

ІМІДЖ ПОЛІТИЧНОЇ ПАРТІЇ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ В МОНОГРАФІЇ В. О. КОРНІЄНКА, В. Д. АНТЕМЮКА, О. В. БУРЯЧЕНКА «ІМІДЖ ТА РЕПУТАЦІЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПАРТІЇ: АКСІОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ТА ШЛЯХИ АКТУАЛІЗАЦІЇ»

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

У статті розглядається дослідження іміджу політичної партії як відображення політичної свідомості українських громадян.

Ключові слова: політичний імідж, політична свідомість, політична партія.

Abstract.

Research of image of political party as reflection of political consciousness of the Ukrainian citizens is examined in the article.

Keywords: political image, political consciousness, political party.

Вступ

В сучасних умовах політичної культури одним з чинників електорального вибору є формування позитивної репутації політичних партій, яка б дозволила якомога краще представляти себе у виборчих кампаніях. Концептуальним підходам до визначення сутності іміджу політичної партії як відображення політичної свідомості українських громадян присвячена монографія В. О. Корнієнка, В. Д. Антемюка, О. В. Буряченка «Імідж та репутація політичної партії: аксіологічні основи та шляхи актуалізації». ВНТУ, 2019. – 204с.

Основна частина

Результати комплексного дослідження концептуальних основ іміджу та репутації політичної партії викладені у монографії в трьох розділах. В першому розділі: «Теоретико-методологічні та концептуальні засади дослідження іміджу та репутації політичної партії» автори розглядають генезу концепцій політичного іміджу та визначення його сутності; теоретико-методологічні та концептуальні засади дослідження іміджу політичної партії; особливості структуризації іміджу політичної партії; методологічні підходи до розуміння репутації політичної партії.

У праці зазначається, що зміст поняття «імідж» змінювався впродовж століть. Представники античної, середньовічної, просвітницької думки більше використовували поняття «образу». Проте, образ формується природним шляхом, а імідж більше уявляється як штучне утворення. В той же час, імідж є багатофакторним феноменом. Політичний імідж залежить від іміджу лідера, ідеології, історії партії чи ідеї, іміджу членів партії, особливостей їх поведінки, способу діяльності, символіки та ін. Тому, автори проаналізували генезу концепцій політичного іміджу, з'ясувавши, що імідж є комплексним поняттям, тому його аналіз вимагає різні підходи.

Автори пояснюють варіанти іміджу: дзеркальний, поточний, бажаний, корпоративний, множинний, контекстний, порівняльний та ін. Також варто звернути увагу на поняття «політичний міф», бо сьогодні у політиці міфологізація досягла крайньої межі, коли неможливо відділити політичну реальність від політичного міфу.

Важливим, на думку авторів, є питання функцій іміджу політичної партії. Це, насамперед, комунікативна, естетична, номінативна, адресна та ін. Також, важливим є інструментарій, який використовується при формуванні іміджу політичної партії, а саме, позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, вербалізація за допомогою яких відбувається вплив на електорат для досягнення бажаних результатів [1].

У другому розділі: «Ціннісні основи іміджу й репутації політичної партії» розглядається роль політичної свідомості українського суспільства в процесі формування іміджу та репутації політичної партії. Автори дослідили думки науковців щодо процесу формування іміджу й репутації як еволюцію

станів свідомості, об'єднання людей у духовно-психологічні спільноти залежно від особливостей суспільної свідомості, або масової свідомості.

Соціально-економічні та політичні зміни останніх десяти років на пострадянському просторі, не могли не вплинути на трансформацію масової політичної свідомості в Україні, що безпосередньо впливало на політичну поведінку громадян. Основою політичного вибору, на думку авторів, являються традиційні для української ментальності риси:

- прагнення перекласти відповідальність за власну долю на державу, або політичну партію;
- фетишизація влади;
- тенденція орієнтації індивідів та громадських сил на авторитет харизматичного лідера;
- амбівалентність, дихотомічність суспільної свідомості[2].

Також, в Україні спостерігається деполітизація населення, перетікання інтересів у сферу приватного життя, сімейних відносин і дозвілля, що впливає на формування іміджу політичних партій. Дослідники зазначають, що специфікою є факт розачарування в політиці, в політичних діячах, а також великий відсоток людей, які взагалі не цікавляться політичним життям. Це, на думку дослідників, гальмує процеси демократизації суспільства, відбувається посилення розриву між очікуваннями та реальністю. Своєрідним буфером цих процесів і є технологічно сформований імідж політичної партії.

Розділ 3 «Шляхи актуалізації іміджу і репутації сучасних політичних партій» розглядає важливість комунікаційного потенціалу іміджу політичних партій; символізм та персоніфікацію як чинники формування іміджу політичної партії; моделювання сучасного цільового іміджу політичної партії та репутацію політичної партії в контексті сучасного «олігархічного лобіювання».

Висновки

Таким чином, з одного боку можна говорити про стихійний процес створення іміджу політичної сили, коли громадяни самостійно створюють політичний імідж у своїй свідомості, спираючись на власний політичний досвід та політичну культуру. З іншого боку, кризові явища в суспільстві допомагають створити позитивний імідж політичної сили та її лідера, якщо в певний момент вона відповідає соціальним запитам громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Корнієнко В. О., Імідж та репутація політичної партії: аксіологічні основи та шляхи актуалізації : монографія / В. О Корнієнко, В. Д. Антеюк, О. В. Буряченко. - ВНТУ, 2019. – С.7, 30.

2. Там само. – С. 75.

Зінько Олена Василівна – кандидат історичних наук, доцент кафедри філософії та гуманітарних наук Вінницького національного технічного університету, Вінниця, e-mail: zinko-ov@ukr.net

Zinko Elena - Ph.D., assistant professor of philosophy and humanities sciences Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: zinko-ov@ukr.net