

УДК 323.39; 159.9:62

DOI

Лазор Е. П.

к. політ. н., доцент кафедри психології

Національного університету «Одеська юридична академія»

Фонтанська дорога 23, м. Одеса

<https://orcid.org/0000-0003-3706-5708>

РОЛЬ ІМПЛІЦИТНОЇ ТЕОРІЇ ЛІДЕРСТВА ДЛЯ ПОБУДОВИ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

Важливу роль у побудові ефективного, конкурентно-спроможного іміджу політичного лідера відіграє його сприйняття населенням особливо під час передвиборчої кампанії. Оскільки на сьогоднішній день у більшості українців спостерігається тенденція до персоніфікації політичних партій та фракцій. При побудові образу політичного лідера іміджмейкерам важливо враховувати імпліцитне сприяння. Адже правильно сформований іміджмейкерами імідж політичного лідера є запорукою перемоги та досягнення певних цілей які ставить перед собою політичний лідер. У роботі автор зосереджує увагу на психологічних основах імпліцитної теорії лідерства для адекватної побудови іміджу політичного лідера. Оскільки, імпліцитна теорія, незалежно від ступеню її істинності, дозволяє здійснювати категоризацію явищ дійсності і впливає на поведінку та дії людини. **Мета дослідження** — проаналізувати існуючі імпліцитні теорії лідерства та визначити їх роль при формуванні іміджу політичного лідера.

Методи дослідження: бібліографічний: аналіз, систематизація, теоретичних даних та літературних джерел, історичний: дослідження виникнення, формування та розвитку імпліцитних теорій лідерства та поняття імідж політичного лідера.

Проаналізовано наукові надбання щодо становлення імпліцитних теорій і теорій установок особистості. Вказано на різноманіття підходів до імпліцитних теорій із позицій психологічної, соціальної та політичної теорії. Роз'яснено вплив установок на сприйняття і побудови образів політичних лідерів серед населення. Відокремлено структурні компоненти іміджу політич-

ного лідера: соціально-демографічні характеристики політика; ідеологічна складова; очікування цільової аудиторії. Розглянуто їх взаємозв'язок із імпліцитними уявленнями особистості. Підкреслено, що імідж політичного лідера повинен будуватись з урахуванням всіх трьох складових, і відповідати актуальним в період висування лідера потребам й образам суспільства.

Все вищезазначене дозволяє розглядати «імпліцитну теорію» особистості в якості когнітивного механізму висування політичного лідера, що доповнює дію аналогічного по функції поведінкового механізму — психологічного обміну та формування установок.

Ключові слова: імпліцитна теорія лідерства, імідж, політичний лідер, іміджмейкер, установки, професійні установки, образ політичного лідера.

Постановка проблеми. Поняття «імпліцитної теорії лідерства» для пострадянського простору є досить новим і недостатньо вивченим. Здебільшого із «імпліцитною теорією» ми зустрічаємось у психології особистості ніж у психології лідерства. Імпліцитна теорія особистості (від англ. Implicit — не виражений) — психологічна концепція, описуюча конкретні закономірності та передбачення, які використовує людина при формуванні вражень, що базуються на обмеженому обсязі вихідної інформації про незнаний людський досвід [13, 233–258]. Цим поняттям описується схильність людей вбачати зв'язок між певними людськими типами і особистісними рисами. Тобто люди формують свої власні уявлення про ті чи інші об'єкти на основі власного засвоєного досвіду та образів, які зберігаються у їх довгостроковій пам'яті. Якщо звернути увагу на формування певних образів, то необхідно розібратися із формуванням установок особистості та їх впливом на прийняття рішень, особливо гостро, це питання постає при виборі під час проведення виборчих кампаній. Оскільки на сьогоднішній день у більшості українців спостерігається тенденція до персоніфікації політичних партій, фракцій тощо. Отже, правильно сформульований іміджмейкерами імідж політичного лідера є запорукою перемоги та досягненням певних цілей які ставить перед собою політичний лідер.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед дослідників імпліцитної теорії з різних ракурсів можливо відокремити: Ю. І. Александрова, Г. М. Андрееву, С. Ах, І. В. Блауберга, Дж. Брунера, Д. Джуліана, Б. Калдера, Н. В. Іпполітова, Р. Лордона, Д. Майнера, Д. Пфеффера, Р. Таджіурі, Е. М. Трофімову, Р. Фоті, Е. Холландера, Д. Шапіро, Є. Г. Юдіна та інші [1, 2, 5–7].

Вивченню образу, іміджу політичного лідера та поняттю лідерства, взагалі, приділяли увагу в своїх працях такі науковці: Платон, Аристотель, Гегель, В. М. Амелін, Дж. Барбер, Б. П. Борисов, А. Браун, П. Берд, М. Вебер, М. Д. Валова, Т. Гоббс, К. В. Єгорова-Гантман, М. Е. Кошелюк, С. Ф. Лісовський, Н. Макіавеллі, Дж. Мак-Грегор, Р. Міхельс, І. Мінтусов, Є. Г. Морозова, Д. Перлматтер, Г. Г. Плеханов, В. Парето, Г. Г. Почепцов, Б. Г. Ушаков, В. М. Шепель, та інші [1–7].

Аналіз ролі ЗМІ у формуванні політичного іміджу лідера, механізми впливу і бар'єри сприйняття інформації виборцями досліджували: М. Г. Анохін, В. М. Горохів, М. Д. Валова, З. М. Зотова, В. Г. Зазикін, Т. Ю. Лебедева, С. Ф. Лісовський, В. С. Комаровський, В. Г. Корольков, О. Г. Морозова, В. Л. Музикант, М. М. Назаров, С. В. Рогачов, Т. П. Сухомлінова та інші [6, 7, 12, 14].

Формулювання цілей статті. Оскільки здебільшого у наукових роботах ми зустрічаємо імпліцитні теорії в рамках вивчення особистості чи лідерства, чи інтелекту або обдарованості, то можливо відзначити, що вивчення формування іміджу політичних лідерів з позицій цього підходу дуже мало. Якщо розглядати поняття іміджу як образу, який політик і його команда намагаються нав'язати представникам цільової аудиторії, то можливо відзначити, що прототип успішного політичного лідера виступає як досить складна когнітивна складова, яка не зводиться лише до індивідуального когнітивного досвіду окремого суб'єкта, але при цьому формується із урахуванням різноманітних контекстуальних впливів і потребує всебічного дослідження із урахуванням історично-культурних змін суспільства.

Мета дослідження — проаналізувати існуючі імпліцитні теорії лідерства та визначити їх роль при формуванні іміджу політичного лідера.

Методи дослідження: бібліографічний: аналіз, систематизація, теоретичних даних та літературних джерел, історичний: дослідження виникнення, формування та розвитку імпліцитних теорій лідерства та поняття імідж політичного лідера.

Виклад основного матеріалу. При історичному огляді літератури с даної тематики можливо відзначити, саме поняття «імпліцитна теорія лідерства», на пострадянському просторі є маловивченим та малознайомим, здебільшого даний феном постає, як вивчення окремого випадку більш загального когнітивного явища — «імпліцитної теорії» особистості. Яка в свою чергу визначається як несвідома ієрархічна система уявлень про психічну організацію інших людей [5, 6]. У перше даний термін використав Л. Кронбах (1954) для позначення узагальненого сприйняття особистості іншої людини. Дж. Брунер і Р. Таджіурі (1954) використовують це поняття відносно до процесів соціальної перцепції. Вони цим поняттям описують схильність людей вбачати зв'язок між певними людськими типами і особистісними рисами.

У статті Дж. Брунера, Д. Шапіро та Р. Тагіурі (1958) «Значення рис окремо та в поєднанні» періодичну стійку поведінку іншої людини вони розглядають як основу формування системи, що кодує інформацію про природу особистості, і тут автори запозичують термін Л. Кронбаха –імпліцитна теорія особистості. Сформована імпліцитна теорія дозволяє отримувати сукупне знання про особливості людини на основі інформації яка знову надходить: «людина знає про людей більше, ніж те, що безпосередньо означає той чи інший акт поведінки... якщо ми знаємо, що людина володіє певними рисами, ми робимо висновок про присутність або відсутність інших певних рис» [9, 10]. Вивідне знання, що отримується на підставі комбінації рис, взаємопов'язане з внеском кожної окремої риси в комбінацію. Таким чином, значення риси визначається вивідним знанням, а також контекстом або іншими рисами, разом з якими вона пред'являється.

Р. Стернберг (1985), вважає, що вивчення імпліцитних теорій дозволяє реконструювати типову повсякденну поведінку і тим самим соціокультурний контекст, в якому функціонує та чи інша наукова психологічна теорія. З його точки зору, імпліцитні теорії є конструкти людей, як неспеціалістів, так і фахівців в даній галузі знання (на відміну від експліцитної теорій, що представляє собою конструкти психологів, заснованих на емпіричних даних). Завдяки імпліцитним теоріям люди отримують можливість класифікувати дані сприйняття і оцінювати себе та інших. Імпліцитні теорії, розвиваючись, дають початок побудові наукових теорій: «експліцитні теорії можуть, таким чином, розглядатися як формалізовані імпліцитні теорії експертів» [14, 39], тому дослідження імпліцитних теорій може виявитися корисним для відкриття нової області досліджень або нового підходу вже у досліджених галузях знань, або тих аспектів феномену, які ще не були досліджені.

Ф. К. Келлі (1989) припускає, що так звані «звичайні люди» конструюють імпліцитні теорії так само, як вчені — наукові теорії; будують гіпотези і перевіряють їх в житті — як вчені проводять експерименти, щоб підтвердити або спростувати перевіряємий стан наукової теорії [11].

Імпліцитна теорія, незалежно від ступеню її істинності, дозволяє здійснювати категоризацію явищ дійсності і впливає на поведінку та дії людини. Індивідуальна система значень формується в ході (спільної) предметної діяльності на основі індивідуального досвіду, в певному культурно-історичному середовищі та існує в контексті мотивів, цілей, завдань суб'єкта на даний момент.

Експериментально імпліцитна теорія моделюється через побудову семантичних просторів — «операціональних моделей категоріальних структур індивідуальної та суспільної свідомості» [7, 32–37].

Розглядаючи механізми лідерства, Е. Холландер і Д. Джуліан, вважали, що люди сприймаються в групах як лідери в тій мірі, в якій їх характеристики (наприклад, інтелект, риси особистості, цінності) відповідають уявленням інших про лідера.

В імпліцитній теорії лідерства, Б. Калдер підкреслив, що лідерство — феномен, багато в чому існуючий в атрибуціях послідовників, а Д. Пфедер назвав лідерство великою ілюзією, яка породжена людьми, що потребують героїв. А в роботі Р. Лорда з співробітниками [1991] експериментально було доведено, що люди дійсно формують якісь абстрактні уявлення про лідера, що зберігаються в їх довготривалій пам'яті. Ці уявлення отримали назву прототипів лідерства. У груповій взаємодії відбувається зв'язання індивідуальних прототипів лідерства з моделями поведінки, що демонструються членами групи і дозволяють судити про ступінь їх відповідності лідерській ролі.

Можливо відзначити дві можливих інтерпретації існування імпліцитних теорій, які було запропоновано С. Московічі [12, 48–52]. Згідно з першою, люди набувають їх через досвід взаємодії з іншими людьми. Другий тип пояснення вбачає джерело імпліцитних теорій в умовах функціонування когнітивного світу досліджуваного [12, 48–52]. Тобто людина прагне стабілізувати, організувати своє оточення, оскільки навколишнє середовище вбачається складним, має безліч варіантів поведінки оточуючих і різноманіття ситуацій. Отже, людина намагається виробити характерне для її соціального оточення, стабільне уявлення, при цьому нестійкість самої особистості, спонукає її до пошуку закономірностей та інваріантів. Ця потреба дозволяє «навести порядок» у своєму оточенні за допомогою імпліцитних теорій, дозволяє передбачити своє оточення і володіти ним, але і призводить до спрощень і помилок в сприйнятті.

Функціонально імпліцитні теорії близькі до установки, оскільки вони визначають здебільшого виборчу активність в сприйнятті, схильність до певного стилю поведінки. Зокрема, функціональну близькість імпліцитних теорій та установки розглядає Ю. С. Білецька. Відмінності ж спостерігаються в структурі [5].

Установка актуалізується у відповідь на стимули — параметри ситуації. Імпліцитна теорія — це та структура, на основі якої відбувається формування установки. Вона більш статична і може поєднувати в собі кілька установок, об'єднаних загальною ситуацій, переконаннями та ін. Установка, на дум-

ку Д. М. Узнадзе, — це первинна неусвідомлена реакція на ситуацію, в якій вона усвідомлює і вирішує задачу. Він «розглядав установки не як поодинокі психічне утворення, що дозволяє прояснити деякі психічні явища, а як основу психічної активності людини» [8]. При цьому Д. М. Узнадзе і його колеги прийшли до висновку, що факту будь-якої активності особистості «безпосередньо передують установка діючої особистості,... і вся діяльність її надалі протікає під знаком прямого впливу даної установки», так що активність особистості є по суті «реалізація її установок» [8]. Важливо зазначити, що згідно з уявленнями Дмитра Миколайовича, установкам людини «передують свідомий психічний процес», вони «являють собою факт з області тієї сфери людської активності, яку до теперішнього часу називали сферою несвідомої психіки». Таким чином, «без участі установок взагалі ніяких психічних процесів як свідомих явищ не існує... Для того щоб свідомість почала працювати в якому-небудь певному напрямку, попередньо необхідно, щоб була в наявності активна установка, яка, власне, в кожному окремому випадку і визначає цей напрямок» [1, 6].

Під установкою, сучасні науковці розуміють сформовані особистістю аксіоми які свідомо та несвідомо впливають на її життєдіяльність [4, 8–13]. Отже, основною умовою створення актуальної установки є: а) потреба; б) ситуація; в) процес задоволення потреби або розв'язання задачі. Таким чином, щоб установка особистості могла сформуватися і актуалізуватися пізніше, потрібні схеми, шаблони, стратегії, відповідно до яких ця актуалізація могла б розгортатися. Зауважимо, що установка, це явище динамічне, а імпліцитна теорія — структурне і невід'ємною складовою її є образи. Оскільки імідж політичного лідера передбачає формування певного образу, то в контексті цієї роботи слід звернутися до поняття професійних установок. Так у сучасних роботах ми зустрічаємо наступне трактування «професійної установки — це сформований в процесі життєдіяльності персоніфікований образ професії з його процесуальною та результативною складовою» [3, 5–11]. Створенням таких професійних образів здебільшого і зайняті іміджмейкери. В своїй роботі вони не лише вивчають найбільш по-

пулярні образи видатних політичних лідерів, а й намагаються вплинути на формування та створення нових. Впровадження та розповсюдження за допомогою ЗМІ та PR-технологій нових образів політичних лідерів поступово формує нові погляди щодо професійних установок, а зокрема і на осіб які повинні займати відповідні посади.

Якщо ми звернемо увагу на те, як у соціальній психології розглядаються імпліцитні теорії, то можемо зазначити, що тут вони фігурують як спосіб структурування соціальної інформації з метою її найкращого збереження, поряд з прототипами, схемами, скриптами [1; 2]. Так Г. М. Андрєєва, розглядає імпліцитні теорії особистості, як організацію інформації про іншу людину, при якій існує мережа очікувань щодо взаємозв'язку деяких рис. Таким чином, якщо особистість переконана, що риса X завжди зустрічається разом з рисою Y, то, спостерігаючи у сприймаємій людини рису X, вона автоматично передбачає і наявність риси Y. Таке довільне зчеплення рис отримало назву «ілюзорних кореляцій», коли з'являються нічим не обґрунтовані уявлення про обов'язкове зчеплення тих чи інших якостей у людини. Хоча сукупність таких уявлень про універсальну, стабільну структуру особистості лише в лапках може бути названа «теоріями», їх практичне значення від цього не зменшується. Імпліцитні теорії особистості включають в себе не просто ідею про зв'язок двох рис, але уявлення про цілісну систему організації рис всередині людини, що і породжує певні очікування від її поведінки [1, 2]. Таку систему очікувань буде кожна людина, і тому імпліцитні теорії особистості відіграють не останню роль при побудові іміджу політичних лідерів.

«Крім імпліцитних теорій особистості, ряд авторів сьогодні пропонує ввести поняття «імпліцитні соціальні теорії» — переконання, що формуються в масовій свідомості щодо того, як і яким чином співвідносяться між собою риси будь-якого соціального середовища або в будь-якому соціальному явищі. Імпліцитні соціальні теорії відрізняються від імпліцитних теорій особистості за двома пунктами: перш за все вони охоплюють набагато більший спектр соціальних явищ (тобто не тільки особистості) і, далі, вони часто не є уявленнями окремої людини,

можуть бути поданням цілої групи» [1, 2]. А оскільки при створенні іміджу політика використовується знання потреб та інтересів цільової аудиторії і реального політика як би намагаються «підлаштувати» під ці потреби, то знання основ імпліцитних соціальних теорій в певній соціальній групі відіграє важливе значення для іміджмейкерів. Якщо ми розглянемо структуру іміджу політичного лідера, то ми можемо відокремити її наступні складові: соціально-демографічні характеристики політика (стать, вік, освіта, соціальний статус, сімейний стан тощо); ідеологічна складова (політична програма політика); очікування цільової аудиторії (потреби і цінності цільової аудиторії). Всі ці складові можливо вивчити завдяки існуючим імпліцитним теоріям.

При розгляді першого та другого структурного компоненту, можливо навести наступний приклад, експериментальних досліджень імпліцитних теорій, дорослі американці і японці описують роль організаційного лідера в маскулінних термінах. Однак, якості які пов'язують з тими чи іншим образом лідера та з цією роллю, трохи різні. Наприклад, в Японії така риса, як дбайливість, зазвичай відноситься до переваг лідера, будучи сусідами з маскулінними характеристиками лідера. А в США, дбайливість стереотипно зараховується до категорії фемінних та є неприйнятною для ефективного лідера. Для колумбійців такі особистісні риси, як хитрість і підступність, є запорукою ефективного лідерства. А швейцарці, навпаки розглядають подібні риси як такі, що перешкоджають ефективному лідерству [5, 12, 13]. Отже, якщо характерна для якоїсь культури «імпліцитна теорія» ефективного лідерства передбачає в якості бажаного зразка є спільником стилю прийняття рішень, то люди, які претендують на лідерські ролі, повинні будувати свій імідж саме в контексті цього стилю.

Розглянемо такий компонент структури іміджу політичного лідера, як «очікування цільової аудиторії». Сам ефект «очікувань» реалізується в імпліцитних теоріях особистості — повсякденних уявленнях, більш-менш виразно існуючих у кожної людини, щодо зв'язків між тими чи іншими якостями особистості, щодо її структури, мотивів поведінки. Сприйняття

особистістю іншої людини, перш за все засноване на власних конструктах та очікуваннях. При цьому коректно використана технологія створення та просування іміджу, за усіма структурними компонентами згідно із імпліцитними уявленнями про політичного лідера, часто дозволяє політикам отримати підтримку значної частини цільової аудиторії.

Висновки. Все вищезазначене дозволяє розглядати «імпліцитну теорію» особистості в якості когнітивного механізму висування політичного лідера, що доповнює дію аналогічного по функції поведінкового механізму — психологічного обміну та формування установок. Необхідно, також щоб не лише створений імідж політичного лідера відповідав існуючим імпліцитним теоріям виборців, але зміст його цільової програми відбивав наявні у виборців потреби, тобто відповідав їх очікуванням. Подібний погляд на співвідношення формуючих механізмів політичного лідера добре узгоджується з думкою більшості сучасних фахівців про те, що лідерство не може бути зрозуміле виключно або з точки зору дій лідера, або з точки зору абстрактних когнітивних прототипів послідовників. Воно повинно включати не лише уявлення про лідерство, а й поведінку лідера та соціальний вплив. Імідж політичного лідера повинен будуватись з урахуванням всіх трьох складових, і відповідати актуальним в період висування лідера потребам й образам суспільства.

Список використаних джерел

1. Андреева, Г. М. Психология социального познания / Г. М. Андреева. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 288 с.
2. Андреева, Г. М. Современная социальная психология на Западе. Теоретические ориентации / Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 287 с.
3. Асеева Ю. О. Професіогенез професійних установок особистості // Наука і освіта. — 2015. — № 3/СХХХІІ, — С. 5–11.
4. Асеева Ю. О., Косідло В. Л., Сучасний погляд на теорії установок та дефініція поняття «установка»// Colloquium-journal № 3 (27), 2019 Część 4 (Warszawa, Polska), P. 8–13
5. Белецкая, Ю. С. Импліцитные теории организационных межличностных отношений: дис.... канд. психол. наук / Ю. С. Белецкая. — М., 2003. — 192 с.

6. Траверсе Т. Психологія політична // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець, Ю. Шаповал та ін. — К.: Парламентське видавництво, 2011. — 614 с. ISBN 978-966-611-818-2
7. Петренко В. Ф. Междисциплинарный подход к исследованию сознания и личности: экспериментальная психосемантика // Ярославский психологический вестник. 2005. Вып. 12. С. 32–37.
8. Узнадзе, Д. Н., Теория установок. Избранные психологические труды / Узнадзе Д. Н. — М.: Изд-во «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1997. — 428 с.
9. Bruner J. S., Shapiro D., Tagiuri R. The meaning of traits in isolation and in combination // Tagiuri R., Petrollo I. (Eds.). Person perception and interpersonal behavior. Stanford, CA: Stanford University Press, 1958. P. 277–288.
10. Bruner J. S., Tagiuri R. The perception of people // Lindscy G. (Ed.): Handbook of social psychology. Cambridge: Addison-Wesley, 1954. Vol. 2. P. 634–654.
11. Keil F. C. (1989). Concepts, kinds, and cognitive development. Cambridge, MA: MIT Press, P. 25–37
12. Moscovici, S. Studies in Social Influence: Majority versus Minority Influence in a Group / S. Moscovici, E. Lage // European Journal of Social Psychology. — 1976. — № 6. — P. 48–52.
13. Pedersen, D. M. (1965). The measurement of individual differences in perceived personality-trait relationships and their relation to certain determinants. The Journal of Social Psychology, 65, P. 233–258.
14. Sternberg R. J. (1985). Beyond IQ: A triarchic theory of human intelligence. N. Y.: Cambridge University Press P. 39

REFERENCES

1. Andreeva, G. M. Psikhologiya soczial'nogo poznaniya [*Psychology of social cognition*] / G. M. Andreeva. — M.: Aspekt Press, 2000. — 288 s. [in Russian].
2. Andreeva, G. M. Sovremennaya soczial'naya psikhologiya na Zapade. Teoreticheskie orientaczii [*Contemporary social psychology in the West. Theoretical orientations*] / G. M. Andreeva, N. N. Bogomolova, L. A. Petrovskaya. — M.: Aspekt Press, 2002. — 287 s. [in Russian].
3. Asieieva Yu.O. Profesi'ogenez profesi'jnikh ustanovok osobistosti' [*Professional genesis of professional attitudes of the individual*] // Nauka i' osvita. — 2015. — # 3/SKhKhKhI'T', — S. 5–11. [in Ukrainian].
4. Asieieva Yu.O., Kosi'dlo V. L., Suchasnij poglyad na teori'yi ustanovok ta defi'ni'czi'ya ponyattya «ustanovka» [*Modern view on the theory of installations and the definition of «installation»*] // Solloquium-journal #3 (27), 2019 Część 4 (Warszawa, Polska), R. 8–13 [in Ukrainian].
5. Belezckaya, Yu. S. Impliczity'e teorii organizaczionny'kh mezhlichnostny'kh otnoshenij : dis....kand. psikhol. Nauk [*Implicit theories of organizational interpersonal relations: dis.... Cand. psychol. Sciences*] / Yu. S. Belezckaya. — M., 2003. — 192 s [in Russian].

6. Traverse T. (2011) Psihologiya politichna [*Political psychology*] // Politichna encyklopediya. Redkol.: YU. Levenec', YU. SHapoval ta in. [*Political encyclopedia. Editor: Yu. Levenets, Yu. Shapoval and others*] — K.:Parlaments'ke vidavnistvo, 2011. — 614 p. [in Ukrainian].
7. Petrenko V. F. Mnogomernoe soznanie: Psikhosemanticheskaya paradigma [Multidimensional consciousness: psychosemantic paradigm]. Moscow, Novyj khronograph Publ., 2009, 440 p. (In Russian).
8. Uznadze, D. N., Teoriya ustanovok. Izbranny'e psikhologicheskie trudy' [*Attitude theory. Selected psychological works*] / Uznadze D. N. — M. : Izd-vo «Institut prakticheskoy psikhologii», Voronezh : NPO «MODE'K», 1997. — 428 s [in Russian].
9. Bruner J. S., Shapiro D., Tagiuri R. The meaning of traits in isolation and in combination. In R. Tagiuri and I. Petrollo (Eds.), Person perception and interpersonal behavior (pp. 277–288). Stanford, CA: Stanford University Press, 1958, pp. 277–288. 21.
10. Bruner J. S., Tagiuri R. The perception of people // G. Lindzey (Ed.). Handbook of social psychology. Cambridge: Addison-Wesley, 1954, vol. 2, pp. 634–654.
11. Keil F. C. (1989). Concepts, kinds, and cognitive development. Cambridge, MA: MIT Press, P. 25–37
12. Moscovici, S. Studies in Social Influence: Majority versus Minority Influence in a Group / S. Moscovici, E. Lage // European Journal of Social Psychology. — 1976. — № 6. — P. 48–52.
13. Pedersen, D. M. (1965). The measurement of individual differences in perceived personality-trait relationships and their relation to certain determinants. The Journal of Social Psychology, 65, P. 233–258.
14. Sternberg R. J. (1985). Beyond IQ: A triarchic theory of human intelligence. N. Y.: Cambridge University Press, P. 39

Лазор Е. П.

к. полит. н., доцент кафедры психологии Национального университета «Одесская юридическая академия»

Фонтанская дорога 23, г. Одесса

<https://orcid.org/0000-0003-3706-5708>

РОЛЬ ИМПЛИЦИТНЫХ ТЕОРИИ ЛИДЕРСТВА В ПОСТРОЕНИИ ИМИДЖА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА

Важную роль в построении эффективного, конкурентно-способного имиджа политического лидера играет его восприятия населением особенно во время предвыборной кампании. Поскольку на сегодняшний день у большинства украинцев наблюдается тенденция к персонификации политических партий и фракций. При построении образа поли-

тического лидера имиджмейкерам важно учитывать имплицитное восприятие образов. Ведь правильно сформированный имиджмейкерами имидж политического лидера является залогом победы и достижением определенных целей, которые ставит перед собой политический лидер. В работе, автор сосредоточил свое внимание, на психологических основах имплицитной теории лидерства, с целью построения адекватного имиджа политического лидера. Поскольку, имплицитная теория, независимо от степени ее истинности, позволяет осуществлять категоризацию явлений действительности и влияет на поведение и действия человека.

Цель исследования — проанализировать существующие имплицитные теории лидерства и определить их роль при формировании имиджа политического лидера.

Методы исследования: библиографический: анализ, систематизация, теоретических данных и литературных источников, исторический: исследование возникновения, формирования и развития имплицитных теорий лидерства и понятия имидж политического лидера.

Автором проанализированы научные концепции и этапы становления имплицитных теорий и теорий установок личности. Подчеркнуто многообразие существующих подходов к имплицитной теории как с позиций психологической, социальной так и политической концепции. Разъяснено влияние установок на восприятие и построения образов политических лидеров среди населения. Выделены структурные компоненты имиджа политического лидера: социально-демографические характеристики политика; идеологическая составляющая; ожидания целевой аудитории. Рассмотрена их взаимосвязь с имплицитными представлениями личности. Подчеркнуто, что имидж политического лидера должен строиться с учетом всех трех составляющих, и отвечать актуальным в период выдвижения лидера потребностям и образам общества.

Все вышеперечисленное позволяет рассматривать «имплицитную теорию» личности в качестве когнитивного механизма выдвижения политического лидера, и дополняет действие аналогичного по функции поведенческого механизма — психологического обмена и формирования установок.

Ключевые слова: имплицитная теория лидерства, имидж, политический лидер, имиджмейкер, установки, профессиональные установки, образ политического лидера.

Lazor Kateryna

Ph.D., Associate Professor of the Department of Psychology
of the National University «Odessa Legal Academy»

Fontanskaya road 23, Odessa

<https://orcid.org/0000-0003-3706-5708>

**THE ROLE OF IMPLICIT LEADERSHIP THEORY
IN BUILDING THE IMAGE OF A POLITICAL LEADER**

An important role in building an effective, competitive image of a political leader is played by his perception by the population, especially during the election campaign. From today on, most Ukrainians have a tendency to personify political parties and factions with their political leader. When building the image of a political leader, it is important for image makers to take into account the implicit perception of images. After all, the image of a political leader, correctly formed by image makers, is a guarantee of victory and the achievement of certain goals set by a political leader. In this work, the author focused his attention on the psychological foundations of the implicit theory of leadership, in order to build an adequate image of a political leader. Since the implicit theory, regardless of its degree of truth, allows for the categorization of the phenomena of reality and affects the behavior and actions of a person.

The purpose of the study is to analyze the existing implicit theories of leadership and determine their role in shaping the image of a political leader.

Research methods: bibliographic: analysis, systematization, theoretical data and literary sources, historical: study of the emergence, formation and development of implicit theories of leadership and the concept of the image of a political leader.

The author analyzes scientific concepts and stages of the formation of implicit theories and theories of personality attitudes. The diversity of existing approaches to the implicit theory is emphasized both from the standpoint of psychological, social and political concepts. The influence of attitudes on the perception and construction of images of political leaders among the population is explained. The structural components of the image of a political leader are highlighted: socio-demographic characteristics of a politician; ideological component; expectations of the target audience. Their relationship with the implicit representations of the personality is considered. It was emphasized that the image of a political leader should be built taking into account all three components, and meet

the needs and images of society that are relevant during the period of the leader's nomination.

All of the above allows us to consider the «implicit theory» of personality as a cognitive mechanism for the promotion of a political leader, and complements the action of a behavioral mechanism similar in function — psychological exchange and attitudes formation.

Key words: implicit theory of leadership, image, political leader, image maker, attitudes, professional attitudes, the image of a political leader.

Стаття надійшла до редакції 28.11.2020