



УКРАЇНА

(19) UA (11) 26147 (13) U
(51) МПК (2006)
G09B 23/00МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ПАТЕНТУ
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ МОДЕЛЮВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА

1

(21) u200703337

(22) 28.03.2007

(24) 10.09.2007

(46) 10.09.2007, Бюл. № 14, 2007 р.

(72) Гайворонська Олена Миколаївна

(73) Гайворонська Олена Миколаївна

(57) Спосіб моделювання іміджу політичного діяча, що полягає у проведенні опитування, при цьому використовують опитувальник, що містить 351 питання, кожній відповіді на питання задають бальну характеристику, здійснюють кількісну обробку отриманих результатів, підраховують процент ін-

2

дивідуальних виборів кожного пункту опитувальника, визначають значимі з них, а саме ті, яких більше 30% від загального числа відповідей, і після отримання первинних даних за допомогою комп'ютерної обробки здійснюють їх статистичний аналіз, визначають вірогідність відмінностей між порівнювальними вибірками, отримують найбільш значимі характеристики особистості, будують індивідуальні профілі іміджу політика і визначають необхідні для конкретного електорату риси характеру політичного діяча, його вік, стать, вигляд, особисті статусні характеристики.

Корисна модель належить до соціальної, вікової, політичної психології та іміджіології.

Іміджіологія - це напрямок, завданнями якого є розробка, реалізація та впровадження ідеальних моделей іміджів політичних діячів, організацій та окремих лідерів.

Імідж є досить багатограним явищем, яке може бути описане з різних позицій з акцентуванням тих або інших іміджевих характеристик. Не дивлячись на те, що більшість робіт в даній області має фрагментарний характер, в роботах [Л.М. Мітіной, Д.В. Ольшанського, Г.Г. Почепцова і ін. представлені спроби системного відображення структури іміджу конкретного політика].

До фрагментарних досліджень можна віднести роботи Васильєва, згідно яким структура іміджу політика складається з двох компонентів: кандидат - як особа і кандидат - як політик, з погляду соціальної мімікрії (оцінка і прийняття - неприйняття людини), розглядаючи двокомпонентну модель: зовнішній вигляд і голос, психології соціальних ролей, що виділяє п'ять складових: емоційність (стриманість або розкутість, агресивність - м'якість і т.д.); спосіб формування; масштаб; довільність формування; і мотивація; А.А.Максимова, який вважає, що компонентами іміджу кандидата є зовнішність, посада, професія і виборча програма, біографія, звернення, хобі, манера вести бесіду, а так само «легенда» - реальні або міфологізовані події з його життя», Гуцала С.Л. Недбаєвського, включаючих три групи характеристик: персональні

характеристики (фізичні, психофізіологічні, характерологічні і т.п.), соціальні характеристики (приналежність до певної соціальної групи - партії, національності, професійної групи і т.п.), символічні (ідеологія, певний курс дій і ін.).

Серед системних робіт слід зазначити політико-психологічний підхід Д.В. Ольшанського, який вважав, що імідж включає чотири компоненти, які можна розглядати як рівні іміджу. Перший рівень - деякий вихідний матеріал (політик, структура, подія), заздалегідь прицільно оброблений для мінімізації негативних рис і максимізації позитивних, але не всіх, а тільки відповідних основним параметрам вимірювання деякої оптимальної моделі, розробленої іміджмейкером. Другий рівень - сама модель, накладена на заздалегідь підготовлений вихідний матеріал. Третій рівень - неминучі спотворення, що вносяться каналами трансляції іміджу (перш за все засобами масової інформації) і способами його тиражування. Четвертий рівень - результат активної власної роботи аудиторії або окремого суб'єкта сприйняття, що реконструює цілісний імідж в своїй свідомості на основі нав'язуваної моделі, але з урахуванням своїх власних уявлень.

Такий розгляд структури іміджу має на меті швидше не описати цей феномен, а пояснити ті змістовні перетворення, які відбуваються в процесі створення, трансляції і сприйняття іміджу аудиторією.

(19) UA (11) 26147 (13) U

Складна структура іміджу запропонована Л.М.Мітшою, яка розглядає імідж як образ, який виникає при виникненні або появи людини і залишається при його відсутності, розділяючи його на зовнішній (зовнішність, манери, хода, мова, жести і т.д.); внутрішній (інтелект, спосіб мислення, цілі, інтереси і ін.) процесуальний (форми спілкування, професіоналізм, темперамент, традиції, темп і ін.). Ядром іміджу є позиції і установки політика.

Узагальнення цих і інших досліджень, показало, що жодна з розроблених раніше моделей іміджу не може бути використана для моделювання іміджу політичного діяча, оскільки вони спираються на особливості особи конкретного політичного діяча, враховують його власні характеристики, до того ж є досить суб'єктивними.

В основу корисної моделі поставлена задача розробки способу моделювання іміджу політичного діяча за рахунок використання запропонованого нами опитувальника, що дозволить визначити риси політичного діяча, які є привабливими для потенційних виборців і спираються на власні уявлення виборців щодо іміджу політичного діяча.

Поставлена задача вирішується тим, що у "Способі моделювання іміджу політичного діяча", який полягає у проведенні опитування, для чого використовують опитувальник з 351 питанням, кожній відповіді задають бальну характеристику, здійснюють кількісну обробку отриманих результатів, підраховують % індивідуальних виборів кожного пункту опитувальника, визначають значимі з них, а саме ті, яких більше 30% від загального числа відповідей, і після отримання первинних даних за допомогою комп'ютерної обробки здійснюють їх статистичний аналіз, визначають вірогідність відмінностей між порівнювальними виборками, отримують найбільш значимі характеристики особистості, будують індивідуальні профілі іміджей політика і визначають необхідні для конкретного електорату риси характеру політичного діяча, його вік, стать, вигляд, особисті статусні характеристики.

При розробленні опитувальника ми представили імідж політичного діяча, як складне багатоконтактне утворення, основними структурними елементами якого є - характеристики вигляду політичного діяча, його статусу, особливостей характеру і особи (Фіг.1 модель основних компонентів іміджу політичного діяча.)

У свою чергу характеристики вигляду політичного діяча можна розглядати в двох аспектах: статичному (стать, здоров'я, статура, зачіска, стиль і ін.) і динамічному (особливості ходи, мови, міміки і ін.).

Статусні характеристики політичного діяча демонструють його з погляду положення, займаного в соціальній ієрархії суспільства, а саме походження, освіта, матеріальне положення і ін.

Особа політичного діяча представлена в структурі іміджу трьома блоками - характер, мотивація, інтелект і досвід. Характер включає відношення політика до себе, до інших, до справи, а також його інтелігентність.

Мотиваційний блок складається з таких підструктур, як цілі, цінності, мотиви діяльності взагалі і

мотиви політичної діяльності, зокрема. Блок інтелекту і досвіду включає - розум, ерудицію, життєвий досвід і досвід політичної діяльності.

Для здійснення моделювання іміджу політичного діяча використовують розроблений опитувальник, який містить 351 показник і може бути придатним для вивчення вимог до іміджу політичного діяча у різних групах, які різняться за статтю, віком, статусом. На основі отриманих даних іміджмейкери мають змогу складати імідж політика, «легенду» та корегувати матеріал, поданий до сприйняття електората.

При створенні нашого опитувальника, для вивчення особливих рис політика і його взаємостосунків з оточуючими за основу був узятий метод діагностики міжособових відносин - ДМВ. Розглянувши методи вивчення ефективності іміджу політичного лідера, ми створили власну систему методів, засновану на методі експертних оцінок і методі письмового опиту. Розробляючи опитувальник, ми включили в нього і декілька блоків, спрямованих на виявлення переваг електорату відносно:

- вигляду політика (зріст, зачіска, колір очей, волосся, вираз обличчя, перевагу тип і колір одягу, хода і т.д.);

- статусних характеристик (походження, освіта, професія, сімейний і матеріальний стан, релігійні і політичні переваги);

- характерологічні аспекти (відношення до себе, відношення до інших, відношення до справи, інтелігентність);

- мотиваційні (цілі, цінності, мотивація діяльності загалом і політичної зокрема);

- інтелекту і досвіду (розум, ерудиція, життєвий досвід, і досвід політичної діяльності).

При розробці опитувальника, ми дотримувалися основних вимог до його складання. Він складається з трьох частин:

- вступної в яку входить опис шлей опиту, пояснення по заповненню опитувальника, завірення про анонімність опиту;

- вступ лаконічний і ввічливий, чітка інструкція.

- основної частини - питання, пропонувані відповіді, місце для власного варіанту відповіді.

- завершальної частини - вираз подяки опитуваному.

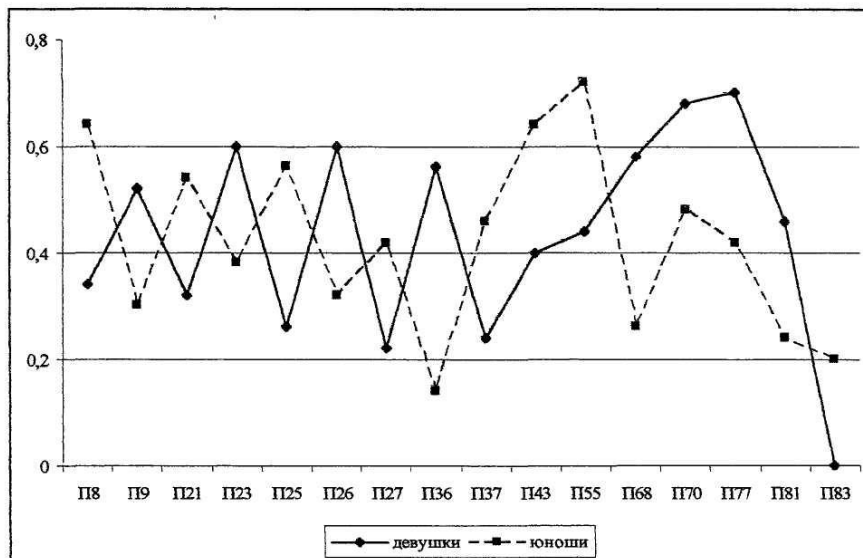
Опитувальник має компактний, легкий для читання і привабливий вигляд, питання друкуються тільки на одній стороні листа, що на невербальному рівні свідчить про пошану до респондента.

Конкретний приклад: вивчення різниці в вимогах до іміджу політичного діяча дівчатами та юнаками 18-20 років представлено на Фіг.2 де П8 - стать, П9 - стать не має значення, П21 - зріст чоловіка, П25 - зріст жінки, П27 - коротке волосся у чоловіка, П36 - середня довжина волосся у жінки, П37 - довге волосся у жінки, П43 - колір волосся, П55 - колір очей, П68 - стиль одягу, П70 - тон кольору одягу, П77 - темп мови, П81 - голосність мови, П83 - мова не має значення. Як бачимо при проведенні опитування з використанням розробленого опитувальника у двох різних групах (електоратах) нами отримані різні результати, які свідчать про різні вимоги до іміджу політичного діяча двома електоратами, що засвідчує про технічний

результат, якого ми досягли при використанні запропонованого нами способу моделювання іміджу політичного діяча.



Фіг. 1.



Фіг. 2.