

ІМІДЖ ЖІНКИ-ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Йдеться про роль жінки-політика в політичному житті сучасного суспільства, та формування іміджу жінки-політичного лідера.

Ключові слова: імідж, жінка, політика, лідер.

Abstract

It is about the role of women politicians in the political life of modern society, and the formation of the image of women political leaders.

Keywords: image, woman, politics. leader.

Імідж – зовнішнє відображення людського образу, наочний приклад його особистісних характеристик. У цьому зв'язку такі його складові, як моделі поведінки, одяг, зачіска мають величезне значення в його затвердженні.

Щоб бути привабливою особистістю, однієї зовнішньої харизми недостатньо. Вона – бажаний компонент іміджу, але не вирішальний, як це здається багатьом. Зараз можна часто і багато чути ділова жінка бізнес-вумен, жінка-керівник, направляючи свою силу в роботу, ділова жінка домагається високих результатів скрізь, у всіх сферах жінки чудово справляються з поставленими завданнями на рівні з чоловіками [1].

Імідж жінки-політика як цілісної, варіативної, самоорганізованої, знакової системи, що відображає у політичній свідомості населення образ жінки-політика, сформований на основі врахування її особистісних характеристик; показників цільової аудиторії даного політика; образів «ідеального» та «реального» кандидатів; а також ірраціональної, мотиваційної, національної компонент політичної свідомості населення, гендерних аспектів його політичної культури[2].

Виділяючи змістовні елементи іміджу жінки-політичного лідера, автор пропонує зарахувати до них статусні характеристики жінки-політика; політичної партії чи блоку, інтереси, яких вона представляє; специфіку команди кандидата; характеристики цільової аудиторії цього іміджу; їх політичну культуру та мотиваційну сферу; образи «ідеального» та «реального» кандидатів; особливості каналів комунікації; ірраціональний фактор (архетипи, міфи, соціальні установки та стереотипи) та менталітет населення. Виявляється зміст іміджу жінки політичного лідера у його різновидах, серед яких автором на основі моделей гендерної ідентичності населення виділено такі – Матері-Охоронниці, Спокусниці-Барбі, Залізної Леді-Ділової Жінки, Іграшки-Талісмана. У дисертації знайшло своє відображення розведення факторів та умов формування іміджу. Під факторами пропонується розуміти активні рушійні сили цього процесу, до умов відноситься зовнішня обстановка, з якої фактори викристалізуються. Кожен із факторів діє більшою чи меншою мірою на одному з етапів процесу формування іміджу, які виділені автором поза контекстом його гендерної природи [3].

На першому етапі формування іміджу збирається інформація про характеристики політика та його цільову аудиторію; вивчається образ «ідеального» кандидата з погляду представників цієї аудиторії; та образ, який склався у громадян унаслідок попередніх контактів із кандидатом – «реальний» імідж; існуючі у суспільстві архетипи та міфи, стереотипи та соціальні установки, особливості його менталітету. На другому етапі політик та його команда конструюють «первинний» імідж, який і знаходить своє відображення у вторинному образі. Останній формується у політичній свідомості населення, переломлюючись під впливом його показників – це третій етап цього процесу. Цей семантичний образ може бути оцінений політичними технологами, і у разі його незадовільності для політика, імідж може бути

скоригований четвертому етапі його формування. До факторів формування іміджу жінки-політичного лідера пропонується відносити: мотиваційну сферу (потреби, інтереси, цілі, наміри, устремління, настрої, почуття) та політичну культуру як самого політика, так і її команди, партії чи блоку, а також аналогічні утворення цільової аудиторії даного іміджу; їхні статусні характеристики; гендерні особливості політичної культури; Концепція політичної реклами. Серед умов формування іміджу виділено п'ять основних груп: політичні, історичні, соціально-психологічні, нормативні та технологічні умови [4].

Отже, аналізуючи імідж жінки-політика можна зробити такі висновки. Кожна людина підвладна власним стереотипам, які сформовані під впливом національних, культурних особливостей. Літерські якості людини ніяк не залежать від її статті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адлер А. Наука успішно жити Port- Royal 1997.
2. Дідух, Ганна Ярославівна. Формування іміджу жінки - політичного лідера : автореферат дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Г. Я. Дідух ; керівник роботи Г. О. Нестеренко ; Нац пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. - Київ, 2010. - 20 с
3. Лавриненко Н. В. Женщина: самореализация в семье и обществе (гендерный аспект). — К.: ВИПОЛ, 1999. □ 172 с.
4. Дідух Г. Я. «Імідж жінки-політичного лідера»: термінологічний аналіз / Г. Я. Дідух // Нова парадигма: [журнал наукових праць] / [голов. ред. В. П. Бех.]. – Вип. 82. – К. : Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2008. – С. 102–111.

Сірачова Олена Олександрівна – студ. гр. ЕКО-186, Інститут екологічної безпеки та моніторингу довкілля, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: sirachovalena3@gmail.com

Науковий керівник: **Корнієнко Валерій Олександрович** – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри соціально-політичних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: valkorney1958@gmail.com

Sirachova Olena Oleksandrivna - student. gr. ECO-18b, Institute of Ecological Safety and Environmental Monitoring, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: sirachovalena3@gmail.com

Supervisor: **Kornienko Valerii** – Dr. of Political Sciences, Professor, Head of the Department of Social and Political Sciences, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: valkorney1958@gmail.com