

Якщо відповідний акт місцевого самоврядування не відповідає Конституції України, Верховна Рада України за поданням Президента України достроково припиняє повноваження голови громади, ради громади, районної, обласної ради та призначає позачергові вибори у визначеному законом порядку. Для Президента України та Верховної Ради України ця норма щодо дострокового припинення повноважень відповідних органів є дискреційною чи імперативною?! Для Президента України та Верховної Ради України ця норма щодо «дострокового припинення» повноважень відповідних органів є імперативною! Однак, «політизація» питання призведе до фактичного залишення його «без руху», потягне проблему дотримання строків позачергових виборів тощо?

Таким чином Президент України та Верховна Рада України лише забезпечують виконання рішення Конституційного Суду України!

Список використаних джерел

1. Проект Закону України «Про внесення змін до Конституції України (щодо децентралізації влади)». Внесений у Верховну Раду України Президентом України Петром Порошенком. Зареєстровано під № 2217а від 01.07.2015, доопрацьовано 15.07.2015, попередньо схвалено 31.08.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55812.

*Баєва Юлія Євгеніївна, к. політ. наук,
Київський національний університет будівництва і архітектури*
**РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ
ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА ТА ЇХ ЕВОЛЮЦІЯ**

Актуальність проблематика лідерства набула у ХІХ ст, коли стали розвиватися демократичні інститути, перш за все загальних виборів. Доля уряду стала залежати від того, як він сам і його діяльність сприймалися виборцями. Нездатність змінити реальність згідно уявленням громадян або переконати їх, що те, що відбувається, є кращим варіантом розвитку, закінчувалася зміною правлячих еліт. Тому природно, що проблема пошуку ідеальних образів і впровадження їх в масову свідомість набула вирішального значення.

Проблема політичного лідерства сьогодні привертає увагу вчених і практиків, не залишає байдужою жодну людину, яка цікавиться розвитком політичних процесів. Пошук справжнього лідера є одним з актуальних завдань політології, політичного менеджменту, політичної психології та інших наук.

Для багатьох політичний лідер – єдина інстанція боротьби проти всезагальної і бюрократичної влади політичної еліти. Особливу актуальність проблема лідерства набуває в нестабільні, кризові часи. В такий період особливо гостро переживається дефіцит справжніх лідерів, а з іншого боку, з'являється велика кількість людей, що бажають самореалізуватися в політиці.

Особливий інтерес в такому контексті проблема лідерства представляє в Україні. Важливість вивчення політичного лідерства, іміджу лідера та його формування також визначається потребою у створенні легітимної процедури руху особистості до лідируючого положення у владі, можливості управління цим процесом, утвердження оптимальних варіантів взаємодії лідерів з прибічниками та опонентами, різними соціальними групами.

Політичне лідерство в українській практичній політології має певні особливості. Вони пояснюються не тільки характером соціально-політичних трансформацій останніх років, а й історичними традиціями. Протягом всієї своєї історії український народ не раз втрачав політичну еліту. Не мали ми справжньої культурно-політичної еліти й у недавньому тоталітарному минулому, де панувала адміністративно-партійна номенклатура. В сучасних умовах політичної самоорганізації українського народу гостро постала проблема формування нової генерації високопрофесійної, патріотично налаштованої і по-європейски інтегративної еліти.

Політичне лідерство являє собою процес взаємодії, у ході якого одні люди (лідери) виражають потреби й інтереси своїх послідовників і в силу цього мають престиж і вплив, а інші (їх прихильники) добровільно віддають їм частину своїх владних повноважень для здійснення цілеспрямованого представництва й реалізації власних інтересів [1].

Лідер – це символ спільності й зразок політичної поведінки групи. Він висувається знизу, переважно стихійно, і приймається послідовниками. Політичне лідерство відрізняється від політичного керівництва, що, «на відміну від лідерства, припускає досить жорстоку й формалізовану систему відносин панування – підпорядкування» [2].

Ця точка зору дотепер досить широко поширена в українському суспільствознавстві й пов'язана з його тривалою відірваністю від світової науки й, зокрема, з вузьким, переважно психологічним, розумінням лідерства як положення особистості, що виникає стихійно в ході міжособистісних відносин у малій групі.

Важливим аспектом загального сприйняття й оцінки політичного лідера є враження, що він створює, тобто його імідж. Незалежно від бажань, як його самого, так і фахівців, які працюють із ним, імідж – об'єктивний фактор, що відіграє величезну роль в оцінці будь-якого соціального явища або процесу.

Поняття «імідж» походить від латинського *imago*, пов'язаного з латинським словом *imitari*, що означає «імітувати». А відповідно до тлумачного словника Вебстера, імідж – це штучна імітація або підйом зовнішньої форми якогось об'єкта або особи [3, с. 12].

Політичний імідж – це цілеспрямовано сформований образ політичного об'єкта. «Політичний імідж вибудовується не в ході виборчої компанії, а – довго. І вибудувати його – ціла наука» [4, с. 132-134].

Імідж в сучасній Україні впевнено стає чинником продуктивної політичної комунікації. Формування іміджу політичного лідера необхідно здійснювати в процесі його політичного життя, а не тільки під час виборів.

Стійкий позитивний імідж дозволяє політичному лідерові або руху більш продуктивно реалізовувати свою діяльність, отримуючи постійну підтримку з боку населення.

У науковій літературі переважає думка, що для формування іміджу політичного лідера важливі такі складові, як:

- ступінь проникнення в образ лідера, прийняття його «типажу», мови, вчинків, манери триматися тощо;
- ступінь ініціативності лідера, орієнтація на перспективу, модифікація його задумів і поведінки. Популярність підвищує шанси політика на успіх, банальність ініціатив – знижує;
- ступінь засвоєння населенням його ініціатив; тут багато залежить від своєчасної й кількарразової інформації про ініціативи, правдивої оцінки їх наслідків і «ціни» реалізації;
- чітке визначення форм і способів підтримки лідера з боку населення й зацікавлених політичних груп; заохочується тактовне й уміле використання «чужої» соціальної бази;
- ступінь протистояння іншим політичним лідерам і вміння бути гнучким у тактиці, не загострювати відносини по непринципових питаннях, але й не «прогинатися» у принципових питаннях, важливих для населення й власної політичної позиції [5, с. 43-44].

Яскравим прикладом може бути Помаранчева революція 2004 р. Для української аудиторії В. Ющенко став втіленням совісті нації, «гнаного борця за правду», що повстав проти системи, заснованої на корупції й організованій злочинності. Його імідж був іміджем людини чесною, компетентною, бажаною вести народ за собою. Водночас він викликав у масовій свідомості архетипні асоціації, пов'язані з релігійними символами й біблійними образами. Відкритий виступ інтелігентного В. Ющенка проти «кримінального монстра» В. Януковича носив характер протистояння Давида й Голіафа. Одна лише ця асоціація надавала «Майдану» оптимізм [7]. Міфологеми й повідомлення, засновані на пізнаваних біблійних сюжетах, легко засвоювалися аудиторією. Особливість В. Ющенка полягала в тому, що його публічний імідж співвідносився з архетипом месії. Іміджмейкери конструювали з образу Ющенка національного ідола. Не героя, якого роблять за героїчні вчинки, а саме ідола. Ідол же є предметом сліпої віри. У вітчизняній традиції глава держави – це патріархальна фігура, що апелює до архетипу батька. Як вождь і пророк (прототипом образу, зважаючи на все, з'явився біблійний Мойсей) В. Ющенко з'являвся перед жителями України посланцем Бога, що виведе українців з рабського радянського минулого й приведе в Європу (символ райського життя). Майже як Мойсей, що входив в еліту Древнього Єгипту, але вболівав за інтереси свого народу; перебуваючи в рядах «злочинної влади», Ющенко вболівав за суспільне благо.

Згідно з результатами виборів 2004 р., політичні технологи та іміджмейкери вдало обрали образний архетип для завоювання насамперед електорату Західної та Центральної України. Проте після обрання В. Ющенка

Президентом його політичний рейтинг значно впав, свідченням чого стали підсумки президентських виборів 2010 р. Це цілком відповідає положенню, згідно з яким харизматичний лідер після обрання на певну посаду в органах державної влади втрачає значною мірою свій потенціал впливу на виборців. Але в данному випадку ми мали справу й зі специфічними українськими особливостями.

Ставши главою держави на фоні суперечностей в лавах «помаранчевої» команди, В. Ющенко намагався спертися на своїх колишніх політичних опонентів – регіоналів – у боротьбі з новими оппонентами, зокрема прихильниками Ю. Тимошенко. Ідеологічно це обґрунтовувалося як прагнення «зшити» країну. Внаслідок цього його імідж втратив боротьбистські елементи, образ боротьби з Голіафом.

Феномен В. Ющенка на певному часовому відрізку повторила, алев же не так успішно, Ю. Тимошенко. У 2010 р. вже вона стала певного роду месією, об'єднавши західноукраїнський та частково центральноукраїнський електорат навколо своєї боротьби з тими самими ворогами – регіоналами, а також, як свого часу В. Ющенко, навколо принципів справедливості, боротися за які відтепер закликала Юлія Володимирівна.

Водночас, програвши у політичній боротьбі В. Януковичу, Ю. Тимошенко досить швидко втрачає рейтинг в середовищі електорату. Ця засвідчило ще одну особливість ставлення до політичного лідера нинішнього українського, насамперед західноукраїнського, електорату. Лідер, який програв, різко втрачає популярність, від нього відвертаються вчорашні адепти.

В сучасній ситуації репрезентативним прикладом особливостей формування іміджу лідера, орієнтованого на електорат західних та центральних областей України, як це було з В. Ющенком у 2004 р. та Ю. Тимошенко у 2010 р., можуть бути іміджи лідера ВО «Свобода» О. Тягнибока та лідера партії «Самопоміч» і водночас міського голови Львова А. Садового. Обидва висували у 2013 р. та висувують нині ті самі гасла («Банду геть!», «Януковича на нари» тощо), що лунали й у попередні роки. Тобто маємо те саме орієнтування на боротьбу з ворогом, як наслідок певної політичної несаможитливості, тривалої бездержавності населення. Але ж бездержавність була властива й для Наддніпрянської України? Так, але представники цих регіонів в рамках як Російської імперії, так і СРСР мали набагато більше шансів вибудувати кар'єру, ніж українці у Речі Посполитій, Австрійській та Австро-Угорській імперіях. Отже, для політичного лідера, орієнтованого на західноукраїнський електорат, нині обов'язково потрібен ворог. Він має уособлювати вічного борця.

На перший погляд, й інші особливості у них ті самі, що й у попередніх кумирів Західної України. Й електорат той самий – україномовні, з вищою освітою, що прийшли в політику не як бізнесмени чи партійні працівники, набожні, багатодітні, націоналістичного спрямування. Окрім цього до особливостей також слід віднести процесуальну сторону іміджу обох, що включає емоційну виразність, пристрасність, енергію, швидкість реакції – все

те, що відносять до темпераменту. А також своєрідне почуття гумору та артистичність. Особливо це стосується О. Тягнибока. Кожен його публічний виступ – своєрідна фантасмагорія, емоційна, пристрасна промова проголошена красивою рідною мовою.

А як же з європейськими архетипами? Адже саме в Західній Україні Європа, здається, має притягальну силу. Але якщо проаналізувати ставлення до європейських цінностей, які власне, а зовсім не географія, визначає обличчя Європи, стає зрозумілим, що образ Європи в очах мешканців західних областей відривається від того, що складає його сутність. Ось зараз – де ці цінності, наприклад, щодо біженців, або людей з іншими переконаннями? Або де ті європейські принципи щодо опозиції? Не дивно, що деякі останні соціопитування свідчать, що установка на Європу має позитивнішу динаміку на сході України, а не на заході.

Є ще одна принципова відмінність нинішнього політичного лідера в контексті західноукраїнського електорату від 2004 р. та навіть від 2010 р. У 2013 р. в лавах протестувальників не було месії. Цю роль В. Ющенко (та Ю. Тимошенко) ніхто не виконував – ані О. Тягнибок, ані А. Садовий, ані Д. Ярош, ані будь-хто. Це ще одне свідчення (хоча й не головне) прогресу громадянського суспільства. До речі, це не обов'язково позитив. Як довів Т. Карозерс, італійська мафія – теж громадянське суспільство. Врешті нацистський режим постав у країні з найбільш інтенсивним в Європі розвитком громадянського суспільства. Відтак, у 2013-2014 рр. месії вже не було, але було безліч нових громадських лідерів.

Ще одна відмінність – отримали популярність рутинні лідери. Візьмемо А. Садового. Він не зовсім публічний лідер. Усі знають, що він лідер «Самопоміч», але це лідерство скоріше залаштункове. Значна роль в його іміджі належить бюрократичній складовій – завдяки посаді міського голови.

Але як це узгоджується з прогресом громадянського суспільства? На перший погляд, жодним чином. Це скоріше наслідок тієї політичної інституціоналізації, в полі якої так багато зробив режим Януковича. Але інституціоналізація неминуче несе відбиток культурних впливів. На фоні розвитку громадянського суспільства феномен А. Садового вистрілює завдяки чиннику соціокультурного розколу країни. В будь-якій іншій країні це було б неможливо. А у нас цілком можливо водночас бути в структурах влади і обіймати радикальноопозиційну нішу.

Розвиток громадянського суспільства нівелює чинник інтелігентності, який був важливий для В. Ющенко, та, враховуючи демагогію (демагогія не означає неправду) Ю. Тимошенко на посаді Прем'єра, та й не лише на ній, щодо турботи про науку, культуру. Нові лідери цим не відзначаються. Той самий А. Садовий – не є інтелігентом. Він бюрократ, а це інші речі. Інтелектуальність, вираженість тощо – зараз не цінуються в політиці.

Отже, імідж політичного лідера має свої особливості: він обумовлен як регіональними особливостями, так і тим, імідж пов'язан зі змінами потреб

виборців та демографічним фактором, він залежить від етнопсихологічних ситуаційних факторів.

Формування морально й інтелектуально розвиненого політичного лідера сьогодні – це високоякісна і цивілізована державна політика завтра. Справді вільною і незалежною Україна може бути за умови становлення і зміцнення в суспільстві стійкої традиції цілеспрямованого формування духовності, правосвідомості та політичної культури особистості політичного лідера. Така традиція засвідчить перехід від авторитарного лідерства (яке передбачає одноосібний спрямовуючий вплив) до демократичного лідерства (яке залучає громадськість до спільного управління суспільними справами), а в більш широкому сенсі – і до формування ефективної PR-діяльності в країні. Ця діяльність сприяла б гармонізації та діалогічності взаємовідносин між державними лідерами і громадськістю

Україна лише тоді матиме шанси, коли громадянське суспільство та політичні лідери будуть корелювати. Як цього не було при Януковичі, так цього немає й зараз. Але перспективи за такою кореляцією. Чи можливе це у найближчій перспективі, поки що не зовсім зрозуміло.

Список використаних джерел

1. Абашкина Е. Б. Психологический механизм восприятия политического лидера / Автореф. дис. ... канд. полит. наук / РАН, Ин-т США и Канады. – М., 1993. – 33 с.
2. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб: Питер, 2001. – 228 с.
3. Костенко С. А. Имидж современного политика в условиях трансформации российского общества : Дисс. ... канд. полит. наук : 23.00.02. – Ставрополь, 2006.
4. Отц Е. В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората. Дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. – М., 2005. – 163 с.
5. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Ваклер, 2000. – 768 с.
6. Почепцов Г. Г. Как становятся президентами. Избирательные технологии двадцатого столетия / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання-Прес, 1999. – 380 с.
7. Хоменко М. Образ політичного лідера в уявленні студентів / М. Хоменко // Соціальна психологія. – 2005. – № 1. – С. 46-52.
8. Шашкова Я. Ю. Политический имидж как средство формирования региональной идентичности / Я. Ю. Шашкова // Дневник АШПИ. – Барнаул. – 2005. – № 21. – С. 223-225.