

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ Й РЕПУТАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПАРТІЇ

Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова

Анотація

У статті розглядаються основні наукові трактування поняття «імідж політичної партії та репутация політичної партії». Проводиться їх порівняльний аналіз, розкриваються їх значення для перспектив розвитку політичної організації. Визначено, що чим вища репутация партії, тим більше громадян віддадуть свої голоси на виборах за цю конкретну політичну силу.

Ключові слова: імідж, репутация, політична партія.

Abstract

The article deals with the main scientific interpretations of the concept of "the image of the political party and the reputation of a political party". Their comparative analysis is carried out, their significance is revealed for the prospects of the development of a political organization. It is determined that the higher the reputation of the party, the more citizens will cast their votes in elections for this particular political force.

Key words: image, reputation, political party.

Імідж політичної партії коротко можна охарактеризувати як її образ, що склався у суспільній свідомості. Репутация — це сприйняття іншими репрезентація минулого цієї політичної партії і перспектив на майбутнє, яка описує її суспільну привабливість в порівнянні з іншою політичною організацією. Очевидно, що позитивний імідж і бездоганна репутация підвищують конкурентоспроможність політичної партії, якщо говорити про них в контексті виборчого процесу.

Імідж політичної партії, зазвичай, складається по-різному для різних груп громадськості: одна й та ж політична партія може неоднозначно сприйматися громадянами. Крім того, існує внутрішній імідж партії, як уявлення її членів про свою організацію. Імідж організації в очах потенційних і реальних членів не менш важливий, ніж уявлення, що склалося про неї в цілому у громадськості. Тобто, можна сказати, що політична партія має кілька іміджів: для кожної групи — свій певний.

Безсумнівним є й те, що імідж є також інструментом досягнення стратегічних цілей політичної організації. Залежно від того, яка політична ситуація і на якому етапі розвитку знаходиться політична партія, її пріоритети в області розбудови іміджу і репутації змінюються. Коли партія тільки виходить на політичний ринок, для неї найважливіше ставлення громадськості, оскільки від цього безпосередньо залежить її подальший успіх. На наступному етапі розвитку перед політичною партією постають завдання залучення нових членів, а також розширення кола прихильників.

Слід відзначити, що фактично всі виборчі кампанії останніх років в Україні були персоніфікованими. Самий феномен персоніфікації — специфічна ознака вітчизняних політичних партій [1]. Дійсно, складно говорити про репутацію Радикальної партії без репутації О. Ляшка, «Свободи» — без репутації О. Тягнибока, про репутацію «Батьківщини» — поза репутації Ю. Тимошенко тощо. Тому особистість політичного лідера, який очолює партію, його власний імідж і репутація — висуваються на перший план [2]. Цей факт підтверджується й соціологічними дослідженнями Центру Розумкова: головним мотивом голосування на виборах 2014 р. для більшості (62%) респондентів була симпатія до лідера партії [3, с. 255]. Отже, репутація політичної партії майже безпосередньо залежить від її лідера.

Ефективність політичної партії, на наш погляд, значно підвищується, коли організація вибудовує імідж і репутацію у суспільстві на основі внутрішніх цінностей і організаційної культури, яка являє собою важливий компонент і умову існування самої організації. Якщо колективні цінності організації допомагають їй адаптуватися, досягти цілей, об'єднатися і довести свою корисність людям та іншим організаціям, то, очевидно, політична партія здатна забезпечити собі високу репутацію. В цілому, культуру організації можна визначити як сукупність ідей,

організаційних цінностей і норм поведінки, властивих тільки їй, які формуються в ході спільної діяльності для досягнення загальних цілей.

Одним з основних методів формування репутації є робота із засобами масової інформації. Популярність — невід'ємна частина репутації політичної партії — формується в основному через ЗМІ. Отже, з одного боку, позитивний імідж і репутація політичної партії представляють для неї практичну цінність. З іншого — багато партій ризикують власною репутацією, роблячи певні дії. Саме довіра до політичних партій є ядром їх репутації [4]. Чим вища впевненість громадян у задоволенні з боку політичної партії значущих для кожного соціальних очікувань і потреб, тим вище репутація партії, а отже, тим більше громадян віддадуть свої голоси на виборах за цю конкретну політичну силу. Однак серед мотивів голосування на виборах 2014 р., довіра до політиків-лідерів партії складала 34%, чітке формулювання партією її завдань — 33%, віра в спроможність партії здолати економічну кризу — 32%, здатність реально покращити життя людей — 26%, представництво партією інтересів таких людей «як я» — 23% [3, с.143].

В якості короткого висновку зазначимо, що фактично не існує сьогодні політичної організації, у якій є офіційна програма із захисту репутації та іміджу й поліпшення їх характеристик в очах громадськості. Але якщо політична партія хоче повністю володіти стратегічною перевагою, вона повинна системно формувати свій позитивний імідж і репутацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буряченко О. В. Репутація як чинник міжпартійної конкуренції [Текст] / О. В. Буряченко, В. О. Корнієнко // Innovative solutions in modern science. — Dubai : ТК Meganom, 2017. — № 5(14). — С. 131–142. — Режим доступу : <https://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/17892>.

2. Буряченко О. В. «Людський капітал» як основа формування репутації сучасного політика [Електронний ресурс] / О. В. Буряченко // XLVI Науково-технічна конференція Інституту соціально-гуманітарних наук ВНТУ. — 16–17 березня 2017. — Вінниця : ВНТУ, 2017. — Режим доступу : [file:///C:/Users/SVS131CIDV/Downloads/1975-6951-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/SVS131CIDV/Downloads/1975-6951-1-PB%20(1).pdf). — Назва з екрана.

3. Корнієнко В. О. Партійна ідеологія: система цінностей, або синдром «суспільної кататонії»? [Текст] / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк, О. В. Буряченко // Гілея : збірник наукових праць [гол. ред. В. М. Вашкевич]. — К. : ВІР УАН, 2017. — Вип. 117. — С. 253–269.

4. Корнієнко В. О. Репутаційний капітал політичних партій України [Текст] / В. О. Корнієнко, О. В. Буряченко // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Вінниця, 20 квітня 2017 р. - . Вінниця : ВНПІ ТНЕУ, 2017. — Т. 1, ч. 2. — С. 67-69. — Режим доступу : <https://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/15459>.

Буряченко Олексій Валентинович — пошукач кафедри політичних наук, Національний педагогічний університет, Київ, e-mail: alexvin446644@mail.ru

Науковий керівник: **Корнієнко Валерій Олександрович** — кандидат історичних наук, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри суспільно-політичних наук, академік Української Академії політичних наук. Вінницький національний технічний університет, Вінниця. e-mail: valkorney1958@gmail.com

Alex Buryachenko — search engine Department of Political Science, National Pedagogical University, Kyiv, e-mail: alexvin446644@mail.ru

Supervisor: **Kornienko Valeriy Aleksandrovich** - candidate of historical sciences, doctor of political sciences, professor, head of the department of social and political sciences, academician of the Ukrainian Academy of Political Sciences. Vinnitsa National Technical University, Vinnitsya. e-mail: valkorney1958@gmail.com