рішень, тобто це та «критична маса», що дозволяє реально відчувати присутність жінок у політиці, істотно впливати на її формування. А виявляється це, насамперед, у тому, що жінки-політики вважають пріоритетними такі проблеми, як безпека в суспільстві, боротьба з корупцією, соціальне забезпечення, розвиток мережі дошкільних установ, освіти, охорони здоров'я, зайнятість і просування жінок по службі [21]. Звичайно, не всі жінки, як і чоловіки, політично грамотні, але важливо враховувати жіночу інтуїцію, цілеспрямованість, наполегливість.

На нашу думку, кожна політична ситуація не є гендерно нейтральною, а отже, може бути ефективніше розв'язаною переважно лідерами-чоловіками чи лідерами-жінками, враховуючи їх психологічні переваги і принцип доповнюваності рис. При цьому найбільший ефект, на наш погляд, можна буде спостерігати тоді, коли розв'язання будь-яких політичних колізій буде здійснюватися на основі налагодження взаємодії політиків різних статей, тобто за умови, що ніхто ні для кого не виступає об'єктом маніпулювання, а рівноправним партнером у соціальній взаємодії. В цьому випадку, нам видається, що від жінок очікують, як захист соціальних інтересів населення, так й відмінного від чоловіків стилю роботи і способів розв'язання проблем.

Обґрунтовуючи необхідність паритетного гендерного представництва в органах влади, ми повинні розглянути особливості національних традицій, свідомості, які, на нашу думку, відкривають можливості реалізуватися жінці в якості політичного лідера. Звичайно, і чоловік, і жінка може у цій ролі стверджуватись, як людина взагалі. Але, якщо розглянути гендерні стереотипи, притаманні українцям щодо ролі жінки, ми вважаємо, що культурний спадок України свідчить про давні традиції наділення спільнот жінок владою. Підтвердження цього ми знаходимо в ритуалах, літературних текстах, міфології народу. Екстраполюючи наші знання про давні спільноти, можна навести переконливий аргумент на користь центральної ролі жінок

періоду не тільки родоплемінної стадії історичного формування народу.

Це підтверджують тенденції фемінократії, які простежуються в нашому суспільстві, порівняно з іншими слов'янськими народами. Причиною цього ми вважаємо тривалу традицію матріархату. У вітчизняній культурі розвинутий культ «зовнішньої жінки» — жінки-матері, матері-природи, стосовно якої чоловік виступає як пасивний об'єкт. Водночас, помітно нерозвинутий культ Прекрасної Дами — «внутрішньої жінки», стосовно якої чоловік має відчувати себе активним суб'єктом. Тому найбільш репрезентативний образ українця — інфантильний «підкаблучник»!

Можна погодитись з думкою, що сьогодні існують два основні «зразки фемінності» — Берегиня та Барбі, що виконують функцію рольових моделей жіночої гендерної ідентифікації. Хоча, на перший погляд, вони виглядають різними, їх глибший аналіз допоможе виявити засадничу спорідненість, витоки якої криються у їх спільному патріархальному походженні» [22, с. 38]. Зрештою, як стверджує О. Кісь, образ Барбі є модернізованим «під Захід» стереотипом Берегині — символом жінки-матріарха.

Щодо архетипової постаті батька, то в українській свідомості він асоціюється з насильством, а 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 і Росії характерний досвід «Домострою».

Аналіз свідчить, що в Україні й дотепер традиційно вагомі жіночі відовські культу. Так, в Криму та Гілеї існував культ Великої Матері богів Кібели, що припускав навіть людські жертвопринесення. До того ж, сьогодні одним із символів сучасного Києва є діва-войовниця, титанова амазонка з мечем — пам'ятник Матері-Батьківщині, співвідносний із Богоматір'ю Орантою собору Св. Софії Київської. Примітно, що київська Мати-Батьківщина та аналогічна статуя у Волгограді на Мамаєвому кургані символічно позначають межі давньої країни амазонок. До того ж, по всьому українському степові з найдавніших часів і до XIX ст. стояли кам'яні баби; і не випадково, що десята річниця української незалежності також вшанована жіночою скульптурою Матері-України.

Безперечно, що у підсвідомість жінки закладено, що вона є матір'ю, дружиною, господинею, а це складні обов'язки, які можуть привнести позитив у політичну діяльність: турботу про оточення, країну, як про сім'ю. Закон родини жінка підсвідомо переносить на державний рівень, що виявляється в уважності, чуйності, дипломатичності. Взагалі, українська культура і політична історія багата такими жінками, як княгиня Ольга, Маруся-Богуславка, Роксолана, М. Вовчок, Леся Українка, О. Кобилянська, М. Башкірцева, О. Теліга, Л. Костенко, О. Забужко, С. Павличко.

Попри наявності такого сприятливого підґрунтя для активного входження жінки у політику і формування її оптимального іміджу, існує низка факторів, що перешкоджають їй отримати перемогу на виборах. Як відомо, політика — одна зі сфер людської діяльності, де спрацьовує негативний стереотип — це не жіноча справа. І справді, доступ жінок до

великої політики в Україні практично закритий [23; 24; 25; 26]. Дійсно, сьогодні ще досить поширене патріархальне приписування жінці таких властивостей, як потреба в керівництві чоловіком, схильність до безсловесної покори, зосередження на материнстві [27]. Досвід європейських країн свідчить, що ці стереотипи щодо діяльності жінок поза домом притаманні і високорозвиненим суспільствам, щоправда, відсоток тих, хто сповідує подібні теорії, значно коливається у різних країнах [28].

Практика свідчить, що у свідомості громадян благополуччя більш пов'язане з маскулінністю, тому жінки-лідери вважають за краще обрати для себе маскулінну поведінку, яка є більш перспективною порівняно з жінками, які мають фемінні якості. Імідж ділової жінки, яка досягла великих успіхів, залишається в суспільній свідомості, нажаль, «чоловікоподібним». Основою цих поглядів є стереотипи, за якими у жінок відсутні компетентність, незалежність, здатність логічно мислити, які не мають раціональної мотивації [29, с. 87]. Це підтверджує й імідж Мадлен Олбрайт, яка під час виборів в Конгрес США демонструвала те, що сильніша за своїх супротивників-чоловіків. На нашу думку, такий імідж є оптимальним для жінок-політиків в розвинених країнах, де впливові феміністичні тенденції і не підходить для низки колишніх радянських країн з характерними рисами патріархальної культури (Білорусь, Казахстан, Башкортостан).

Крім універсальних символів-стереотипів, існують гендерні образи-символи, так би мовити «локального» значення, які визначають певне коло самореалізації жінки в сучасній Україні. Специфікою функціонування уявлень про роль жінки в політиці є їх спрямованість на позафункціональний та рольовий статус жінки-суб'єкта політичної влади. І ця специфіка стосується не лише України. Йдеться про поширені характеристики, які використовуються як ЗМІ, так і пересічними громадянами в повсякденному спілкуванні для позначення індивідуальності певного політика. Так, якщо мова заходить про чоловіка-політика, здебільшого подаються характеристики типу: слабкий—сильний, чесний—нечесний, самостійний—несамостійний, розумний—нерозумний тощо. Коли ж мова заходить про жінку-політика, характеристики переходять на рівень побутових означень [30]. Так, розтиражовані ЗМІ характеристики Н. Вітренко – «конотопська відьма», Ю. Тимошенко – «залізна леді» тощо.

Крім згаданих стереотипів несприятливу роль відіграє сприйняття жінок самих себе, як пасивний матеріал, об'єкт чоловічої політичної культури і не бачать себе у ролі політичних суб'єктів, здатних творити політику. Можна погодитись з А. Менегетті, яка стверджує, що «сучасний світ сприяє керівній ролі жінки» [31, с. 23], і лише від неї залежить, чи зуміє вона скористатися можливостями. Автори вважають, що перед жінкою стоїть завдання — подолати свою амбівалентність, непослідовність, звільнитися від суспільних табу.

Отже, основною перепоною, яку суспільство виставляє перед жінкою на шляху до політичного лідерства, на нашу думку, залишається суспільний стереотип про її нездатність до керівництва. Ці перепони змушують її

вдаватися до захисних стратегій: використання специфічно жіночих способів ділових переговорів з чоловіками (зменшення своїх здібностей); приховування свого емоційного стану, подробиць свого життя. Проте, застосування цих стратегій може спричинити загрозу психологічному здоров'ю жінок. Щоб покращити ситуацію багато організацій у Західній Європі, США проводять так звану політику рівних можливостей. Взагалі, сьогодні в світі жіноче лідерство стає реальністю [32].

Аналіз свідчить, що в Україні панують дві протилежні суспільні думки: 1) тільки жінки можуть подолати корупцію, коли прийдуть до влади; 2) жінки не можуть бути політичними лідерами найвищих рангів. Це, на наш погляд, нагадує «плюралізм у одній голові», але такий стан суспільної свідомості сьогодні констатують соціологи. Тому, для подолання таких негативних стереотипів об'єктивно немає іншого шляху крім того, щоб поставити собі за мету вибрати до парламенту країни не менше, як 30 % жінок-політиків. Також потрібно стимулювати створення фондів для фінансування жіночих виборчих кампаній, оскільки, як зазначалося, процес формування іміджу політика фахівцями високого класу вимагає значних коштів. До того ж, кількісний показник представництва жінок у вищих ешелонах влади є знаковим при аналізі соціального, політичного, ідеологічного і культурного життя країни.

Натомість, Україна, відповідно до угоди «План дій: Україна – ЄС», зобов'язалася провести у Верховну Раду України 15 % жінок. Але, аналізуючи списки партій і блоків, можна стверджувати, що цієї вимоги дотримано не було, не допоміг і Закон «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», у якому визначено поняття гендерної рівності в Україні. Однак, на думку фахівців, цей Закон швидше нагадує декларацію про добрі наміри. У цьому Законі, який набрав чинності з 1 січня 2006 року, були передбачені квоти для жінок у виборчих списках, що було запорукою виконання зобов'язання перед ЄС. Але, на жаль, чоловіки-депутати одразу «зарубали» це положення, скасувавши квоти.

Це призвело до того, що Партія зелених України чи не єдина застосувала так званий принцип «зебри» при формуванні списків: жінки «йдуть» через одного кандидата-чоловіка. Однак, насправді, цей принцип застосовано тільки щодо першої десятки списку. До прикладу, найвище оцінили жіночу участь у виборах члени блоку «Наша Україна», де у списках до Верховної Ради України фігурують три жінки. Партія регіонів, Комуністична партія України, «Народний блок Литвина» внесли до першої десятки списку лише по дві жінки. Так, Ю.Тимошенко – єдина, хто увійшов до першої десятки списку блоку. Також прізвище тільки однієї жінки можна побачити у першій десятці списку Соціалістичної партії України.

Проте, порівнюючи іміджі Ю. Тимошенко, Н. Вітренко, Л. Супрун, І. Богословської з іміджами відомих політиків-чоловіків, слід зауважити, що перші відзначаються особистісною самодостатністю. Чоловіків під стать їм в українській політиці знайти не так просто. До речі, чоловіки-політики не дуже виграють, демонструючи сьогодні «класичний» набір маскулінних

ознак (владність, агресивність). Пригадуючи найпопулярніших українських політиків, ми вважаємо, що привабливими іміджевими рисами для електорату є саме фемінні: поступливість, що інтерпретується, як гнучкість, уміння запобігати конфліктам, розрядка напружених ситуацій, відмова від своїх претензій, амбіцій в «гострих» ситуаціях, тяжіння до стабільності; «легкої» емпатичності, яка інтерпретується, як самопрезентація, вміння «подати» себе. Тому, цілком ймовірно, що в сьогодні саме імідж жінки-політика є бажаним, і, взагалі, останнім стратегічним ресурсом України.

Тому, говорячи про особливості та об'єктивне значення створення іміджу жінки-лідера сьогодні, слід звернути увагу на те, що ми не повинні мати на увазі лише «чоловіче» наповнення іміджу. На нашу думку, в рівній мірі, це наповнення повинно стати жіночим. Категоричність такого твердження об'єктивується сучасним розвитком демократичних процесів в Україні. До речі, чоловічий журнал Men's cult проаналізував, в якій мірі українські жінки-політики змогли зберегти свої жіночі якості. В результаті ми визначили список провідних жінок-політиків України.

1. Юлія Тимошенко. Її золота коса, як царствена корона, стала символом жіночої влади в Україні, а особисті якості, що дозволили їй очолити опозицію і брати участь в передвиборчій боротьбі, справляють враження на багатьох чоловіків-політиків.

2. Оксана Білозір, яка представляє блок «Наша Україна». Крім того, що вона, безумовно, видатний політик, серед її особистих досягнень – виховання двох синів, в яких вона бачить сенс життя. На іміджі ефектної блондинки Білозір позначається й артистичне минуле.

3. Інна Богословська – теж з косою, тільки, на відміну від Тимошенко, волосся каштанові і коса лежить за спиною. У Верховній раді про красу Богословської ходило стільки легенд, що О. Мороз навіть присвятив їй вірш.

4. Юлія Чеботарьова з фракції «Група Союз», якій зараз 40 років, але має чудовий вигляд. Іншими словами, в боротьбі з сильними світу цього вона не тільки не забуває про те, що є жінкою, але й щосили цим користується.

5. Людмила Супрун, володарка гарної зачіски і чоловіка – радника прем'єр-міністра України.

6. Катерина Фоменко, яка представляє групу «Союз», є втіленням домовитості. Робота у господарстві приносить їй радість.

7. Лариса Полякова, яка представляє партію «Трудова Україна», вражає всіх своїм молодим і свіжим виглядом, не дивлячись на цілком солідний вік.

8. Тетяна Засуха з тієї ж партії – бізнес-леді, мати і дружина.

9. Раїса Богатирьова, представник фракції «Регіони України», у вільний від політичної боротьби час проводить у заняттях спортивною гімнастикою.

10. Наталія Вітренко, лідер «Прогресивної соціалістичної партії», проявила себе на виборах справжнім левом [33].

На наш погляд, цей перелік лідерів підтверджує тезу, що політика – робота важка, але посильна жінці і сумісна з її традиційними функціями. Тому ми вважаємо, що імідж жінки-лідера повинен містити певний перелік саме жіночих якостей, оскільки в Україні ознаки фемінінності мають

позитивне забарвлення. До того ж, важливим моментом є вмiле використання переваг саме своєї статi. Так, для чоловіків — це демонстрація маскулiнних характеристик: незалежності, домінування iнтелекту (раціональнiсть, довготривале планування, об'єктна спрямованiсть), а, у поєднанні з фемiнiнними: емоційнiстю i витонченiстю, дає найкращий результат.

Привертає увагу те, що досить часто в Україні зустрiчається iмiдж полiтика з «розмитим», невизначеним гендерним статусом. Такий лiдер демонструє маскулiннi риси: спрощенiсть, агресивнiсть, владнiсть, дистанційованiсть, раціональнiсть, рефлексивнiсть, об'єктну спрямованiсть, що асоціюється з полiтиками радянських часiв. Напевне, тому такого полiтичного діяча одні сприймають як «автономного», iнші — як «залежного».

Що стосується жiнки-полiтика, то у бiльшостi випадкiв вiдзначається її терпимiсть в спілкуванні з iншими, прагнення досягти гармонії i тому надання переваги компромiсу, колегiальному, а не iєрархічному способу прийняття рiшень. У жiнок бiльш прагматичний пiдхiд, порiвняно з чоловіками («її змушує життя бути бiльш практичною, доводити справу до кiнця»), бiльше розвинене почуття обов'язку стосовно роботи.

Згадані вiдмiнностi мiж чоловіками й жiнками, вiдмiчені у дослiдженнi гендерних аспектiв мовлення парламентарiв ФРГ [34]. Авторка робить висновок, що жiнки-полiтики надають перевагу гармонійнiй комунікації, мета якої — акцентувати спiльнiсть позицій, поглядiв, виявляти солідарнiсть та надавати пiдтримку. Конфліктні емоції у них виявляються переважно для самозахисту та пiдтримки товариша по партії, а не для ствердження власного iмiджу. Чоловіки бiльш схильнi до конфліктної комунікації, вони намагаються перевести конфлікт на мiжособистiсний рiвень. Жiнки практикують бiльш продуктивний пiдхiд, який сприяє успішному розв'язанню проблем. Їх мовна «поведiнка» пряма i вiдкрита, як i має бути в дiалозі рiвних за статусом людей. Чоловіки, як правило, персоніфікують полiтичнi протирiччя, йдуть шляхом ескалації конфлікту. Варто зауважити, що сама присутнiсть жiнки в полiтикумi створює тi умови для взаемин, якi сприяють оптимальнiй комунікації мiж полiтиками рiзних статей. При цьому, вiдбувається посилення iмiджу кожного з учасникiв взаємодії, i процес прийняття рiшень проходить бiльш конструктивно. Взагалі, оцiнюючи полiтикiв, пересiчний виборець бiльш раціонально пiдходить до чоловіка-політика, та, найчастiше, iрраціонально до жiнки-політика.

Враховуючи вищевикладене, ми вважаємо, що жiнка-лiдер має бiльш складний iмiдж, нiж полiтик-чоловік. Її iмiджевий портрет повинен мiстити певнi «чоловічі» риси, але, на загал, у неї повиннi переважати жiночi. Можливо, що такий «пульсуючий» iмiдж створює ускладнення для неї i заважає аудиторії пристосуватися до її iмiджу: тiльки аудиторія починає звикати до «чоловічої» поведiнки жiнки-політика, раптом дiє жiноча модель. В результаті, не виникає необхідного рiвня звикання i розпiзнавання.

Як видається, iмiдж жiнки-політики не вiдрiзняється за своїм внутрiшнiм змiстом вiд iмiджу чоловіка, бо це визначається iнтересами суспiльства, а також суперечностями, якi виникають на певних етапах

розвитку суспільства. Тому, сутнісну різницю потрібно шукати у психологічних відмінностях чоловіків і жінок, що увійшли в політику. Вони запозичують один у одного ефективні поведінкові моделі, а, отже, це знову підштовхує до висновку про відсутність істотних відмінностей між цими моделями.

Жінці-політику треба вибудувати кардинально інші психологічні характеристики, які містить її імідж. Так, в ньому величезну роль відіграють зовнішні дані. Якщо у чоловіків зовнішній вигляд знаходиться десь на 10-ій позиції серед найважливіших якостей, то у жінки він опиняється на одній з перших. Дійсно, виборці більше звертають увагу на риси обличчя жінки-політика, її зачіску, одягу. Причому формування ставлення до жінки-лідера підпорядковується закономірностям створення першого враження, що описане в теорії соціальної перцепції: привабливий вигляд, вдале оформлення зовнішності, домінуючі доброзичливі емоції, яскраво виражена власна чарівність, ефективні комунікації [35, с. 25].

Ми вважаємо, що важливою складовою іміджу жінки-політика виступає інформація про її сім'ю. Як ми зазначали в першому розділі, на сприйняття виборцями політика суттєво впливає сімейна складова, що довели минулі президентські вибори. Так, В. Ющенко часто з'являвся із своїми дітьми на багатьох заходах, що, безперечно, спрацювало на його позитивний імідж. Разом з тим, стосовно жінки-політика, практика доводить, що моделі її іміджу повинні бути «несиметричними», і тому мають нести дещо інший зміст. Так, Ю. Тимошенко, в іміджі якої не вистачало чогось «сімейного», розв'язала цю проблему через заміжжя дочки. Тут, на наш погляд, враховується такий аспект, що вона повинна одночасно належати всім і нікому. Саме сексуальна і еротична складові іміджу Юлії Тимошенко – це ті елементи, які роблять її тим, ким вона є.

Як зазначалося, залучення обох статей до формування політики дозволяє формувати більш ефективну політику, яка більш відповідає потребам громадянського суспільства [36]. Проте, поява жінок в передвиборчих списках носить особливий характер, а кожний член списку жіночої статі має свій особливий імідж. На нашу думку, серед українських жінок-політиків лише Юлія Тимошенко перестала грати «в жінку», ставши повноцінним політиком, коли жіноче начало лише доповнює основний зміст.

Вдалий приклад Ю. Тимошенко підштовхнув до самостійної гри І. Богословську і Л. Супрун, які теж вважають, що стали політично самодостатніми. Н. Вітренко в своєму іміджі нікого не копіює, а лише грає відведену їй історією гру, де жіноче начало – невід'ємне, але не першочергове. Щодо функцій іміджів О. Герасимюк, С. Ротару, О. Сумської, то ми вважаємо, що це використання жінок-зірок з надією на необдуманий вибір громадян.

Роль кожної жінки з основної частини партійних списків лише повторює відомі історичні образи і підтверджує, що за останні 15 років прогресу в гендерному аспекті вітчизняної політики не спостерігається — жінки беруть на себе роль, відведену їм чоловіками. Так, імідж Л. Супрун

нагадує Ю. Тимошенко — бізнес-леді, що проявила себе в політиці: той же бюджетний комітет і перший номер в списку. Однак, в її іміджі суттєвим моментом є бюрократична складова, яку їй можуть вибачити виборці, оскільки вона — жінка.

На наш погляд, найбільш послідовно реалізує обраний імідж Юлія Тимошенко, яка на виборах 2006 року дограла роль Орлеанської дівки, зрадженої зняттям з прем'єрського поста. Потрібно відмітити, що вона не виходить за рамки іміджу, і тому він сприймається гармонійно з її особистістю. Так, Юлія Тимошенко, відповідно іміджу, зібрала різноманітних соратників і веде їх в бій, що, до того ж, підштовхує до змагання з нею інших жінок-політиків.

Не виключено, що Інна Богословська намагається повторити успіх Юлії Тимошенко (звідси і коса, і гра у фахівця з державних фінансів). Разом з тим, імідж пані Богословської вибудовується з кампанії в кампанію зовсім інший: він сучасний, позбавлений сентиментів тип ділової жінки. Самодостатня бізнес-леді, що йде до своєї мети, не дивлячись ні на що і ні на кого. Такий імідж повністю відповідає ліберальному сучасному проекту, який представляє Інна Германівна, і, на нашу думку, неприйнятний для більшості українських виборців, як і сам лібералізм.

Л. Супрун в бізнесі успішна не менше, ніж І. Богословська, але вона не загрожує захопленням влади і може бути «засунута» назад рішенням чоловіків, якщо перестане бути необхідною. На відміну від Тимошенко і Богословської, домінуючими в своєму списку (в рекламі Богословська особисто «розподіляє ролі» кожного члена списку), вона знаходиться в ролі жінки-прикриття. Але для Супрун її нова роль виявилася органічною — вона затулила собою і В. Пустовойтенка, та інших членів списку, погодившись на те, що їх слово, як і раніше, визначає її імідж в політичній партії.

Зовсім інший імідж у Н. Вітренко, яка грає компетентну господиню і залишається жінкою, але робота — понад усе. І, якщо Ю. Тимошенко знаходиться в поході, то Н. Вітренко — професіонал. Особливістю є те, що вона не «тисне» членів списку, а вишиковує їх за собою. До речі, жінок в її списку набагато більше, ніж у Ю. Тимошенко — вона ставить до них без ревнощів, властивих лідеру БЮТ.

Свій незмінний імідж має К. Ващук, яка залишається головою процвітаючого колгоспу, якій селяни довірили представляти свої інтереси в Києві. Сильне жіноче сільське начало довгий час було основним змістом Аграрної партії, та імідж пані Ващук був цілком адекватним. Але прихід В. Литвина з його центристськими ідеями згубив зміст, що подавався К. Ващук. Як наслідок, з цим змістом — давньослов'янським матриархатом — йде на другі ролі і сама пані Ващук.

Інші жінки, які є в списках партій, використовуються в них саме як представниці слабкої статі, і ця обмеженість стримує їх зростання в політиці. Показовий приклад «приходу в політику» О. Сумської, яка, з одного боку, намагалася залишатися собою, з іншого — вимушена озвучувати певні політичні тези. В результаті, для виборця зрозуміло, що вона «працює»

прикрасою списку «Європейської столиці» і залишилася актрисою, яка не змогла вдало відтворити імідж політика. Підхід, коли членом списку є «найнята зірка» зустрічається не тільки в блоках-скороспілках, але і в серйозних проектах, які не можуть відповісти собі на питання: що робити з жінками? Такий підхід влаштовує своєю прогнозованістю — адже від жінок-політиків можна чекати чого завгодно, а ось С. Ротару взагалі не виказувала амбіцій і не роздавала коментарів, що є ідеальним для чоловіків-політиків.

«Наша Україна» теж вважає, що жінка є некомпетентною в політиці, краща за ту, яка розбирається. Адже шкоди від активності, наприклад, тієї ж Ксенії Ляпіної, імідж якої повністю відповідає архетипу жінки-стерви, може бути набагато більше, ніж від Р. Лижичко або О. Герасим'юк, які залишаються представниками шоу-бізнесу і не намагаються знайти своє місце в політиці.

Не можна не відзначити достатньо поширений імідж жінки-партійного активіста, який яскраво представлений Л. Григорович, завжди готової від імені справжніх українок висловитися на захист мови, культури, церкви [37]. Отже, враховуючи суспільні стереотипи та рівень політичної культури виборців, безсумнівно, слабким місцем у формуванні іміджу політика-жінки може бути розповсюдження стереотипів про її психофізіологічну слабкість у порівнянні з чоловіком, що зумовлюється природними факторами. В цьому випадку, ми вважаємо, що жінка може демонструвати та акцентувати увагу на своїй команді. На наш погляд, позитивною умовою для формування іміджу є традиція матріархату. В цьому випадку жінка піклується про державу, як свою родину, що особливо актуально в період кризи в державі.

Більшість з існуючих моделей і технологій з формування іміджу політика можна охарактеризувати як ті, що не враховують фактор статі, хоч статеві відмінності суттєво позначаються на різних сферах життєдіяльності людини, в тому числі і в сфері політичного лідерства. При формуванні іміджу жінки-лідера доцільно використовувати історичні паралелі. Так, імідж Ю. Тимошенко можна порівняти з образом княгині Ольги.

На наш погляд, гендерні стереотипи маскулінності і фемінінності, які ототожнюють жінку і чоловіка з традиційно-фемінінними і традиційно-маскулінними рисами, заважають ефективному включенню жінок в різні сфери життєдіяльності, у тому числі і в політичне управління суспільством, а також мотивують чоловіків на «традиційно-маскулінний» (силовий, агресивний) стиль поведінки, що не обов'язково є ефективним. Варто зазначити, що перевагою для іміджу жінки-політика є те, що проти неї малоефективні антиреклама і технології «чорного піару» тому, що це не етично і не гуманно. В результаті, такі дії можуть нанести значну шкоду «нападаючим», які часто недооцінюють жінок, як політичних опонентів.

Підсумовуючи вищесказане, сьогодні можна визначити три основні типи участі жінок у виборчих перегонках:

1. Включення у список в якості жіночого, тобто людського фактору, щоб оживити обличчя партії.
2. Жінка є візиткою політичної партії та її рушійною силою (в таких

партіях жінок зазвичай менше, ніж у інших). Такі жінки-політики мають пасіонарні риси.

3. Маловиражений проміжний тип – політичні партії, де жінок відносно більше (від 33 % у СДПУ до «Жінок за майбутнє»), але вони не є чинником в політиці.

Сучасна політична практика доводить: вітчизняні жінки-політики змогли отримати високі посади самостійно, виступають самодостатніми гравцями на політичній арені на відміну від російських жінок-політиків, які є членами команд чоловіків-політиків. Проблема конструктивного поєднання гендерних ролей в політичній діяльності збагачує суспільство, стимулює його творчу енергію, оптимізує процес прийняття рішень.

Перелік посилань

1. Мельник Т. М. Гендер як наука та навчальна дисципліна / Т. М. Мельник // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: К.І.С., 2004. – 536 с. – ISBN 966-8039-70-X.
2. Бендас Т. В. Гендерные исследования лидерства / Т. В. Бендас // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 87–95. – ISSN 0042-8841.
3. Бендас Т. В. Гендерные исследования лидерства / Т. В. Бендас // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 87–95. – ISSN 0042-8841.
4. Парсонс Т. О структуре социального действия / Парсонс Т. – М.: Академический проект, 2000. – 880 с. – ISBN 5-8291-0016-9.
5. Успенская В. И. Феминистская критика современного социологического знания / В. И. Успенская // Женщины. История. Общество. – Тверь: Тверское областное книжно-журнальное изд-во, 2002. – 345 с. – ISBN 5-87266-038-3.
6. Кіммел М. Генерование суспільство / Кіммел Майкл [Пер. з англ. С. Альошина]; Наук. ред. С. Оксамитна. – К.: Сфера, 2003. – 490 с.
7. Левченко К. Б. Гендерна політика в світлі євроінтеграції України (читаючи Законопроект «Про забезпечення рівних прав жінок і чоловіків та рівних можливостей їх реалізації») / К. Б. Левченко // Україна і світ сьогодні. – 2005. – № 10. – С. 4. – Режим доступу: http://mvsinfo.gov.ua/events/2005/03/031505_1.html. — Назва з екрану.
8. Грабовська І. Україна — простір гендерних утопій чи реальних проблем? / І. Грабовська // Сучасність. – 2003. – № 6. – С. 25–29.
9. Берн Ш. Гендерная психология / Ш. Берн. – Спб.: Прайм-Еврознак, 2002. – 234 с. – ISBN 5-93878-019-5.
10. Палуди М. Психология женщины / М. Палуди. – Спб.: Прайм-Еврознак, 2004. – 280 с. – ISBN 5-93878-095-0.
11. Гингер С. Женский мозг и мужской мозг / С. Гингер // Психодрама и современная психотерапия. – 2004. – № 3. – 432 с.
12. Мельник Т. М. Міжнародний досвід гендерних перетворень. Закони зарубіжних країн з гендерної рівності / Мельник Т. М. – К.: Генеза, 2004. – 218 с. – ISBN 966-8039-70-X.
13. Данильченко Т. В. Гендерно-перцептивні відмінності у формуванні першого враження у соціальній взаємодії: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: 19.00.05 / Данильченко Тамара Володимирівна / Ін-т соц. та політ. психології АПН України. – К., 2004. – 20 с.
14. Багмет І. М. Індивідуальні та гендерні відмінності альтруїзму–егоїзму особистості автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: 19.00.01 / Багмет Інна Михайлівна / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова.– Одеса, 2004. – 18 с.
15. Скар О. М. Соціально-психологічна модель гендерної поведінки політичного лідера в уявленнях студентської молоді автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук:

- 19.00.05 / Скар Олександра Миколаївна / Ін-т соц. та політ. психології АПН України. – К., 2005. – 20 с.
- 16.Скар О. Соціально-психологічні моделі поведінки політичних лідерів / О. Скар // Соціальна психологія. – 2004. – № 3. – С. 39–46.
- 17.Кадрматов Р. Нежіночий вплив. А. Меркель обійшла К. Райс у рейтингу «залізних леді» від політики та бізнесу / Р. Кадрматов // Закон і бізнес. – 2006. – № 6. – С. 6–7.
- 18.Рудич Ф. Політичне лідерство на пострадянському просторі: методологічний контекст / Ф. Рудич // Політичний менеджмент. – 2006. – Спецвипуск. – С. 5–15.
- 19.Флишко У. Час жінки так і не настав / У. Флишко // Західна інформаційна корпорація «Вибори – 2006». – 17 лютого. – С. 8.
- 20.Бандурович О. Образ лідера: представлення и предпочтения жителей Украины / О. Бандурович, А. Стегний, Н. Чурилов // СОЦИС. – 2004. – № 3. – С. 38 – 48. – ISSN 0132-1625.
- 21.Гендер і політика: 2002 та 2006 роки. Що змінилось? // Депутат. – 2006. – 23 червня. – С. 6. – Режим доступу: <http://subscribe.ru/catalog/culture.people.genpol>. — Назва з екрану.
- 22.Кись О. Модели конструирования гендерной идентичности женщины в современной Украине / О. Кись // Гендерная психология. – М.: Академический проект, 2001. – 320 с. – ISBN 5-94723-369-X.
- 23.Константинова В. Н. Женщины и проблемы политического лидерства / В. Н. Константинова // Женщины и социальная политика (гендерный аспект) / Сб. ст. / РАН, Институт социально-экономических проблем народонаселения; Отв. ред. З. А. Хоткина. – М.: Мысль, 1992. – 456 с.
- 24.Чикалова И. Партии и власть в США и Великобритании: Гендерная политика в 1970–1990-е годы / Ирина Чикалова. – Мн.: Тесей, 2000. – 288 с. – ISBN 985-6454-79-4.
- 25.Тешанович Я. Жінки і війна / Я. Тешанович // Незалежний культурологічний часопис. – Львів, 2003. – № 27. – С. 71–87.
- 26.Скар О. Соціально-психологічне дослідження гендерних характеристик політичних лідерів / О. Скар // Соціальна психологія. – 2006. – № 3 (17). – С. 47–51.
- 27.Мельник Т. М. Гендер у політиці / Т. М. Мельник // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К., «К.І.С.», 2004. – С. 53. – ISBN 966-8039-70-X.
- 28.Михальченко Н. И. Украинское общество: трансформация, модернизация или лимитроф Европы? / Михальченко Н. И. – К.: Б. и., 2001. – 440 с. – ISBN 966-7399-35-4.
- 29.Лавриненко Н. В. Женщина: самореализация в семье и обществе (гендерный аспект) / Лавриненко Н. В. – К.: ВИПОЛ, 2008. – 172 с. – ISBN 978-5-238-00978-0.
- 30.Стрілець Л. Уроки підлітості від олігархів / Л. Стрілець // Шлях перемоги. – 2003. – 11–12 вересня. – С. 6. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/book/Krizachenko/G1-5_cnv.htm. — Назва з екрану.
- 31.Менегетти А. Женщина третьего тысячелетия / А. Менегетти – М.: ННБФ «Онтопсихология», 2003. – 246 с. – ISBN 5-86375-129-0.
- 32.Гриценко О. ...Й на дзеркало не варто нарікати. Політична портретистика та формування іміджу лідера в сучасній Україні / О. Гриценко // Віче. – 2003. – № 6. – С. 33–38.
- 33.Никольская Е. Женщин украинской политики расставили по местам / Е. Никольская // Утро. – 2006. – 10 апреля. – С. 4.
- 34.Табурова С. К. Гендерные аспекты речевого поведения парламентариев (на материале парламентских дебатов ФРГ) / С. К. Табурова // СОЦИС. – 1999. – № 9. – С. 84–91. – ISSN 0132-1625.
- 35.Москаленко В. В. Гендерна культура та стереотипи в політиці / С. К. Табурова // Гендерні аспекти професійної та соціально-психологічної підготовки дипломатів: Матеріали науково-практичного семінару в рамках програми «Гендерна освіта в Україні» ПРООН Дип. акад. України. – К.: НТУУ КПІ, 2000. – С.17–28.
- 36.Вудвард Алісон Е. На шляху до гендерної рівності / Алісон Е. Вудвард // Рада Європи. – Страсбург. – 2002. – С. 17.
- 37.Джангіров Д. Жіночі обличчя чоловічої політики / Д. Джангіров, П. Карайченцев // Новий понеділок. – 2006. – 6 марта. – С. 5.