

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Демідова А.А.

студент;

Адамовська В.С.

*кандидат економічних наук, доцент,
ДВНЗ «Криворізький національний університет»*

ЕФЕКТИВНИЙ ІМІДЖ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА ЯК СКЛАДОВА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Дослідження засад і методик формування іміджу політичного лідера належить до тих наукових питань, які є дуже актуальними. Від образу політичного діяча залежить, як саме він буде сприйнятий електоратом.

У широкому сенсі, імідж – це враження, яке людина або організація справляє на людей, і яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень [1]. Імідж політика інакше можна назвати стратегічним образом. Він повинен відповідати деяким обов'язковим особливостям.

Оскільки імідж має природу міфу та стереотипу, то він відображає ключові позиції, на які безпомилково реагує масова свідомість. Це спроба перевести масову свідомість на автоматичні реакції. Враховуючи таке психологічне підґрунтя феномена, Г. Почепцов виокремив три функції іміджу [2]:

1) ідентифікації (імідж – це стереотип, тому можна миттєво співвіднести його з конкретною особою, адже він задає уже апробовані шляхи ідентифікації. Тобто об'єкт стає таким, що легко впізнається);

2) ідеалізації: імідж намагається бажане видати за дійсне. Не слід, однак, трактувати функцію ідеалізації як спрямовану на обман. Адже коли лідер прагне пристосуватися до очікувань електорату, то таку адаптацію варто оцінювати позитивно.

3) протиставлення, оскільки будується системно, виходячи з уже існуючих іміджів (будь-яка характеристика стає яскравішою у порівнянні з протилежною).

Імідж сучасного політичного діяча створюється професійними іміджмейкерами (буквально «творцями іміджі») у свідомості аудиторії.

Ми з'ясували, що іміджмейкери працюють над образом політичного діяча за такими основними елементами [2]:

1. Іміджева легенда – це результат роботи з популяризації іміджу кандидата – це створення своєрідної легенди, де перемішані правда і неправда, реальні досягнення і фантазії виборців про кандидата. Передвиборча іміджева легенда включає два основних аспекти:

– біографічні данні (ефективна політична біографія повинна бути викладена від імені самого кандидата, причому в максимально емоційному ключі. Зазначається соціальне походження, власні досягнення, професійна діяльність);

– виклад передвиборчої платформи, в якій містяться оцінки поточної соціально-політичної і життєвої ситуацій, але що ще більш важливо, виборцям пропонується життєва перспектива, світло вкінці. У програмі необхідно наочно показати, в якому напрямку повинно розвиватися суспільство, причому це повинен бути зрозумілий і реалістичний шлях.

Іміджева легенда повинна будуватися як сукупність вчинків, що політичний діяч зробив протягом свого життя. У даному випадку вчинком можна подати багато чого: і втеча підлітка з домівки «на афганську війну», і розлучення після невдалого шлюбу, і навіть те, що кандидат потрапив до в'язниці в молодості.

2. Перфоманс – це спеціальна, як правило, символічна і, звичайно, ритуальна діяльність, що здійснюється індивідом чи групою в цілях вразити іншого індивіда, групу чи маси людей. Тобто, це спеціальна діяльність для виробництва вчинків, що створюють потрібне враження і, тим самим, лягають в основу іміджів.

Вчений Г. Почепцов зазначав, що «в політиці принципово не буває індивідуальних подій. Кожний її прояв – це масова подія. Причому не просто пасивних вихід на масову аудиторію, але й достатньо активна робота з аудиторією, що приймає стандартизовані форми. Це організована заздалегідь комунікативна подія, відпрацьована, що враховує суттєву роль глядачів» [2].

Класична структура іміджу сучасного політика включає такі компоненти [3]:

1. Зовнішні компоненти – зовнішній вигляд політика, його обличчя, зачіска, постава, одяг та аксесуари, міміка, пантоміміка, жестикуляція, мова (дикція, тембр голосу, темп і особливості мови, наявність в ній своєрідних обертів, приказок, афористичних фраз).

2. Внутрішні компоненти – це менталітет, тобто образ думок, інтелект, професіоналізм, інтереси, цінності, хобі і багато з того, що відноситься до душі і розуму. Але для політика, перш за все – це політичні ідеї. Політик без політичних ідей є як би безбарвним. Він нічого не відстоює, нікуди не кличе, ні за що не бореться. Вироблення політичних ідей – це те, що робить політика. А то, як він відстоює свої ідеї – це процесуальна складова іміджу.

3. Під процесуальними компонентами іміджу політика слід розуміти його поведінку, особисті риси характеру, темперамент.

Замислюючись над тим, що саме і як саме створюється ідеальний імідж, ми вирішити удосконалити теоретичний апарат даного питання та запропонували термін «Ефективний імідж», який на відміну від існуючих тлумачень іміджу, дозволить чітко зорієнтуватись, що саме покладено в суть ідеального іміджу політичного діяча.

Ефективний імідж – це образ політичного діяча, складові якого (зовнішня, внутрішня та процесуальна) зорієнтовані на збільшення кількості прихильників збоку населення, шляхом прояву адаптованої до умов громади,

регіону або країни загалом поведінки, яка направлена на підвищення добробуту населення та країни в цілому.

Тому на нашу думку, ефективний імідж повинен мати наступні характеристики цих складових:

1. Зовнішня складова:

– зовнішній вигляд політика, його обличчя, зачіска, постава, одяг та аксесуари не повинні коштувати мільйони, але вони повинні відповідати серйозному статусу, виражаючи це офіційно-діловим стилем;

– жестикуляція та мова повинні бути чіткими, стриманими; за тембром і особливістю мовлення політик повинен показувати свою компетентність та професіоналізм, добре розуміння справи;

2. Внутрішня складова:

– образ думок політика повинен бути чітко орієнтований на розвиток добробуту країни, підвищення рівня життя населення, повинне просліджуватись виявлення патріотизму та жага до кардинальних змін, які призведуть до покращення політичної ситуації країни;

– інтелектуальні та професійні навички повинні бути на високому рівні, відповідно до специфіки галузі роботи (наприклад, в міністерстві промислової політики – наявність досвіду в керуванні промислового об'єкта, міністерство освіти і науки – наявність досвіду роботи в учбових закладах). На нашу думку, тільки побачивши всю «кухню» зсередини, можна керувати на більш глобальному рівні. Також варто зазначити, що при наявності досвіду стажування чи роботи закордоном є дуже позитивним в іміджі політичного діяча. Адже, достатньо лише пари місяців для того, щоб перейняти досвід провідних країн світу, чітко усвідомити свої помилки та дізнатися інноваційні напрями роботи;

– політична ідея політика повинна бути спрямовано, перш за все, на покращення життя населення, а не власного. Не потрібно голосливо обіцяти «золоті гори» – на разі цей метод не працює, народ вже не має довіри до цього. Сьогодні, політична ідея повинна будуватись на покращенні елементарних умов життя населення, вдосконаленні системи функціонування державних установ. Тобто необхідними є прояви патріотизму.

3. Процесуальна складова іміджу має поєднувати наступні риси політика:

- активний у політичних ініціативах;
- швидко орієнтується у будь-якій ситуації;
- налагоджує зовнішні зв'язки;
- цілеспрямований у своїх діях;
- наполегливий у роботі;
- стабільний у своїй поведінці та емоціях;
- завзятий у виконанні посадових обов'язків;
- енергійний у виконанні справ.

Всі ці процесуальні складові допомагають залишити слід в пам'яті і серцях людей, допомагаючи їм зробити свій вибір.

У політиці імідж визначає багато чого і, головним чином, перемогу на виборах, що є одним із найбільш серйозних актів набуття влади. Останнім

часом політичні лідери стали звертати увагу на формування свого іміджу, але лише деяким вдається створити його таким, щоб він завоював симпатії виборців. Та варто пам'ятати, що справжня робота іміджмейкерів повинна бути направлена на дійсну появу важливих якостей політика, а не на замилювання очей виборців.

Список використаних джерел:

1. Етика ділових відносин : навчальний посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін.] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с
2. Почепцов Г.Г. Имидж & выборы. Имидж политика, патрии, президента. Учебник / Г.Г. Почепцов – Киев: АДЕФ-Украина, 1997.
3. Імідж політичного діяча і його складові [Електронний ресурс] – Режим доступу до матеріалу.: <http://jak.magey.com.ua/articles/imidzh-politichnogo-dijacha-i-jogo-skladovi.html>

Мельник Я.В.

*кандидат наук з державного управління, доцент,
Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України*

ФОРМУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Тема практичної реалізації відповідальності влади перед народом була й залишається актуальною в українському суспільстві, про що свідчать події грудня 2013 – жовтня 2014 рр. Реалізація відповідальності представницьких органів місцевого самоврядування (МС) перед територіальними громадами визначена законом «Про місцеве самоврядування в Україні» [1], яким встановлено коло суб'єктів, перед якими представницькі органи місцевого самоврядування (ПОМС) є відповідальними. Різниця між відповідальністю, яку несуть ПОМС перед державою, і відповідальністю, яка для них настає перед територіальними громадами, полягає в невідворотності першої, тоді як настання другої є необов'язковим, оскільки залежить від багатьох чинників, зокрема: настроїв у громаді, її активності, правової і політичної культури. Тобто тут скоріше йдеться не про правову, а про політичну їх відповідальність. З метою врегулювання реалізації цього виду відповідальності ПОМС перед територіальними громадами потребують перегляду та уточнення підстави її настання, санкції, механізм реалізації права територіальної громади притягувати ПОМС та їх окремих членів до відповідальності посадових осіб МС за невиконання або неналежне виконання посадових обов'язків, визначених законом та посадовою інструкцією, а також за порушення правил етичної поведінки посадові особи притягаються до дисциплінарної відповідальності.

Відповідно до ЗУ «Про службу в органах місцевого самоврядування» від 09.02.2017 № 2489 «підставою для притягнення службовця місцевого