

УДК 159.92/95:316.46:27-587.6|17.022.1-029:32
DOI <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-21-3>

Назарій Баюрчак
ORCID: 0000-0001-8946-5493

ПСИХОЛОГІЧНІ КОМПОНЕНТИ ХАРИЗМИ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА

У цій статті розглядаються сучасні психологічні аспекти харизматичного лідерства. Харизма та імідж політичного лідера – це складні психологічні компоненти, які відіграють вирішальну роль в ефективності та впливі, який вони здійснюють на виборців. Вони нерозривно пов'язані та доповнюють один одного, формуючи загальний образ лідера в суспільстві. В інформаційну епоху психологічні методи формування політичного іміджу використовуються для створення образів харизматичних лідерів. Ці методи дають змогу створювати штучні образи політиків, які широко поширені серед громадян. Випромінювання харизматичних якостей має вирішальне значення для політичного лідерства.

Хоча харизма може бути вродженою рисою, її прояв і вплив значною мірою залежать від того, як вона виражається через імідж. З іншого боку, ретельно створений імідж може посилити харизматичні якості лідера або навіть компенсувати їх відсутність, наділяючи його харизматичними характеристиками. Наприклад, ораторське мистецтво, компонент харизми, може бути посилене та виражене за допомогою витончених словесних образів. Імідж – це навмисно сконструйований образ людини, який впливає на сприйняття аудиторії. Він охоплює як об'єктивні характеристики, так і суб'єктивні інтерпретації.

Харизма та імідж – це потужні інструменти психологічного впливу, які дають змогу політичним лідерам ефективно спілкуватися з виборцями, мобілізувати їх, формувати громадську думку та досягати політичних цілей.

Формування харизматичної особистості передуює формуванню іміджу харизматичного лідера. Щоб досягти політичного лідерства з харизматичною особистістю, потрібно діяти відповідно до політики сприйняття й активно використовувати психологічні методи.

Ключові слова: політичний імідж, харизматичне лідерство, політичні технології, образ, психологічні методи, харизматична особистість.

Вступ. Проблема політичного лідерства належить до категорії питань, актуальність яких ніколи не ставиться під сумнів. Дослідження політичного лідерства мають як пізнавальний, так і прикладний характер, оскільки допомагають потенційним лідерам створювати механізми управління індивідами, а громадянам – розуміти ці механізми, розрізняти їх і в разі потреби їм протистояти. У ситуації сучасної політичної системи, що трансформується, відбувається суттєве розширення особистісної природи політики, що ставить перед дослідниками проблему розгляду явища «політичне лідерство» за нових методологічних підходів. Специфіка сучасного політичного процесу пов'язана з активізацією в ньому політичного лідера.

Мета та завдання. Мета статті – дослідити процес формування іміджу політика через конструювання психологічних компонентів образу харизматичного лідера. Завдання – виокремити психологічні складові образу харизматичного лідера й навести конкретні способи застосування цих складових для формування іміджу політика.

Методологічною базою для дослідження є кількісні, якісні та змішані методи дослідження. До кількісних варто віднести опитування, тестування, експерименти та статистичний аналіз. До якісних – інтерв'ю, контент-аналіз, спостереження, вивчення конкретних випадків.

Ключовими аспектами для вимірювання харизми політичного лідера є: визначення харизматичного лідера, вплив на послідовників, вимірювання харизми, роль контексту, етичні аспекти харизматичного лідерства.

Кількісні методи дослідження є емпіричними та часто називаються науковою дослідницькою парадигмою. Вони є об'єктивними й орієнтованими на результат, спрямованими на кількісне визначення варіацій у ситуаціях, проблемах або явищах. Їхній основний фокус – перевірка гіпотез і підтвердження теорій, виходячи з припущення, що пізнання та поведінка значною мірою передбачувані та пояснювані. Валідність забезпечується шляхом суворої чіткості, визначення та використання пілотних експериментів.

Якісні дослідження характеризуються фундаментальним підходом детального спостереження та пояснення, спрямованим на розуміння «цілісного стану» замість суворого визначення та вимірювання ізольованих змінних. Вони прагнуть пояснити поточні ситуації та глибоко дослідити історії, нюанси та досвід меншої кількості учасників, зосереджуючись на тому, «як» або «чому» відбуваються явища. Валідність у якісних дослідженнях часто пріоритетна за суворе вимірювання, а дослідження зазвичай проводяться в природних («польових») умовах.

Поєднуючи сильні сторони обох підходів, змішані методи пропонують «найкраще з обох світів». Вони дають змогу глибоко досліджувати нюанси та досвід (якісні) та одночасно перевіряти гіпотези й узагальнювати результати на більші популяції (кількісні). Дослідження змішаними методами також можуть бути прагматично орієнтованими, зосереджуючись на тому, що є найефективнішим, досяжним або корисним для цього дослідницького питання, або навіть на тому, що насамперед отримає фінансування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основоположник концепту політичної харизми М. Вебер дає таке визначення поняття харизма: «Застосовується до певної якості особистості індивіда, завдяки якій він відрізняється від звичайних людей і сприймається як носій надприродних, надлюдських або виняткових особливостей. Ці якості не властиві звичайній людині, вони приписуються божественному походженню або сприймаються як зразкові, у зв'язку з чим індивід вважається вождем». Згідно із цим визначенням харизма – це якість, завдяки якій людина, що нею володіє, оцінюється як обдарована надзвичайними, надлюдськими властивостями. Оцінка цих властивостей може проводитись тільки на підставі зовнішніх вражень [10, с. 112].

Дослідник Б. Басс розробив «Багатофакторний опитувальник лідерства», у якому харизма є одним із вимірів. Б. Басс визначив такі основні фактори для вимірювання харизми: створення проєкту або образу майбутнього (цілі, програма діяльності, результати й очікування, що об'єднують членів групи); відчуття покликання; заразлива самооцінка, що розуміється як впевненість у собі (усвідомлення своїх сильних сторін, здатність навчати інших подібним здібностям та розвивати власні таланти); довіра та повага підлеглих (досягається завдяки послідовності, відповідальності, надійності та наполегливості лідера). Дослідники Дж. Конгер та Р. Канунго розробили Шкалу харизматичного лідерства («Шкала харизматичного лідерства Конгера та Канунго»). Шкала Конгера – Канунго базується на шести поведінкових вимірах харизматичного лідерства: 1) чутливість до навколишнього середовища; 2) чутливість до потреб членів організації; 3) критика статус-кво; 4) проєкт (образ майбутнього) та його формулювання; 5) особистий ризик; 6) поведінка, що кидає виклик традиціям [3, с. 639].

Дослідник Н. Енкельманн визначає харизматичні якості таким чином: особиста привабливість; натхнення, що походить від досягнення життєвих цілей; ідентифікація з виконуваною роботою; впевненість у собі; здатність зосереджуватися на тому, що найважливіше; комунікабельність та здатність будувати довгострокові, міцні міжособистісні стосунки; здатність мотивувати себе й інших; здатність знаходити правильний підхід до людей; здатність ставити чіткі цілі для себе й інших; чарівність; активність та енергійність; здатність приймати рішення; здатність служити взірцем для наслідування та позитивний погляд на життя [1].

Отже, харизматична особистість є складним, багатовимірним конструктом, і тому єдиного пояснення його структури не існує. Вибір конструкта залежить від цілей дослідника, здібностей, особистої схильності та характеристик предмета психологічного дослідження. Водночас не існує єдиного алгоритму побудови харизматичної структури особистості. У психології особистість розуміється як суб'єкт соціальних відносин та істота із соціально значущими аспектами. Істотною характеристикою особистості є соціальна значущість атрибутів, що входять до її структури [5, с. 308].

Отже, структуру харизматичної особистості можна розділити на чотири основні компоненти: когнітивний, афективний, поведінковий та мотиваційний. Когнітивний компонент охоплює фундаментальні переконання особистості, її сприйняття власної діяльності та соціального оточення, у якому вона діє, а також уявлення про людську природу. Когнітивний компонент може стосуватися знань, навичок та здібностей особистості [8]. Афективний компонент пов'язаний з емоціями та відображає довгострокову орієнтацію особистості, а також стосується ставлення до життя загалом, об'єктів, себе й оточення зокрема. Поведінковий компонент поширюється на конкретні дії, сприйняття, контроль і саморегуляцію своєї поведінки. Мотиваційний компонент виражається в орієнтації особистості, обґрунтуванні конкретного поведінкового вибору, розподілі факторів, що визначають цей вибір, і здатності ставити чіткі цілі [7, с. 201].

Якщо порівняти основні компоненти особистості з харизматичними рисами особистості, на яких наголошують зарубіжні психологи, то афективний компонент харизматичної особистості є найбільш помітним (табл. 1). Тобто натхнення від виконаних життєвих завдань, ідентифікація з виконаною роботою, позитивний погляд на життя, відчуття покликання (що розуміється як самосвідомість і самооцінка, пов'язані з харизмою) і здатність розуміти потреби оточення та членів організації [2]. Усі ці характеристики харизматичної особистості допомагають створити середовище, де працівники відчувають, що можуть задовольнити свої потреби в команді (або суспільстві).

Серед поведінкових компонентів особливо варто згадати такі якості, як здатність і готовність йти на високий особистий ризик заради блага організації (або суспільства), критика статус-кво та дії проти соціальних стереотипів, тобто виконання дій, які сприймаються як героїчні або виняткові. Водночас харизматичні особистості можуть трансформувати цінності, мотивації та інтереси членів організації, узгоджуючи особисті інтереси кожної людини з досягненням суспільних цілей [11, с. 197].

Таблиця 1

Структурні елементи харизматичної особистості

Когнітивний	Афективний	Поведінковий	Мотиваційний
Здатність зосереджуватися на найважливішому, а саме на здатності створювати проєкт (бачення майбутнього)	Натхнення від життєвих викликів; ототожнення себе з виконаною роботою; позитивний погляд на життя; самосвідомість і харизма; здатність розпізнавати потреби оточення та членів організації, а також здатність знаходити правильний підхід до людей	Активність; енергійність; критика статус-кво; особистий ризик; дії всупереч соціальним стереотипам; здатність приймати рішення	Здатність мотивувати себе й інших; здатність ставити чіткі цілі для себе й інших і досягати їх

Мотиваційний компонент виражається у здатності харизматичної особистості ставити та досягати чітких цілей для себе й мотивувати інших, тобто формулювати та ставити цілі таким чином, щоб це було привабливо для членів організації. Когнітивний компонент, який найменш помітний у структурі харизматичної особистості, включає здатність зосереджуватися на найважливішому та створювати майбутні проекти (образи майбутнього). Це стосується здатності харизматичної особистості формулювати раціональні підходи до вирішення проблем і представляти привабливу картину можливих результатів своїх зусиль членам організації [6, с. 118].

Щоб найповніше пояснити модель харизматичної структури особистості, я використовую психологічну типологію К. Г. Юнга. Типологію Юнга було вибрано передусім через її структурний підхід. Із цього погляду кожна людина володіє не лише індивідуальними характеристиками, але й атрибутами, властивими певному психологічному типу. Хоча ці типи відображають відносні сильні та слабкі сторони психічних функцій і моделей поведінки, які найбільше підходять для цієї особистості, психологічні типи є структурою або каркасом особистості. Харизматичну особистість також можна пояснити через призму одного з психологічних типів Юнга.

Юнг вважав, що кожна людина спочатку зосереджується на сприйнятті або зовнішніх аспектів життя (переважно зосереджуючись на об'єктах зовнішнього світу), або внутрішніх аспектів (переважно зосереджуючись на суб'єкті). Він називав цей спосіб сприйняття світу, себе та своїх стосунків зі світом позицією людської психіки. Юнг визначив це як екстраверсію та інтроверсію. Потім він ввів поняття психологічної функції. Функція – це особлива здатність людини розуміти певний аспект світу. Деякі люди краще використовують логічну інформацію (міркування, висновки, докази), тоді як інші краще використовують емоційну інформацію (стосунки між людьми, почуття). Деякі люди мають більш розвинену інтуїцію (передчуття, загальне сприйняття, інстинктивне сприйняття інформації), тоді як інші мають більш розвинені емоції (сприйняття зовнішніх та внутрішніх подразників). Виходячи із цього, Юнг визначив чотири основні функції: мислення, почуття, інтуїцію та відчуття [5, с. 91].

Мислення – це психологічна функція, яка об'єднує дані про зміст переконань у концептуальні зв'язки. Мислення базується на інтелектуальному розумінні фактів, зокрема концептуальних взаємозв'язків між фактами. Це раціональний та систематичний процес розуміння реальності через аналіз і логічні міркування.

Почуття – це функція, яка надає відомого значення змісту з погляду прийняття чи відхилення. Почуття – це впливова емоційна функція. Емоції включають формування думок про факти або формування думок (оцінок) на основі подібності чи специфічності фактів, тому досвід оцінюється як хороший чи поганий, приємний чи неприємний, прийнятний чи неприйнятний.

Інтуїція – це психологічна функція, яка несвідомо передає сприйняття суб'єкту. Інтуїтивне сприйняття ігнорує деталі та натомість зосереджується на загальному контексті й атмосфері. Інтуїтивне сприйняття сприймає (без явних доказів чи обґрунтувань) напрямок руху об'єктів, тонкі внутрішні зв'язки та неявно пов'язані процеси, які приховують можливості ситуації. Інтуїція – це тип інстинктивного сприйняття, і хоча її надійність базується на конкретних ментальних даних, її реалізація та існування залишаються несвідомими [4, с. 111].

Відчуття – це психологічна функція, яка сприймає тілесні подразники. Емоція базується на безпосередньому досвіді сприйняття конкретних фактів. Об'єкти сприймаються такими, якими вони є, тобто реалістично та конкретно. Емоція не може враховувати контекст, наслідки, значення чи інші інтерпретації, але намагається представити фактичну та детальну інформацію, пов'язану з емоцією [3, с. 640].

Наявність усіх чотирьох психологічних функцій у кожного політичного лідера забезпечує цілісне та збалансоване сприйняття світу. Однак ці функції розвинені не однаковою мірою. Зазвичай одна функція домінує та забезпечує практичні засоби для досягнення соціального

успіху. Інші функції неминуче відстають, але це аж ніяк не патологічно; їхня «відсталість» стає очевидною лише через порівняння з домінуючою функцією. Юнг визначив три типи особистості на основі їх домінуючої функції: інтелектуальний, емоційний, інтуїтивний та рецептивний. Домінуюча функція пригнічує прояв інших функцій, але не в однаковій мірі [9, с. 211]. Тому, оскільки емоційність є найвизначнішим елементом у харизматичній структурі особистості, харизматичні особистості можна класифікувати як емоційні або інтуїтивні. Харизматичні особистості надають пріоритет превентивним процесам над фактичними під час збору інформації та приймають рішення на основі особистих і загальноприйнятих цінностей, а не логіки. Харизматична особистість політичного лідера формує переважно емоційні, а не договірні, стосунки з іншими, викликаючи позитивні емоції. Зрештою, усе це сприяє користі системи (організації, суспільства), оскільки члени готові витратити додаткову енергію на організацію.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У цій статті проаналізовано харизматичну структуру особистості політичних лідерів на основі кількох основних компонентів. Харизматична структура особистості політичних лідерів складається з афективних, мотиваційних, поведінкових і когнітивних елементів. Когнітивний елемент є найменш помітним, тоді як афективний елемент є більш помітним. Це свідчить про те, що харизматичні особистості належать до чутливих або інтуїтивних типів згідно з типологією К. Г. Юнга. Емпіричне дослідження було проведено для експериментальної перевірки розробленої теоретичної бази харизматичної особистості. Резюмуючи, можна сказати, що теоретична й емпірична модель харизматичної структури особистості, розроблена дослідниками, дає нам змогу намалювати більш повний психологічний портрет харизматичних особистостей, і, підкреслюючи це, вона допоможе нам ефективніше розвивати харизматичні риси, що сприяють політичному успіху.

Література:

1. Bass B. Leadership and performance beyond expectation. New York: Free Press, 1985. 220 p.
2. Blondel J. Political Leadership: Towards a general analysis. London, 1987. 225 p.
3. Konger J., Kanungo R. Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings. *The Academy of Management Review*. 1987. № 12 (4). P. 637–647.
4. Krech D. Individuals in Society. New York, 1962. 167 p.
5. McGraw K.M. Political impressions: Formation and Management. Oxford Hand-book of Political Psychology, 2003. 420 p.
6. Myron R. The New Leader: A revolutionary approach to effective leadership. New York, 1987. 307 p.
7. Parsons T. The Sociological Theory & Modern Society. New York, 1967. 225 p.
8. Riggio R.E. The role of social and emotional communication skills in leader emergence and effectiveness. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*. 2010. № 7. P. 83–103.
9. Stogdill R. Handbook of Leadership: A Survey of Theory and Research. New York, 1974. 339 p.
10. Weber M. Economy & Society. Los Angeles, 1978. 434 p.
11. Winter D.G. Leader appeal, leader performance, and the motive profiles of leaders and followers: A study of American presidents and elections. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987. Vol. 52. P. 196–202.

References:

1. Bass, B. (1985). Leadership and performance beyond expectation. New York: Free Press. 220 p. [in English].
2. Blondel, J. (1987). Political Leadership: Towards a general analysis. London. 225 p. [in English].
3. Konger, J., & Kanungo, R. (1987). Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings. *The Academy of Management Review*, 12 (4), 637–647 [in English].
4. Krech, D. (1962). Individuals in Society. New York. 167 p. [in English].
5. McGraw, K.M. (2003). Political impressions: Formation and Management. Oxford Hand-book of Political Psychology. 420 p. [in English].

6. Myron, R. (1987). *The New Leader: A revolutionary approach to effective leadership*. New York. 307 p. [in English].
7. Parsons, T. (1967). *The Sociological Theory & Modern Society*. New York. 225 p. [in English].
8. Riggio, R.E. (2010). The role of social and emotional communication skills in leader emergence and effectiveness. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 7, 83–103 [in English].
9. Stogdill, R. (1974). *Handbook of Leadership: A Survey of Theory and Research*. New York. 339 p. [in English].
10. Weber, M. (1978). *Economy & Society*. Los Angeles. 434 p. [in English].
11. Winter, D.G. (1987). Leader appeal, leader performance, and the motive profiles of leaders and followers: A study of American presidents and elections. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 196–202 [in English].

Nazarii Baiurchak. Psychological components of charisma of the image of a political leader

This article examines the contemporary psychological aspects of charismatic leadership. Charisma and the image of a political leader are complex psychological components that play a crucial role in the effectiveness and influence they exert on voters. They are inextricably linked and complement each other, forming a general image of a leader in society. In the information age, psychological methods of political image formation are used to create images of charismatic leaders. These methods allow the creation of artificial images of politicians that are widely distributed among citizens. The emission of charismatic qualities is crucial for political leadership.

Although charisma may be an innate trait, its manifestation and impact largely depend on how it is expressed through images. On the other hand, carefully created images can enhance a leader's charismatic qualities or even compensate for their absence, endowing him with charismatic characteristics. For example, oratory, a component of charisma, can be enhanced and expressed through sophisticated verbal imagery. Imagery is a deliberately constructed image of a person that influences the audience's perception. It encompasses both objective characteristics and subjective interpretations.

Charisma and image are powerful tools of psychological influence that allow political leaders to effectively communicate with voters, mobilize them, shape public opinion, and achieve political goals.

The formation of a charismatic personality precedes the formation of an image of a charismatic leader. To achieve political leadership with a charismatic personality, it is necessary to act in accordance with the politics of perception and actively use psychological methods.

Key words: political image, charismatic leadership, political technologies, image, psychological methods, charismatic personality.

Відомості про автора:

Баюрчак Назарій – аспірант кафедри політичних наук,
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Надійшла 15.08.2025

Прийнята 19.08.2025

Опублікована 30.10.2025