

УДК: 327.39(4):316.77:17.03

Павло Жадько

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ВИМІР

Статтю присвячено проблемам політичної комунікації, її етичної складової в межах євроінтеграційного змісту сучасного українського політичного простору. Аналізуються низка наукових понять та пропонуються практичні рекомендації стосовно процесів взаємодії суб'єктів політичної та соціальної сфер на основі етично-культурних, етично-правових та етично-адміністративних положень.

Ключові слова: політична комунікація, політична культура, етичні норми політики, демократичний вектор, політичне спілкування.

This paper deals with the problems of political communication, its ethic component connected with the content of European-integration in the modern Ukrainian political space. The author analyzes a number of scientific concepts and offers practical recommendations concerning the processes of interaction of political and social spheres based on ethical, cultural, ethic, legal and administrative points.

Keywords: Political Communication, Political Culture, Ethic Norms in Politics, Democratic Vector, Political Communication.

Прагнення України до повномасштабної участі в політичному й економічному житті Європи логічно зумовлено вимогами часу. Розвиток вітчизняної науки, освіти, релігії, мистецтва нерозривно пов'язаний з розвитком європейської культурної традиції. У цьому плані доречно нагадати слова З. Бжезинського: «Якщо Україна хоче зберегти свою незалежність, їй доведеться стати частиною Центральної Європи, а не Євразії, і якщо вона хоче стати частиною Центральної Європи, їй доведеться сповна брати участь у зв'язках Центральної Європи з НАТО і Європейським Союзом» [2, с. 121].

Суспільство є складною системою, з багатьма підсистемами – економічною, сімейною, культурною та політичною. Саме політична система дає змогу не лише увявити політичне життя як систему поведінки людей та з'ясувати механізми впливу політичних дій на характер функціонування політичних інститутів і структур влади, а й зрозуміти політику загалом, проаналізувати способи і форми її взаємодії з навколишнім середовищем.

Але жодна система не може існувати як статичне самодостатнє ціле. Так і політична система для підтримки своєї цілісності має спиратися на необхідну інформацію, яка сприяла би здійсненню процесів у системно-конструктивному напрямку.

Мова йде про актуальність і важливість отриманої інформації. Саме інформація визначає характер та спрямованість процесів у системі. Як відомо, у суспільстві відбуваються процеси інформаційного обміну. Переважаючим змістом такого обміну, спілкування (комунікації) виступає політичне інформаційне поле. Без такого обміну неможливі взаємодія індивідів, спеціальних груп, процеси соціалізації, функціонування соціальних інститутів, нагромадження і передавання соціального досвіду.

Тому варто розглядати політичну комунікацію, як сукупність процесів інформаційного обміну, передачі політичної інформації, спрямованої на діяльність соціальних складових політичної системи і громадянського суспільства.

Політична система і громадянське суспільство співіснують на певних засадах, які визначаються етичними нормами. Етичні поняття – добро, справедливість, чесність, порядність – не лише характеризують політичну діяльність влади, держави, партії чи політика, вони або підтримують, морально санкціонують і стимулюють цю діяльність, або засуджують, блокують.

Політика, яка не має належної підтримки з боку моралі, приречена на поразку. Згадаємо осінньо-зимові події 2013–2014 року, пов'язані з бажанням українського суспільства розвиватись в напрямку євроінтеграції та блокування цього процесу тодішніми владними структурами. Адже політична

криза виникла в результаті відсутності розуміння справжнього суспільного настрою з боку влади. Моральні якості її представників зводились до збереження свого статусу будь-якою ціною (навіть ціною людських життів). Такий взаємозв'язок політичної комунікації з загальнолюдською мораллю визначає гуманістичне регулювання співвідношення цілей та засобів у політиці, її спрямованість на євроінтеграційний курс.

Політика сприяє утворенню мережі соціальних зв'язків людини, групи, спільноти з державою. Мораль покликана здійснювати духовне єднання суспільства. Концепцією «громадського гуманізму» представляли українські вчені різних часів. Згадаємо хоча б мислителів Києво-Могилянської академії С. Яворського, Ф. Прокоповича, Г. Кониського, які надавали особливого значення етичним засадам громадсько-політичного життя, підкреслювали наявність у людини «свобідної волі», здатності «вибирати те, що стосується мети» [1, с. 25].

Стосовно сучасної великої мети українського суспільства можемо визначити її як таку, що приведе до співіснування в глобальному світовому просторі на засадах рівноправності, економічної стабільності, заможності демократичної держави і кожного індивіда в ній. Саме євроінтеграційний вектор українського політичного розвитку надасть таку можливість.

За даними соціологічної служби Центру ім. Разумкова за останній рік настрої людей практично залишилися колишніми: за євроінтеграцію традиційно виступає захід країни – 88 відсотків опитаних – а також центр – 64 %. Південь і схід майже в рівній мірі за ЄС, митний союз і економічний нейтралітет... Окремо стоять Луганська і Донецька області. Рух до Європи там підтримує лише один з восьми громадян. А за союз з Росією, Білоруссю і Казахстаном – більше двох третин. І такі настрої, вважають соціологи, змінять лише успішні економічні реформи і боротьба з корупцією [9].

Ми усвідомлюємо пріоритетність цієї спрямованості завдяки можливостям комунікативної діяльності суспільств. Інформаційне поле не має кордонів. Ми спостерігаємо демократичні процеси, що відбуваються в інших країнах світу, обмінюємось прагненнями та здобутками. Це є підґрунтям розвитку комунікативних процесів в їх етичній спрямованості.

Необхідність етичних вимірів політики продиктована і обставинами та викликами глобального порядку. Екологічні катастрофи, гострі міжнаціональні конфлікти, війни і кровопролиття потребують нової, поглибленої політики, загальнолюдської етики, які ґрунтувалися б на визнанні прав людини на гідне життя. Згідно з Конвенцією про захист людських прав і гідності особистості «інтереси і благополуччя особистості повинні мати пріоритет стосовно вищих інтересів суспільства» [6, с. 78].

Політична етика вимагає ставлення до всіх суб'єктів суспільно-політичного життя як до рівноправних, визнає правочинність їхніх моральних цінностей.

Таким чином, оволодіння етикою, методологією і технологією політичного спілкування – шлях до розв'язання соціальних конфліктів, ефективний засіб розвитку демократичного суспільства. Зазначимо, що політична етика – це наука і мистецтво використання засобів і прийомів компромісної технології. Поширені в минулому оцінки компромісів як чогось безпринципного, поступаються місцем визнанню їх значущості як ефективної форми досягнення згоди конфронтуючих сторін.

Головним висновком з аналізу цієї проблеми є розуміння політичної етики як відкритої системи положень, аргументів, поглядів. Тому політична комунікація буде здійснювати належні їй функції лише за умови відповідності етичним засадам суспільного розвитку.

Поняття «комунікація» має чимало визначень. «Під комунікацією в широкому розумінні маємо на увазі систему, в якій здійснюється взаємодія її складових, і способи спілкування, що дозволяють створювати, передавати та приймати інформацію» [7, с. 107].

Аналіз наведеного поняття комунікації свідчить, що сам комунікативний процес утворює складну систему суспільного життя, змістом якої є достовірна інформація, що цілком і повністю охоплює політико-культурну сферу.

Людину впродовж усього життя оточує найрізноманітніша інформація, створюючи своєрідне інформаційне поле. Інформація акумулює сукупний досвід людства; її складовими є різноманітні знання та ідеї, апробовані теорії та нові гіпотези, правила та уявлення, навіть ірраціональні елементи – вірування, забобони тощо. Потреба в інформації, в інформаційному спілкуванні – одна з найважливіших соціальних потреб.

Кожна політична система розгортає власну мережу політичної комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається одночасно з політичними структурами. Однак існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства та рівнем розвитку структур політичної комунікації. Цей розвиток визначається як технічним рівнем передавання інформації, так і базовою ідеологією політичної системи.

Взагалі, політична та інша інформація може передаватися трьома основними способами комунікації: завдяки засобам масової інформації, через організації та неформальні контакти. У першому випадку йдеться про друковані (газети, журнали, книжки, плакати, листівки) або електронні (телебачення, радіо, Інтернет тощо) засоби масової інформації. У другому випадку мають на увазі комунікативні можливості урядових організацій, політичних партій, суспільних організацій, рухів, груп тиску тощо. Останні використовуються як двосторонні ланцюги обміну політичною інформацією між правителями та підлеглими громадянами [2, с. 82].

Характер політичної комунікації в суспільстві, рівень її розвитку визначаються рівнем загальної та політичної культури суспільства, опосередковуються його цінностями й нормами. Але політична комунікація як засіб існування й передавання політичної культури саме й визначає рівень політичної культури суспільства, особливості функціонування політичної сфери суспільства.

Від політичної свідомості мас, політичних установок політичної еліти залежить ефективність функціонування політичної системи, хід розвитку і напрям суспільно-історичних

трансформацій. Тому надзвичайно важливим є питання про можливість і межі впливу на політичну свідомість за допомогою спеціально сформованого інформаційного простору в державі з метою створення певних ціннісних і відповідно поведінкових норм у суспільстві [6, с. 57].

Зміст інформаційних технологій і характер засобів їх поширення невпинно вдосконалюються. Широко використовуються мовні засоби поширення інформації. Мовні засоби передавання інформації – усні, письмові, друковані – ніколи не втрачали свого значення. Насиченість друкованими засобами масової інформації є одним з найважливіших показників рівня культурного розвитку країн і нині. За критеріями ООН, мінімальна для цивілізованої країни кількість газет на тисячу осіб населення повинна становити не менше 100 примірників. Світовими лідерами є Японія та Швеція (понад 500 примірників). В Україні в середині 90-х років ХХ ст. видавалося до 450-ти газет загальним тиражем понад 11 млн. (приблизно 300 примірників на 1000 осіб).

Вивчення системи політичної комунікації має велику перспективу. Бурхливий розвиток нашої держави породжує масу політичних змін і, як наслідок, комунікаційних процесів. Їх систематизація та налагодження дозволить зменшити рівень суперечностей щодо політичної ситуації в країні, підвищити рівень політичної свідомості та культури серед населення.

Проблеми політичної комунікації в наш бурхливий, насичений нестандартними подіями час потребують поглибленого вивчення та наукового аналізу. Україна як держава здатна показувати усьому світу взірець політичної активності мас, компетентності політичної еліти, політичної волі до демократичних перетворень. Це і є ті завдання, які спрямовують розвиток всієї політичної структури держави.

Сказане вище можемо звести до наступних положень:

Сучасна комунікативна ситуація характеризується поглибленням потреби здійснення впливів у комунікації за допомогою соціально-етичних образів політичних суб'єктів завдяки демократизації суспільних цінностей.

Політична комунікація має бути засобом координації суспільно-політичних інтересів. Потрібно постійно прагнути до ідеальної системи політичної комунікації, що дасть змогу забезпечити повагу до прав і свобод особистості, демократичної культури та свободи мас-медіа від владних структур.

Політична система для того, щоб підтримати свою цілісність, має здійснити певну роботу для виконання якої, необхідна інформація, яка сприятиме здійсненню процесів у системно-конструктивному напрямку.

Проаналізувавши політико-комунікативну сферу українського суспільства як складову культурно – інформаційного простору, можна зробити висновок, що сам комунікативний процес утворює складну систему суспільного життя, змістом якої є достовірна інформація, що цілком і повністю охоплює політико-культурну сферу євроінтеграційного курсу країни.

1. Башук А. І. Інформаційна політика: навч. посібник / А. І. Башук. – К., 2007. – 92 с.
2. Бебик В. М. Політологія для політика і громадянина: підручник. – В. М. Бебик. – К.: МАУП, 2003. – 424 с.
3. Ващенко К. О., Корнієнко В. О. Політологія для вчителя / К. О. Ващенко, В. О. Корнієнко. – К.: Вид-во ім. М. П. Драгоманова, 2011. – 406 с.
4. Гетьманчук М. П. Політологія: навч. посібник / М. П. Гетьманчук. – К.: Знання, 2011. – 415 с.
5. Імідж України у світі: актуальні проблеми [збірка наукових праць]. Під ред. Л. Яцюка, Л. Кудіної. – К.: Молодіжна Альтернатива, 2010. – 48 с.
6. Лиллекер Дж. Политическая коммуникация: Ключевые концепты., перевод с англ. Ю. В. Григоренко / Дж. Лиллекер. – Х., 2010.
7. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний

аспект / В. В. Недбай. – Фенікс, 2009. – 325 с. 8. *Ольшанский Д.* Политический PR / Д. Ольшанский. – Питер, 2003. – 544 с. 9. Соціологи з'ясували, скільки українців хочуть у Європу (відео) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://video-ukr.segodnya.](http://video-ukr.segodnya.ua/sociologi-vvyasnili-skolko-ukraincev-hotyat-v-evropu-541066.html)

[ua/sociologi-vvyasnili-skolko-ukraincev-hotyat-v-evropu-541066.html](http://video-ukr.segodnya.ua/sociologi-vvyasnili-skolko-ukraincev-hotyat-v-evropu-541066.html). 10. Тищенко Ю. та ін. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / Ю. Тищенко, П. Байор, М. Товт, С. Горобчишин. – К.: Агентство «Україна», 2010 р. – 147 с.

УДК 165.12:621.397.13

Ольга Гойман

ЗНАЧЕННЯ ТЕЛЕБАЧЕННЯ У ПРОЦЕСІ МІФОЛОГІЗАЦІЇ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ

У статті розглядаються особливості телевізійної журналістики та методи, які безпосередньо застосовуються для міфологізації масової свідомості сучасної глядацької аудиторії. Окреслено роль і місце телебачення у створенні, впровадженні й подальшому тиражуванні соціально-політичних і пропагандистських міфів.

Ключові слова: масова свідомість, міф, міфотворчість, масова комунікація, громадська думка, пропаганда.

The article covers peculiarities of TV journalism and methods used directly for myth making in the context of TV watchers mass consciousness. The role and place of television in creation, implementation and further spreading of social, political and propagandist myths is defined.

Keywords: Mass Consciousness, Myth, Myth Making, Mass Communication, Public Opinion, Propaganda.

Телебачення – особливий різновид засобів масової комунікації, небезпідставно названий «фабрикою міфів». Його без перебільшення можна назвати наймасовішим і найвпливовішим у сфері розповсюдження інформації не тільки за кордоном, а й в Україні. Телебачення створює віртуальну, ілюзорну, наповнену численними міфами, реальність, яка нав'язується мільйонам телеглядачів, тим самим формуючи у них необхідну владі громадську думку. З огляду на незначний відсоток читачів газет і журналів, а також слухачів радіо, телебачення не тільки найбільш затребуваний, але й найавторитетніший інформаційно-розважальний засіб.

Останнім часом увага суспільства прикута до критичної ситуації на Сході України й одночасно до нагальних соціально-політичних проблем країни: влади, власності, корупції, люстрації, якості життя, геополітики тощо. Кризові явища в державі активізують інформаційну складову, що має на меті створити такий собі паралельний, ілюзорний образ реальності. За такої умови міфологізація використовується для об'єднання соціуму та маніпуляції ним у певних інтересах. Зокрема, цьому сприяє криза раціоналізму, нездатність людини до критичного мислення та в цілому небажання самостійно думати, приймати рішення. Тому одна із наскрізних проблем сьогодення проявляється у бездумному споживанні нав'язаних і запропонованих нам товарів, послуг, а також інформації, ідей, мистецтва, літератури тощо. Важливо виробити механізм протистояння занадто активному і невідворотному процесу соціально-політичної міфологізації, розвиваючи у населення критичне мислення і здатність до аналізу запропонованого інформаційного потоку; підвищити інтелектуально-освітній і духовний рівні громадян. У подальшому такі заходи дозволять загальмувати процес міфологізації та безпосередньо пов'язану з ним маніпуляцію масовою свідомістю.

Процес «реміфологізації» (Е. Мелетинський) та одночасного «відродження міфу», розпочатий у минулому сторіччі, триває і нині, але переважно у соціально-політичній площині. Його кінцева мета – маніпулювання масовою свідомістю і формування «потрібної» громадської думки в інтересах правлячої еліти. Актуальність формування за допомогою засобів масової комунікації саме громадської думки і суспільного настрою пояснюється тим, що вони є основними формами існування масової свідомості.

Сьогодні вже неможливо визначити, хто першим здогадався, що соціально-політична міфотворчість – ефективний засіб впливу на маси. Останнім часом маніпулятивна

«атака» на людство стала масштабною й агресивною. Це пояснюється глобалізацією культури, експансією і засиллям масової культури, новими науково-технічними винаходами тощо. Та і сама поява і подальше поширення засобів масової комунікації значно посилила дію міфів на громадську думку і поведінку суспільства. Аналіз сучасності довів цілеспрямоване штучне створення більшості міфів, які потім спеціально впроваджуються у масову свідомість задля результативної маніпуляції нею.

У свою чергу масова свідомість тісно пов'язана з масовою інформацією та комунікацією, адже підживлюється інформацією за допомогою комунікативних засобів. Стрімкий індустріальний розвиток людства, що прискорив процес урбанізації, у тому числі й скупчення великих мас людей у містах, потребував нових форм спілкування, як базової потреби індивіда. У даному випадку саме масова комунікація стала інструментом, який допомагає відтворювати й згуртовувати масу. У буденному розумінні поняття «комунікація» тотожне поняттю «спілкування» і є процесом обміну різноплановою інформацією, а з наукової точки зору масова комунікація – процес передачі і поширення інформації через технічні засоби: пресу, радіо, телебачення, Інтернет. У минулому і нинішньому ХХІ ст. засоби масової комунікації перетворилися на потужний механізм маніпулювання масовою свідомістю.

Спеціальний метод трансляції інформації робить процес маніпуляції більш ефективним. Особливо вдало це проявляється завдяки способу розповсюдження інформації, який Г. Шиллер назвав дробленням. У періодиці навмисно розбивають великі за обсягом статті, розміщуючи основну частину статті в кінці номеру для того, щоб примусити читача проглянути декілька сторінок реклами. Радіо- й телепередачі постійно перериваються для показу реклами. Через переривання рекламою або анонсами, будь-які, навіть найбільш значущі події, наша свідомість сприймає звичайними та буденними. У підсумку виходить, що постійне переривання інформаційних і розважальних програм рекламою призводить до погіршення і без того низької здатності аудиторії критично оцінювати подані події або проблеми.

Іншим методом вдалого маніпулювання є негайна передача інформації. При чому, негайність безпосередньо пов'язана з фрагментацією та є неодмінним елементом її втілення. Блискавичність подачі новин поглиблює маніпулятивні можливості усієї системи інформування. До цього ще додається відсутність більш-менш сталої структури