

ПСИХОСЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙМАННЯ СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ ІМІДЖУ СУЧАСНИХ ПОЛІТИКІВ

О. П. Соснюк, І. В. Остапенко, м. Київ

Статтю присвячено проблемі сприймання іміджу політичних лідерів. Представлено результати психосемантичного дослідження особливостей сприймання студентською молоддю іміджу сучасних політиків, зокрема проведено порівняльний аналіз та визначено специфіку сприймання іміджу українських та зарубіжних політиків. Виокремлено провідні іміджеві атрибути, які молодь використовує для оцінювання політиків. З'ясовано, що українські політики сприймаються молоддю контраверсійно. Домінантними іміджевими атрибутами, які є ядром іміджу вітчизняних політиків, виступають ділові (діловитість, ерудиція, прагматизм) або емоційно-вольові (упевненість, рішучість, харизматичність) якості. Найбільше бракує українським політикам моральних якостей (чесності, порядності, альтруїзму) та людяності (простоти, відкритості, щедрості, надійності). Встановлено, що зарубіжні політики мають значно вищі оцінки практично за всіма іміджевими атрибутами порівняно з українськими політиками. Найбільш істотні відмінності між зарубіжними та українськими політиками спостерігаються в оцінках студентської молоді за іміджевими атрибутами "патріотизм", "надійність" та "порядність".

Ключові слова: імідж, ядро іміджу, іміджеві атрибути, семантичний диференціал.

Проблема. Одним з важливих завдань, які вирішуються в межах політико-психологічних досліджень, є вивчення особливостей сприймання іміджу політиків. Ставлення до політиків загалом досить мінливе і визначається багатьма чинниками: панівними суспільними настроями, особливостями політичної діяльності та публічної активності політиків, їхньою присутністю в інформаційному просторі і статусно-рольовими позиціями в системі владної взаємодії. Особливо динамічними є уявлення молоді про політичних лідерів. У ставленні до них молодь особливо вимоглива, постійно використовує додаткові критерії оцінювання, зважає на ситуаційні зміни і ступінь відповідності політиків цим викликам. Однак досліджень, спрямованих на вивчення особливостей сприймання молоддю іміджу політиків, помітно бракує. Переважно тому, що молодь не відносять до тієї частини населення, з якою пов'язують власні електоральні надії самі політики. Враховуючи зростаючу політичну активність молоді, такий дефіцит уваги до неї, на наш погляд, не є виправданим. Саме тому вважаємо за доцільне зосередитися на вивченні особливостей сприймання молоддю іміджу сучасних політиків. При цьому принципово важливим

для нас є дослідження іміджу не тільки українських, а й зарубіжних політиків, які прямо або опосередковано, але відіграють усе помітнішу роль у подіях, що розгортаються в Україні.

Теоретико-методологічну основу нашого дослідження становлять положення антропологічного підходу до розуміння іміджу (О. Л. Вознесенська), положення про імідж як “образ особистості” (О. В. Лавренко), положення про дуалістичну сутність іміджу (П. Д. Фролов), положення про змістовні та структурні компоненти іміджу (Ю. М. Зуцик, П. Д. Фролов), положення про провідні характеристики іміджу: стійкість та опір змінам, спрощеність, конкретність, зв’язок з прототипом (Г. Г. Почепцов, А. Цуладзе), положення про психосемантичний простір образу політичного лідера (В. Ф. Петренко).

Мета статті: провести психосемантичний аналіз та визначити особливості сприймання студентською молоддю іміджу сучасних українських та зарубіжних політиків.

За *об’єкт* проведеного нами спеціального емпіричного дослідження було визначено процес сприймання іміджу політиків.

Предметом дослідження стали особливості сприймання студентською молоддю іміджу сучасних політиків.

З огляду на об’єкт, предмет та мету нами було визначено такі завдання дослідження:

- 1) з’ясувати найбільш значущі, на погляд студентської молоді, іміжеві характеристики політиків;
- 2) окреслити коло найбільш відомих серед студентської молоді сучасних українських та зарубіжних політиків;
- 3) розробити методику монополярного семантичного диференціала для вивчення іміджу політиків;
- 4) провести порівняльний аналіз та визначити особливості сприймання сучасних українських і зарубіжних політиків.

Дослідження проходило в кілька етапів.

Щоб визначити найбільш значущі іміжеві характеристики політиків та скласти перелік найбільш відомих серед українського студентства вітчизняних та зарубіжних політиків, на першому етапі нами було проведено реп-інтерв’ю (з використанням техніки тріад) та анкетування. Загальна чисельність вибірки на цьому етапі становила 108 осіб.

На другому етапі ми розробили методику монополярного семантичного диференціала. За допомогою цього дослідницького інструменту на розширеній вибірці вивчались особливості сприймання студентами іміджу сучасних українських та зарубіжних політиків. Загальна чисельність вибірки на другому етапі становила 407 осіб.

У дослідженні взяли участь студенти 1–6 курсів класичних, технічних та педагогічних університетів м. Києва, що займають провідні позиції в рейтингу МОН: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут”, Національний педагогічний університет імені Михайла Драгоманова. Респонденти віком від 19 до 25 років, чоловічої та жіночої статі є громадянами України та проживають (постійно або тимчасово) в столиці. Загальний обсяг вибірки становив 515 осіб.

Аналіз даних, отриманих за допомогою реп-інтерв’ю, дав змогу скласти перелік іміджевих характеристик політиків, які, на погляд студентської молоді, є найбільш значущими. За результатами частотного аналізу нами було виокремлено такі іміжеві характеристики політиків: 1) чесність; 2) рішучість; 3) діловитість; 4) упевненість; 5) простота; 6) переконливість; 7) відкритість; 8) альтруїзм; 9) емпатія; 10) щедрість; 11) прагматизм; 12) патріотизм; 13) порядність; 14) ерудиція (широта поглядів); 15) харизматичність; 16) надійність.

У подальшому (на другому етапі дослідження) саме ці характеристики було покладено в основу розроблення методики монополярного семантичного диференціала.

За результатами анкетування також було окреслено коло найвідоміших серед українського студентства вітчизняних та зарубіжних політиків. Серед найбільш відомих українських політиків студентами були названі П. Порошенко, А. Яценюк, О. Ляшко, Ю. Тимошенко та П. Симоненко. До переліку найбільш відомих зарубіжних політиків потрапили В. Путін, Б. Обама, О. Лукашенко, А. Меркель, Д. Кемерон, Ф. Олланд. Особливості сприймання іміджу саме цих політиків вивчалися нами на другому етапі дослідження.

Хочемо зазначити, що, розробляючи методику семантичного диференціала, ми використовували однополюсні шкали, що є певним відступом від прийнятих стандартів. Так, у працях Ч. Осгуда, Дж. Сусі і П. Танненбаума обстоюється доцільність використання в психосемантичних дослідженнях біполярних конструктів для побудови семантичного диференціала. Ця традиція знайшла продовження і в працях вітчизняних психологів О. Ю. Артем’євої, В. Ф. Петренка, О. Г. Шмельова.

Дж. Келлі, утім, у межах теорії особистісних конструктів визнає факт існування однополюсних конструктів. Він називає їх конструктами з прихованою опозицією (в яких один з полюсів є латентним, але імпліцитно присутнім) [1]. Більше того, у спеціальному експериментальному дослідженні В. В. Століна було переконливо та аргументовано доведено можливість існування саме однополюсних конструктів [2].

Крім того, досвід наших попередніх досліджень також дає підстави говорити про доцільність використання таких методів у дослідницькій практиці [3]. Саме цими міркуваннями ми керувалися, використовуючи в

нашому дослідженні при побудові семантичного диференціала монополярні шкали.

На основі результатів опрацювання даних, отриманих на другому етапі дослідження, було побудовано профілі сприймання іміджу українських (рис. 1) та зарубіжних (рис. 2) політиків.

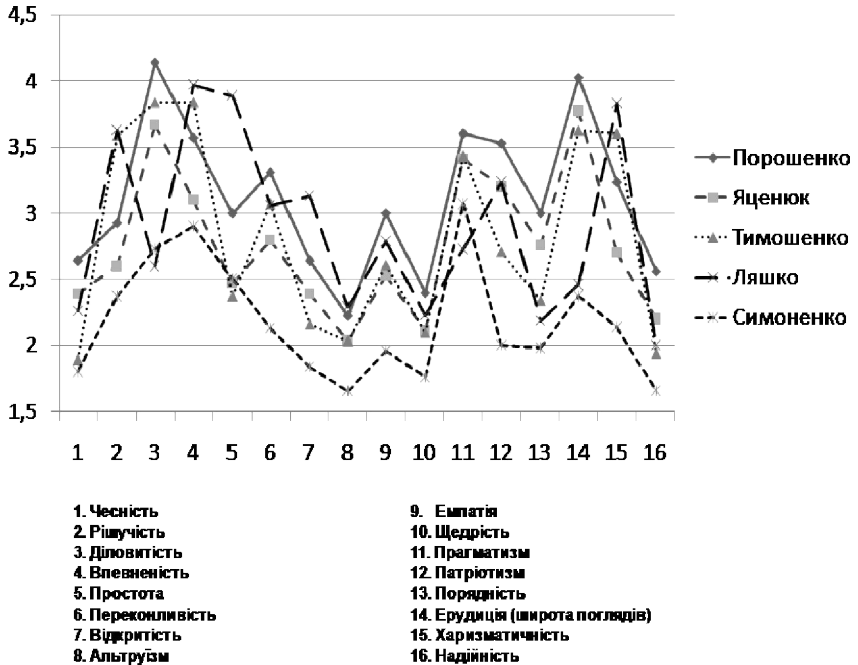


Рис 1. Профілі сприймання іміджу українських політиків

Аналіз отриманих результатів дав змогу визначити такі особливості в сприйманні іміджу сучасних українських політиків:

1) П. Порошенко має найбільш позитивний серед усіх українських політиків іміджу в уявленнях студентської молоді. Найвищі оцінки політик отримав за такими іміджевими атрибутами, як “упевненість”, “прагматизм”, “діловитість”, “ерудиція”; найнижчі оцінки (хоча в цілому близькі до середніх значень) – за атрибутами “альтруїзм”, “щедрість” та “надійність”;

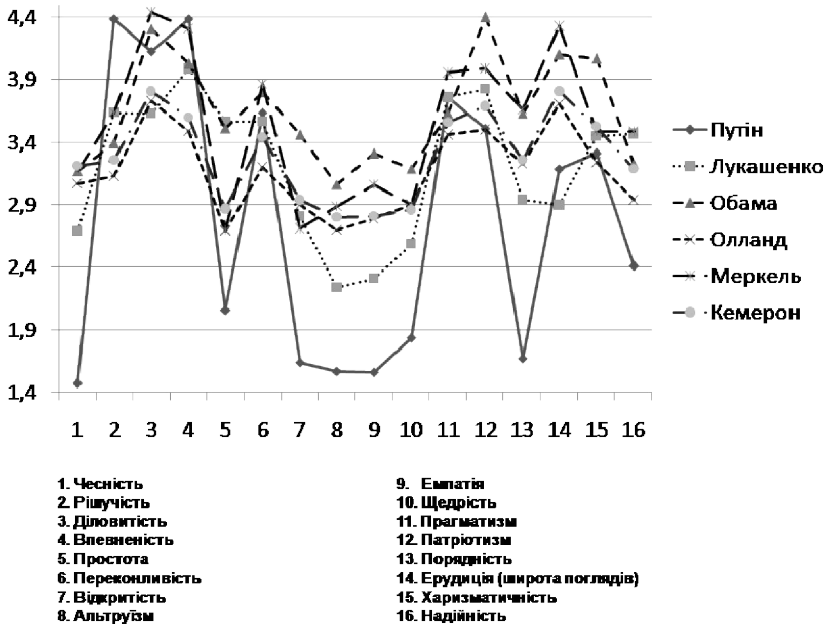


Рис 2. Профілі сприймання іміджу зарубіжних політиків

2) імідж А. Яценюка в уявленнях студентства досить суперечливий. Високі оцінки політик отримав лише за такими іміджевими атрибутами, як “діловитість” та “ерудиція”; за значно більшою кількістю характеристик він дістав невисокі оцінки (зокрема за атрибутами “чесність”, “відкритість”, “альтруїзм”, “щедрість”, “надійність” тощо);

3) О. Ляшко також має досить контраверсійний імідж в очах студентства. Найвищі оцінки політик отримав за такими іміджевими атрибутами, як “рішучість”, “упевненість”, “простота”, “харизматичність”, а найнижчі – за атрибутами “чесність”, “альтруїзм”, “щедрість”, “порядність”, “надійність”;

4) Ю. Тимошенко має ще більш суперечливий імідж в уявленнях студентів. Найвищі оцінки політик дістала за такими іміджевими атрибутами, як “рішучість”, “діловитість”, “упевненість”, “ерудиція”, “харизматичність”, а найнижчі – за атрибутами “чесність”, “простота”, “відкритість”, “альтруїзм”, “щедрість”, “порядність”, “надійність”;

5) П. Симоненко вирізняється з-поміж інших згаданих вище політиків негативним іміждем в уявленнях студентів. Найнижчі оцінки політик має за такими іміджевими атрибутами, як “чесність”, “рішучість”,

“переконливість”, “відкритість”, “альтруїзм”, “емпатія”, “щедрість”, “патріотизм”, “порядність”, “ерудиція” (широта поглядів), “харизматичність”, “надійність”.

Зауважимо, що П. Порошенко та А. Яценюк мають потенційно схожий набір іміджевих характеристик, однак суттєво відмінні оцінки на рівні їх актуального сприймання студентами. Ця особливість може бути пов’язана зі зниженням ступеня задоволеності діяльністю цих політиків. Останні соціологічні дослідження (наприклад On-line TRACK, проведене компанією TNS) свідчать про зниження індексу задоволеності діяльністю Президента України П. Порошенка на 12%, тоді як задоволеність діяльністю уряду і його голови А. Яценюка знизилася за останній рік удвічі. Також помітною є подібність у сприйманні студентами голови Радикальної партії О. Ляшка та голови партії “Батьківщина” Ю. Тимошенко. При цьому О. Ляшко порівняно з Ю. Тимошенко є більш зрозумілим (оцінки за атрибутом “Простота”), але менш діловим та освіченим (оцінки за атрибутами “Діловитість” та “Ерудиція”).

Звертають на себе увагу доволі невисокі оцінки українських політиків за атрибутом “патріотизм”. Найнижчі оцінки від студентської молоді за цим іміджевим атрибутом дістав П. Симоненко, що зовсім не дивно, враховуючи його позицію щодо українсько-російських відносин, анексії АР Крим та подій у Луганській та Донецькій областях. До того ж, як голова Комуністичної партії України, він ніколи не мав широкої популярності серед молоді і завжди спирався на представників інших вікових груп.

На основі аналізу отриманих даних було визначено й певні особливості в сприйманні українськими студентами іміджу сучасних зарубіжних політиків (див. рис. 2):

1) В. Путін має найбільш негативний у цілому та дещо суперечливий імідж в уявленнях вітчизняних студентів. Найвищі оцінки політик дістав за такими іміджевими атрибутами, як “рішучість”, “діловитість”, “упевненість”, “переконливість”, “прагматизм”; а найнижчі – за атрибутами “чесність”, “простота”, “відкритість”, “альтруїзм”, “емпатія”, “щедрість”, “порядність”, “надійність”;

2) імідж О. Лукашенка в уявленнях студентів також суперечливий. Найвищі оцінки політик має за такими іміджевими атрибутами, як “упевненість”, “прагматизм”, “патріотизм”, найнижчі – за атрибутами “альтруїзм” та “емпатія”;

3) Б. Обама має в цілому позитивний імідж в уявленнях українських студентів. Найвищі оцінки в політика за такими іміджевими атрибутами: “діловитість”, “упевненість”, “простота”, “переконливість”, “відкритість”, “прагматизм”, “патріотизм”, “порядність”, “ерудиція” (широта поглядів), “харизматичність”; низькі оцінки не зафіксовано за жодним іншим іміджевим атрибутом;

4) А. Меркель має схожий і також дуже позитивний імідж серед українського студентства. Найвище політика оцінено за такими іміджевими атрибутами, як “рішучість”, “діловитість”, “упевненість”, “переконливість”, “прагматизм”, “патріотизм”, “порядність”, “ерудиція” (широта

поглядів), “харизматичність”, “надійність”; низькі оцінки також не зафіксовано за жодним іншим іміджевим атрибутом;

5) у Д. Кемерона серед українського студентства також позитивний імідж. Найвищі оцінки політик дістав за такими іміджевими атрибутами, як “діловитість”, “упевненість”, “прагматизм”, “патріотизм”, “ерудиція”, “харизматичність”; низькі оцінки не зафіксовано за жодним іншим іміджевим атрибутом;

6) Ф. Олланд має позитивний імідж в уявленнях студентства, однак високі оцінки політику дано лише за атрибутами “діловитість” та “ерудиція”. За рештою атрибутів у нього середні оцінки.

Зазначимо, що найпопулярнішими зарубіжними політиками серед українського студентства є президент США Б. Обама і канцлер ФРН А. Меркель. Найгірше українськими студентами сприймається президент РФ В. Путін.

Висновки:

1. Українські політики сприймаються студентською молоддю переважно суперечливо. Домінантними іміджевими атрибутами, або ядром іміджу вітчизняних політиків, є їхні ділові (іміджеві атрибути “діловитість”, “ерудиція”, “прагматизм”) або емоційно-вольові (іміджеві атрибути “упевненість”, “рішучість”, “харизматичність”) якості. Найбільше бракує українським політикам моральних якостей (іміджеві атрибути “чесність”, “порядність”, “альтруїзм”) та людяності (іміджеві атрибути “простота”, “відкритість”, “щедрість”, “надійність”).

2. Зарубіжні політики, які в уявленнях студентів мають суперечливий (О. Лукашенко) або негативний (В. Путін) імідж, сприймаються приблизно так само, як і вітчизняні політики.

3. Зарубіжні політики порівняно з українськими мають значно вищі оцінки практично за всіма іміджевими атрибутами. Найбільш істотні відмінності між зарубіжними та українськими політиками спостерігаються в їхніх оцінках студентською молоддю за іміджевими атрибутами “патріотизм”, “надійність” та “порядність”.

Перспективи подальших досліджень полягають у більш детальному вивченні особливостей сприймання іміджу сучасних політиків на розширеній вибірці (з урахуванням статево-вікових ознак та регіональної специфіки), моніторингу динаміки змін у сприйманні іміджу політиків.

Література

1. Келли Дж. Психология личности. Теория личных конструктов / Дж. Келли. – СПб. : Речь, 2000. – 249 с.
2. Общая психодиагностика / под ред. А. А. Бодалёва, В. В. Столина. – М. : Изд-во МГУ, 1987. – 304 с.
3. Соснюк О. П. Особливості сприймання підлітками різних типів соціальної реклами / О. П. Соснюк, Є. О. Соснюк // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки : зб. наук. праць. – К. : Логос, 2013. – Вип. 19 – С. 176–183.

Reference

1. Kelly, G. (2000). *Psikhologiya lichnosti. Teoriya lichnostnykh konstruktov* [Personal construct theory]. St. Petersburg: Rech Publ. (rus).
2. Bodalev, A. A. and Stolín, V. V. (Ed.) (1987). *Obshchaya psikhodiagnostika* [General psychodiagnosics]. Moscow: Publ. of Moscow State University (rus).
3. Sosniuk, O. and Sosniuk, E. Osoblyvosti sprymannia pidlitkamy ríznnykh typiv sotialnoi reklamy [Peculiarities of teenagers' perception of different kinds of social advertisement]. *Aktualni problemy sotsiologii, psykholohii, pedahohiky* [Actual problems of sociology, psychology, pedagogy], 19, 176–183 (ukr).

Соснюк О. П., Остапенко И. В. Психосемантический анализ особенностей восприятия студенческой молодежью имиджа современных политиков

Статья посвящена проблеме восприятия имиджа политических лидеров. Представлены результаты психосемантического исследования особенностей восприятия студенческой молодежью имиджа современных политиков, в частности проведен сравнительный анализ и определена специфика восприятия имиджа украинских и зарубежных политиков. Выделены основные имиджевые атрибуты, которые молодежь использует для оценивания политиков. Выяснено, что украинские политики воспринимаются молодежью контраверсионно. Доминирующими имиджевыми атрибутами, которые являются ядром имиджа отечественных политиков, выступают деловые (деловитость, эрудиция, прагматизм) или эмоционально-волевые (уверенность, решительность, харизматичность) качества. В наибольшей степени украинским политикам не хватает моральных качеств (честности, порядочности, альтруизма) и человечности (простоты, открытости, щедрости, надежности). Установлено, что зарубежные политики имеют значительно более высокие оценки по всем имиджевым атрибутам в сравнении с украинскими политиками. Наиболее существенные отличия между зарубежными и украинскими политиками наблюдаются в оценках студенческой молодежи по имиджевым атрибутам “патриотизм”, “надежность” и “порядочность”.

Ключевые слова: имидж, ядро имиджа, имиджевые атрибуты, семантический дифференциал.

Sosnyuk O. P., Ostapenko I. V. Psychosemantic analysis of the peculiarities of how university students perceive the image of modern politicians

The article is devoted to issue of perceiving the image of political leaders. It presents the findings of the psycho-semantic research focused on perception of the image of contemporary politicians by the university students. A comparative analysis has been made and specific features of perceiving the image of Ukrainian and foreign politicians have been determined. Main image attributes that young people use to evaluate politicians have been determined. It was found out that youth's perception of Ukrainian politicians is contradictory. The dominant image attributes that form the core of the image of Ukrainian politicians are business (busyness, erudition, pragmatism) or emotional qualities (confidence, decisiveness, charisma). Ukrainian politicians lack mostly moral qualities (honesty, decency, altruism) and humanity (plainness, openness, generosity, reliability). It has been proved that foreign politicians had significantly higher marks for all image attributes in comparison with Ukrainian politicians. The most significant differences between foreign and Ukrainian politicians are observed in students' evaluation of attributes “patriotism”, “reliability” and “decency”.

Key words: image, image core, image attributes, semantic differential.