

Бабка В. Л. Политическое влияние: характерные черты и особенности

Проанализированы особенности феномена политического влияния и его функциональные связи с категориями «власть», «управление», «манипулирование». Систематизированы функции, субъекты, виды, методы и формы воздействия.

Ключевые слова: политическое влияние, власть, манипулирование, субъекты политического влияния, функции политического влияния, методы влияния.

Babka. V. Political influence: characteristics and features

The features of the phenomenon of political influence and its functional relations with «authority», «management», «manipulation» were analyzed. It was systematized functions, subjects, types, methods and forms of influence.

Keywords: political influence, power, manipulation, subjects of political influence, functions of political influence, influences methods.

УДК 32:008(4УКР)

Гаврилюк Дмитро Юрійович,
викладач кафедри політичних наук НПУ імені М. П. Драгоманова

РОЛЬ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СПРИЯННІ СУЧАСНОЇ ПРАКТИКИ АБСЕНТЕЇЗМУ УКРАЇНСЬКИХ ВИБОРЦІВ

В науковій статті аналізується роль й характер якості та впливу політичних технологій на сучасні електоральні практики українських виборців, що виявляється, зокрема, у прояві феномену абсентеїзму.

Ключові слова: абсентеїзм, політичні технології, політичний міф, політичні маніпуляції, політичний піар, виборчий процес.

Ми переконані, що кожна технологія має свій мотив, принцип, об'єкт впливу, її реалізаторів. Також всі політичні технології мусять мати свою ціль(-цілі), а вона ж полягає у досягненні як політичних, так і електоральних дивідендів політичній стороні, який вигідні ті чи інші політичні/ електоральні реакції громадян та й інших учасників конкретної виборчої кампанії. Фактор абсентеїзму ми вважаємо як раз саме «бажаною» реакцією, яку на напередодні виборів вигідно форсувати й вмотивовувати урядам, владі яка є не легітимною для громадян. Абсентеїзм в цьому ракурсі є необхідним дивідендом не ефективної державної влади аби через брудні політ технології пролонгувати своє політичне паразитування на черговий політичний термін.

Політичні дивіденди влади чи опозиції, в між виборчий період та напередодні волевиявлення в багато чому залежні саме від використання політичних, електоральних, технологій.

Ключовою властивістю такого, демократичного суспільства є принцип виборності влади в умовах чесної і конкурентної боротьби. Важливість вільного й об'єктивного волевиявлення полягає у забезпеченні умов для всіх громадян впливати на прийняття політичних рішень та визначати стратегію державного розвитку. Реалізація політики на основі волі народу позначається терміном демократія. Як слушно зауважує А. Колодій, «без справжніх виборів про демократію неможливо вести мову, хоч демократія жодною мірою не зводиться до виборів і не вичерпується ними. Для демократії вибори - це «момент істини», волевиявлення вільних громадян, творення влади, уособлення самокерування». Звідси випливає така дефініція: «Демократія - це суспільне самоврядування, яке здійснюють рівноправні громадяни... шляхом вільного вибору (голосування)» [7, с. 26-27].

Демократичні традиції й виборчі начала практикувалися в 1 Україні з часів перших державних утворень. Якщо вірити тексту «Велесової книги», то виборність князів існувала

ще у слов'янських племенах. Особливо активно електоральні процеси розвивалися у добу козацько-гетьманської держави. Їх легітимна основа була виписана в конституції Пилипа Орлика. Однак за радянських часів інститут виборів було повністю/ знівельовано завдяки директивному управлінню єдиної комуністичної партії. Вибори було перетворено в ритуальний обряд голосування, де підтримка завчасно визначених режимом ставлеників досягала абсолютних показників.

Щодо цього українці мають величезний досвід, який гартувався у катакомбах, підпіллі, дисидентстві, повстаннях, мітингах, голодуваннях тощо. Але у нас відсутній досвід виборчих змагань, толерантного відношення до опонентів, жертвність заради Батьківщини. Пострадянська Україна переобтяжена протестним електоратом. Неупереджений аналіз політичних реалій засвідчує, що українська влада нинішнього формату має конформістську сутність. Її ознаки - це ігнорування вимог суспільства, утиски демократичних цінностей і свобод, байдужість до національних інтересів. Але провина в цьому не лише самої влади, а більшості громадян, які її обирали чи пасивно сприяли її узурповані політичного Олімпу. Сьогоднішня українська нація, не у всьому своєму патріотичному громадянському загалу не готова рухатися в Орбіті громадянського суспільства.

Вибори в Україні перетворилися на мірило політичних цілей, сподівань, прагнень, а не механізмів та стратегій їх досягнення.

Якщо в ході практичної реалізації волевиявлення громадян чиниться свавілля владних інститутів чи окремих осіб, електоральний процес втрачає конструктивну основу і набуває маргінального статусу. За таких умов різко посилюється соціальна апатія й байдужість людей. Як зазначає М. Варій: «Нині простежується тенденція, пов'язана зі зростанням політичної іммобільності, індиферентності людей, стан відчуженості або аномії. Політичне відчуження виявляється у неспроможності індивіда впливати на перебіг політичних подій, почутті ізоляції у сприйманні індивідом соціальних і політичних інститутів, встановлених ними норм як ворожих інтересам людини» [1, с. 86]. Проявами відчуження є конформізм, відсутність інтересу до політики; абсентеїзм, відмова від виконання громадського обов'язку. Останнім часом такі процеси поглибилися в українській спільноті й визначають її політичну сутність.

В контексті наукової статті, під абсентеїзмом ми розуміємо не лише не участь громадянина з пасивним виборчим правом у виборах, референдумах, плебісцитах, а й роботі політичних інституцій, рухів, НГО. Певна річ ми також поділяємо й політологічні наукові судження, згідно яких абсентеїзм в аспекті впливів на електоральну поведінку громадян виборчими технологіями, розглядається саме як один із видів політичної (див. електоральної) реакції людини [2].

Україна як молода перспективна демократична держава має значний електоральний досвід, і це стосується виборів локального штибу, парламентські і звичайно однієї із найвідвідувальніших типів виборів українцями — президентські. Якщо напряму задати про якість впливу політичних технологій взагалі на виборах, то такими прикладами є з одного боку виборча кампанія за пост президента України в 2004 р. та вибори до Верховної Ради України в 2012 р. «Якість» виборчої кампаній в 2004 році характеризується міжнародним визнанням як однієї і з найбрудніших виборчих кампаній, а от парламентські виборчі перегони в 2012 встановили персональний рекорд України з а рівнем абсентеїзму виборців на виборах — 48% із того загалу громадян що мали безпосереднє пасивне виборче право, право голосу.

На прикладі електоральних процесів ми бачимо ерозію вітчизняних інститутів влади, політичного класу, нестабільність партійної системи, деградацію національної ідеї, атомізацію суспільства. Варто говорити і про банкрутство політики національних вождів, які своєю маргінальністю змушують людей обирати не кращих, а менше зло.

Абсентеїзм в умовах української електоральної дійсності стає можливим в силу деструктивних впливів політичних технологій, що реалізуються «дієвими» політичними

акторами, які приймають як безпосередньо, так і дотично участь у політичній грі до виборів й під час їх проведення. Деструктивного впливу на електоральну участь громадян найбільше наносять саме брудні політичні технології, політичні технології відчуження від активного волевиявлення та переконання особистої доцільності громадянина брати активну (в тому числі протестну) участь в політичному процесі, у впливі на державні владні інституції.

В Україні основою виборчої кампанії є: введення в оману виборців, з метою полегшення маніпулювання їх свідомістю; застосування жорстких методів ведення кампанії (купівля голосів, прийняття на передодні виборчої кампанії суперечливих рішень владою, популістські обіцянки, використання чорного піару проти своїх суперників, контроль за інформаційним простором України). Така ситуація з виборчою кампанією може призвести до масових протестів [4].

Взагалі у сфері політичної комунікації в Україні спостерігається зміщення системної двосторонньої комунікації політичних сил з виборцями у бік застосування технологічних прийомів, за яких системна та прозора двостороння комунікація набуває переважно одностороннього характеру і, насамперед, замінюється рекламуванням певних суб'єктів політики. [2, с. 105]. Однак сьогодні електоральні реакції досить часто формують фахівці за допомогою політичних технологій (пропаганда, політична реклама, організація диспутів, круглих столів тощо), які створюються політтехнологами, іміджмейкерами, спічрайтерами і поширюються через різні канали комунікації. Така раціоналізація електоральних процесів з боку політичних акторів містить значний маніпулятивний компонент, який викликає бажані для еліти реакції поведінки громадян.

У зарубіжних країнах зовсім інше ставлення до виборчого процесу та до значимості голосу кожного виборця. Це відбувається тому, що головна увага приділяється власне програмі кандидата. Вона доступна усім громадянам, а виборці, в свою чергу, вивчають ці програми з усіх боків. Таке ставлення дозволяє кожному відчути відповідальність за майбутнє країни та її обличчя на міжнародній арені. Власне таке політичне та публічне позиціонування політичних кандидатів до виборців й може знаково, в разі локалізувати «абсентеїський електоральний бунт».

Різноманітні виборчі технології проявляються в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Вони направлені на задоволення найактуальніших та необхідніших потреб громадян. Однак під час виборчої кампанії неможливо знати напевно, чи будуть ці гасла мати реалізацію у реальному житті. Дуже часто кандидати у народні депутати України у своїй передвиборчій кампанії популістично обіцяють такі суспільні блага громадянам держави, на реалізацію яких вони навіть не матимуть компетенції, відповідно статусу депутата Верховної Ради. Таким чином ефективним засобом впливу на свідомість виборців є комплексна технологія популізму. Популізм визначають як «стиль політичної діяльності, орієнтований на завойовання популярності серед широких мас за допомогою використання примітивної аргументації, демагогії, використання стереотипів та міфів» [12, с. 193].

Міф допомагає громадянам сприйняти запропоновані контури та домисли як реальну форму дійсності, що має переконати їх у правильності вибору саме цього кандидата [3].

Парламентська виборча кампанія 2012 р. в Україні стала черговим етапом існування вітчизняної системи політичної міфотворчості. У міфологічному плані парламентська кампанія 2012 р. стала цілком закономірним продовженням президентської 2010 р. На відміну від 2010 р., коли в основі кампанії був дещо осучаснений архаїчний міф «протистояння хаосу і порядку» (у ролі першого виступав узагальнений образ так званої безпомічної, розколотої і неефективної влади, а другого - образи нібито дієвої і потужної опозиції), у 2012 р. складно казати про наявність певного центрального міфу. На думку Оношко О.В., дещо наблизився до такого статусу політичний міф про «визначеність долі виборів і відсутність потреби участі у них». Створений в інтересах влади, він не отримав істотної противаги з боку опозиційних сил, що значною мірою зумовило його ефективність, яка яскраво підтверджується достатньо низькими показниками явки на вибори [6, с. 55].

Найбільш вагомими рисами героїки політичної міфології кампанії можна вважати: невідповідність і чужість багатьох героїчних образів ментальним особливостям українського народу таким, як обережність, мирність, інертність, побутовий консерватизм, толерантне ставлення українців до представників інших етносів [10]. Політичні міфи, побудовані саме на таких принципах, плідно та конструктивно впливатимуть на населення України. Замість цього під час кампанії спостерігалось копіювання героїчних образів з політичних міфологій переважно з країн Заходу (Н. Королевська «У мене є мрія», В.Лук'янов «Джеймс Бонд»), яким властива агресивне прагнення свободи і перемоги, фанатизм, стрімкість.

Зважаючи на те, що люди схильні вірити пропагандистським міфам, переконані, що така риса українських виборців як електоральна короткозорість й пам'ять та лінх аналітичного розбору всіх деталей політико-агітаційної головоломки й вмотивовує не лише політичний абсентеїзм, а його симптом — політичне й електоральне роздратування.

На українських виборчих преріях помітна й технологія навішування «ярликів» пов'язана із використанням оціночних категорій для створення у суспільній свідомості; стійких асоціації з негативними стереотипними образами («бандит», «націоналіст», «шовініст» і т.д.). Використання опозиційними політиками ярлику «донецький кримінально-олігархічний клан» для характеристики партії влади - приклад застосування вказаної технології в контексті сучасного політичного дискурсу [8, с. 22].

На нашу думку чим більше інформаційної дезінформації буде попадати й розповсюджуватись в ЗМІ, в сфері публічної діяльності, тим для громадян не зрозуміла буде політична пропозиція влади, тим її анонсовані зміни не знайдуть розуміння у виборців під час агітації.

З початку розбудови української незалежності, кожен виборчу кампанію, починаючи з виборів до органів місцевого самоврядування, закінчуючи президентськими перегонами, супроводжує таке явище, як технічні та технологічні кандидати. Варто зазначити, що за 20 років незалежності України дане явище вже встигло прийняти інституційні форми [11, с. 77].

Такі дослідники як О.Матвейчев та В.Новіков у своїй роботі «Передвиборча кампанія. Практика проти теорії» виділяють функції технологічних кандидатів: використання бюджету та можливостей телевізійного ефіру у цілях основного кандидата: відтягування голосів, у супротивника, роздроблення електорального поля; висування непопулярного кандидата з подальшою підтримкою їм - основного конкурента [11, с. 77].

Безумовно жодна українська передвиборча кампанія не залишається без використання технологій «чорного PR-у». Основна увага під час проведення передвиборчої кампанії зосереджується не на поясненні власної програми, власних минулих та майбутніх досягнень, а на викритті та оприлюдненні недоліків, промахів опонента. Зокрема використовуватися можуть як реальні факти, так і сфабрикована інформація.

Сьогодні суспільно-історична практика показує, що такі суб'єкти політики, як державні органи, політичні еліти, політичні партії, комплекс ЗМІ, поряд з інформуванням, освітою, залученням громадян до участі в політичному процесі, все більше схильні до використання маніпулятивних методів і технологій, прихованого активного керування масовою свідомістю й поведінкою громадян.

Розглянемо ряд специфічних політичних технологій та умов, які на наше суб'єктивне політологічне судження, мають попит на політичній арені, а також їх негативні наслідки, що можуть зумовити феномен абсентеїзму: **до політичних технік ми відносимо** - 1) Технології дріб'язкових/ локальних обіцянок замість запропонування зрозумілих державницьких, націє центричних стратегій розбудови держави; 2) Технологія повернення політичного дискурсу про політику минулого, а не про політичну модернізацію країни сьогодні із перспективою на завтра; 3) технологія егоїстичного з боку політичних агентів нав'язування виборцям «правильної» інтерпретації політичної дійсності і необхідності думати у форматі передвиборчої адикції політичної влади; 4) технології поширення в ЗМК переконань

електоральної невизначеності виборців та абсурдності волевиявлення в не стабільний політичний ситуації.

Щодо специфічних **політико-електоральних умов**, ми виділяємо, зокрема — 1) надмірна фетишизація до виборів. Вибори при цьому залишаються чи не останньою надією на практичний вплив громадян на політиків в українському суспільстві; 2) голосування серцем чи шлунком. Відсторонення здійснення вибору через раціональне усвідомлення беззмістовності й перспективності політичної стратегії партії чи кандидати на виборах; 3) електоральні забобони (від мене на виборах нічого не залежить), «мій голос нічого не вартує») та політ технологічна можливість політичних (див. партійних) штабів акценту на них з метою посилення переконань правильності у відчуженості від акту волевиявлення пасивних та невизначених електоральних груп виборців; 4) технологічна логіка кампанії на сподобання виборцеві, а не на акценті його державницької просвіти, значущої громадської ролі; 5) уподібнення протиборства політичних акторів (агентів) на виборах мимоволі в українських реаліях нагадує – гру, а не дискусію і пропонування змістів вирішення важливих політичних й суспільних проблем. Така «гра» за допомогою політичних технологій та брудного піару, на нашу думку лише засвідчує негативний вплив політ технологій на виборах та у сприянні абсентеїстської поведінки; 6) популістична природа виборчих програм й політичної риторики, дискусії із громадським сектором, кандидати та партії приспали свою політичну та державотворчу гідність. Наочним вказівником такої політичної короткозорості є визнання громадянами країни не авторитетності для них інституцій владної вертикалі.

Про не опосередкований вплив технологій виборчої інженерії на абсентеїзм свідчить якість людського фактору вчинення їх. До цього можна віднести якості виборчих законів/актів, характеру підготовки до процесу голосування, пасивне сприйняття громадянами актів непрямого й прямого підкупу виборців, схильність до виборчого фаталізму (продаж громадянами свого виборчого голосу. За даними сайту «Продай голос», що з'явився напередодні парламентських виборів 2012 р., середня вартість голосу понад 900 гривень) [5].

Якщо запитати себе про вплив політичних технологій на політичну участі ми вважаємо що їх проблемність полягає не лише у відсутності державотворчої спрямованості, а й в тому, що вони не напрацьовують ефективної політичної комунікації. В умовах українського суспільства, що трансформуються, суспільства відношення до політики якого можна охарактеризувати, як «агресивна апатія»(український політтехнолог Д. Богуш), суспільства де немає досить сталих і демократичних традицій, використання адміністративного ресурсу, організація «апаратних» чи «адміністративних» виборчих кампаній може приводити та часто приводить до, спотворення результатів виборів, частогусто їхньої фальсифікації. У випадку частого застосування адміністративного ресурсу, що виражається у формі прямого/ непрямого підкупу виборців, такого роду адміністративні технології сприяють розвитку в громадян саме споживацького розумінні виборів та бачення останніх у монітаризованому вигляді. Взагалі перманентні технології, які ще називають адміністративними, що використовуються окремими політичним структурами сприяли становленню специфічного прошарку населення для яких період виборчої агітації є сезоном задоволення меркантильних інтересів та й взагалі сприяють до вихолощення ідеї вибірковості та критерійності в практиках електоральної поведінки [9, с. 113].

На сьогоднішній день в українському суспільстві не просліджується тенденції створення захисних механізмів від такої активності, яке в результаті маніпулювання свідомістю електорату може призвести до формування негативного ставлення громадян до самого інституту виборів, втрати довіри й поваги до виборчого законодавства, зниження явки виборців.

У той же час, розвиток демократичних процесів в Україні потребує виробки низки заходів, які б зменшували негативний вплив деяких «спеціальних піарівських методик» підсилення адміністративного ресурсу під час виборчих кампаній в Україні. Залишається питання у виборі політичної поведінки, тактик виборчої інженерії [11, с. 77].

Ми переконані, що в Україні на часі застосування на виборах конструктивних політичних технологій. До них ми віднесемо той сегмент політичних технологій, які забезпечують реалізацію праобразу принципового політика, що розуміє й аналізує причинно-наслідковий зв'язок сучасних суспільно політичних, економічних процесів та трендів. Кандидат має бути в спроможності за короткий час виборчої агітації дати виборцям відповіді на складні питання та виклики державотворення, націєтворення.

Політик, що кандидує на виборах має чітко сформулювати головний меседж виборцям — це одне з найперших та найважливіших завдань. Ці декілька слів повинні містити саме ту інформацію, яка зачепить виборців. До таких фраз необхідно ставитись дуже відповідально та розглядати всі їх складові.

Тому розглядаючи вплив виборчих технологій на громадян, необхідно зазначити, що насамперед виборці повинні відповідально ставитися до того, що чекає країну у майбутньому. Суспільство може попередити викривлення інформації за допомогою власної поінформованості, холодного розуму, власної думки та вміння її відстоювати.

Допоки виборці до часу проведення політичної агітації, голосування не стануть модераторами та редакторами політичних амбіцій/ прагнень кандидатів на виборах, вони будуть залишатися мимоволі заручниками беззмстовних але гарно виписаних політологічними, економічними категоріями передвиборчих програм, гасел.

З кожними виборами громадянином, що обирає, і політиками, яких обирають мають ставити все вище й вище планку необхідності підвищення рівнів політичної, правової культури, державотворчого мислення, переконання в підтримці бути конкурентоздатним громадянином та державним діячем. Для таких громадян вибори ніколи не стануть, і не будуть чимось конкурентоздатним. І абсентеїзм як політична практика протесту не буде пріоритетною електоральною та політичною поведінкою.

Література:

1. Варій М. Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології: Навчально-методичний посібник / М. Й. Варій. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 400 с.
2. Денисюк. С. Г. Електоральна реакція як показник ефективності політичної комунікації / С. Г. Денисюк // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна, Серія «Питання політології». – 2012. – №1007, – С. 104-109.
3. Думанська О. дуже своєчасна книга [Електронний ресурс] / О. Думанська. – Режим доступу: <http://knyhobachennia.com/?category=3&article=907>
4. Зубарова, М. А. Робочі аспекти PR в Україні [Електронний ресурс] / М. А. Зубарова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2010. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/iplclex.pbr?ac1=article&article=2369>. – Заголовок з екрану.
5. Інтернет пропозиція: Продам свій голос [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bbc.co.uk/ukrainian/ukraine/2010/01/100114_ua_vote_or.shtml
6. Онопко О.В. Політична міфологія парламентської кампанії 2012 року : центральний міф та особливості героїки / О. В. Онопко // III Національний політологічний конвент МАСПН (Україна) : [збірник наукових статей студентів]. – Острог, 2013. – С. 55-56.
7. Основи демократії: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За заг. ред. А.Ф. Колодій. – 3-тє видання, оновлене і доповнене. – Львів: Астролябія, 2009. – 832 с.
8. Позиціонування партій // Політичні партії в демократичному процесі. Інформаційний бюлетень (Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»). – 2012. – №31. – С. 4-29.
9. Полторак В.А. Перманентні виборчі кампанії та адміністративний ресурс / В. А. Полторак. // Вісник ХНУ імені В.Н.Каразіна, серія «Питання політології». – 2012. – №1007. – С. 110-113.
10. Савченко О.О. Українська ментальність та глобальна ідентичність /

О.О. Савченко. – К.: Оскар, 2001. – 140 с.

11. Тимченко М.М. Технічні та технологічні кандидати, як складова виборчої кампанії / М. М. Тимченко // II Національний політологічний конвент МАСПН (Україна). – Київ, 2012. – С. 77.

12. Новейший политологический словарь/ авт.- сост. Д.Е. Погорельый, В.Ю. Фесенко, К.В. Филиппов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 318 с.

Гаврилюк Д. Ю. Роль политических технологий в содействии современной практики абсентеизма украинских избирателей

В научной статье анализируется роль и характер качества и влияния политических технологий на современные электоральные практики украинских избирателей, проявляющаяся, в частности, в проявлении феномена абсентеизма

Ключевые слова: абсентеизм, политические технологии, политический миф, политические манипуляции, политический пиар, избирательный процесс.

Gavryliuk D. The role of technology in promoting political practice of contemporary Ukrainian voter absenteeism

The scientific article analyzes the role and nature of money and political influence of technology on modern electoral practices Ukrainian voters as reflected in particular in the manifestation of the phenomenon of absenteeism.

Keywords: absenteeism, political technology, political myth, political manipulation, political PR, election process.

УДК 32-051

Голішевська Анастасія Валеріївна,
аспірантка кафедри політичних наук НПУ імені М.П. Драгоманова

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕПУТАЦІЇ ПОЛІТИКА

У статті репрезентовані контекстні засади дослідження феномену політичної репутації. Проаналізовані основні технології формування репутації політичного лідера.

Ключові слова: «репутація», «політична репутація», «політична репутація політика», «репутаційний менеджмент».

За останні декілька років термін «репутація» все дедалі більше використовується в промовах політиків, матеріалах ЗМІ, наукових дослідженнях. А проблема формування політичної репутації набуває гостроти та актуальності.

Не зважаючи на те, що дана проблема більш детально почала вивчатися лише у ХХ ст., окремі аспекти репутації привернули до себе увагу ще на ранніх етапах становлення політичної думки. Феномен репутації публічної особистості став об'єктом уваги ще в стародавні часи. В Стародавній Греції кожний дорослий громадянин звертав увагу на думку, яку складали про нього інші. Суспільна думка впливала на поведінку людей і являлась її регулятором. Саме тому формування публічної репутації в тій чи іншій мірі була цікавою багатьом моралістам, філософам в незалежності від того, в яку епоху вони жили. Так, А. Шопенгауер виділяв в образі людини три компонента. Перший компонент – це те, що можна назвати особистістю в широкому значенні. Це все, що дано індивіду природою: краса, сила, здоров'я, темперамент, розум і ступінь розвитку. Другий компонент – те, що людина здобула в якості члена суспільства – статус, багатство, майно. Але є ще один компонент – якою людина постає в очах інших. Це і є репутація [7].