

Liasota A. Y., PhD in political sciences, docent, associate professor of the political science department, Oles Honchar Dnipropetrovsk national university (Dnipro, Ukraine), E-mail: alyasota@ua.fm

Interest groups as one of the extra-parliamentary institutions of interest representation.

Abstract. *The article investigates interest groups, the definition of the main types, features that are inherent in certain types. We determined the role of pressure groups in the political process, the level of influence of pressure groups on government policy and articulation types of interests that are carried by interest groups.*

Keywords: *interest groups, pressure groups, types of interest groups, articulation of interests lobbying.*

УДК 32.019.5+316.658

Ставченко С. В.

кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри політології,
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
(Дніпро, Україна),
E-mail: visnukdnu@i.ua

ІНФОРМАЦІЙНА АСИМЕТРІЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ

Анотація. *Розглядається забезпечення інформаційної асиметрії новинних повідомлень у ЗМІ як технологія антикризового менеджменту. Визначається головний напрямок діяльності спін-доктора як кризового менеджера, яка спрямована на виправлення негативного висвітлення тієї чи іншої події в новинах.*

Ключові слова: *інформаційна асиметрія, технологія міфологізації, технологія харизматизації образу політика, технології спін-докторінгу, «криза-контроль».*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні дієвим способом подолання кризової ситуації є подання в новинах ЗМІ асиметричної інформації, що є головним завдання кризових менеджерів, які працюють із мас-медіа (спін-докторів). Д. Уоттс виокремила такі рівні спін-технології: «перед-спін» (before spin), яка орієнтована на підготовку очікувань аудиторії перед самою подією; «після-спін» (after spin), яка переймається наведенням блиску на подію, яка вже відбулася; «торнадо-спін» (tornado spin), яка спрямована на відволікання уваги, різкого переведення суспільного інтересу в зовсім іншу сферу, далеку від події, що відбулася; «криза-контроль» (crisis control), в межах якого здійснюється управління подіями, що виходять з-під контролю, і передбачає встановлення особливого контролю за їх висвітленням, а також використання «подієвих криз» для розкручування потрібних тем; «мінімізації збитку» (reduce damage), яка передбачає керування тих подій та / або їх висвітлення, які вже не контролюються, з метою запобігання й мінімізації негативного впливу [8, р. 121].

У принципі класифікацію спін-технологій можна обмежити першими двома видами: «до» і «після». Б. Брюс, наприклад, виокремлює два типи роботи спін-доктора: 1) організація очікувань щодо настання самої події; 2) виправлення проблеми після того, як інтерв'ю одержало неправильне

висвітлення [1, с. 297].

Таким чином, можна говорити про дві центральні позиції, з яких відбувається робота спін-доктора: до події й після події. В обох випадках мова йде про виправлення події в символічному вимірі, бо в реальному вимірі її змінити вже неможливо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на важливість спін-технологій у сучасній політичній практиці, вітчизняні автори відносно нещодавно почали приділяти увагу вивченню цих питань. Актуалізована в західній політичній науці наприкінці 1980-х рр. завдяки публікаціям Х.-Б. Брозіуса, Ф. Ессера, Г. Куртца, Дж. Мальтезе, К. Рейнеманна, П. Річардса, Д. Уоттс, Д. Фана та ін., дана проблематика в українському науковому дискурсі поки що недостатньо осмислена. Тут можна виокремити доробки В. М. Бебика, О. В. Гуляєва, В. В. Кривошеїна, Д. В. Ольшанського, Г. Г. Почепцова та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розгляд забезпечення інформаційної асиметрії як антикризової технології у політичному процесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційна асиметрія становить основний елемент інформаційної боротьби, формуючи інформаційний простір будь-якої держави. Офіційні повідомлення, що є передбачуваними й, отже, симетричними, потрапляють на екран у зв'язку із принципово асиметричним положенням влади, яка сама задає пріоритети повідомлень. Таким чином, асиметричність досягається на іншому рівні. Як визначають дослідники мас-медіа, преса й телебачення виступають у вторинній ролі інтерпретатора, первинна ж роль належить владі, яка може визначити ту чи іншу подію як таку, що становить небезпеку для суспільства [7, р. 127].

Мас-медіа лише розширює й поширює ці уявлення, задані з боку влади. По суті, мас-медіа «систематично організовані таким чином, щоб представляти картинку світу, яка має служити репродукцією відносин домінування, що існують у суспільстві» [7, р. 130]. При цьому новини розглядаються як вибіркова інтерпретація подій.

Розглядаючи висвітлення кризових подій у пресі, західні вчені виділили такі характеристики цього процесу:

1. Частота – чим більше частота події збігається із частотою новин, тим більша ймовірність того, що подія буде розглядатися як новина.

2. Амплітуда – відповідний рівень, наприклад, насильства потрібний для того, щоб подія розглядалася як новина.

3. Неоднозначність – чим менша неоднозначність, тим більша ймовірність того, що подія буде заміченою.

4. Релевантність – подія повинна бути культурно релевантною, щоб бути заміченою як новина.

5. Збіг – чим подія більш очікувана, тим скоріше вона стане новиною.

6. Несподіванка – для того, щоб стати новиною, подія повинна бути несподіваною.

7. Якщо подія стала новиною, вона буде залишатися новиною, навіть при зниженні амплітуди.

8. Композиція – новини komponуються так, щоб створювати баланс між різними повідомленнями [7, р. 121].

Більшість із цих характеристик акцентують увагу саме на забезпечення інформаційної асиметрії.

Тут чітко простежується розмежування між реальною подією й символічною новиною. Інформаційна асиметрія базується при цьому на можливості висвітлення події, виходячи з різних її аспектів, створюючи різні види новин. Наприклад, війна може інтерпретуватися або з патріотичних, або з домашніх, сімейних позицій. У першому випадку будуть сильніше офіційні джерела, у другому – неофіційні. Тому саме асиметричність дозволяє якщо не перемагати найсильнішого, то наносити йому серйозну шкоду, бо завжди знаходить слабкі місця в «обороні» ворога.

У цілях забезпечення інформаційної асиметрії часто використовують технологію створення політичного міфу як специфічне символічне середовище. У свій час Ернест Кассіерер стверджував, що в міфі відображаються не лише колективні бажання, а й глибинні людські інстинкти, надії та страхи. На його думку, сила впливу міфу на політичну поведінку зростає в період кризи, коли руйнується раціональність, коли людина перестає вірити в ефективність власних зусиль та, внаслідок цього, пов'язує свої сподівання з особою сильного лідера [6, р. 280].

Е. Кассіерер вважав, що міф організовує глибинні людські інстинкти, надії та страхи, і, перш за все, страх смерті, яка завдяки міфу більше не означає припинення людського життя, а лише зміну його форми. Сучасні політичні міфи, на відміну від традиційних, створюються та підтримуються свідомо і є технологічною зброєю політиків у боротьбі за владу. У зв'язку з цим Е. Кассіерер пише: «Нові політичні міфи не виникають спонтанно; вони не є диким плодом надлишкової уяви. Вони є штучними творіннями, виготовленими вмислом та хитрими майстрами. Протягом ХХ ст. – нашої великої технічної доби – була розвинута нова техніка міфу. Віднині міфи можуть вироблятися так само і у відповідності з тими ж правилами, як і будь-яка інша сучасна зброя – чи то кулемети, чи літаки» [6, р. 282].

Міф як політична технологія має такі складові: трансформація мови, зміна та впровадження нових слів, насичення мовлення емоціями, впровадження ритуалів, реорганізація ієрархії цінностей, використання пророцтв та обіцянок і, як результат, зміна мотивації учасників політичних груп та спільнот із раціональної на емоційну, стихійну, інстинктивну, що, в свою чергу, обумовлює віру в міф, яка не піддається знищенню за допомогою раціональної аргументації [6, р. 296].

Для пропагандистських цілей інформаційна асиметрія є незамінною, оскільки в кожному суспільстві існує протиставлення офіційної й неофіційної позиції. Ця інформація принципово асиметрична. Єдиним способом запобігання цьому є видача як негативної, так і позитивної інформації для своєї аудиторії з метою створення відповідного імунітету. При цьому негативна інформація повинна йти з відповідними контраргументами. У цьому випадку поява її з боку опонента вже не буде мати серйозних наслідків.

Забезпеченню інформаційної асиметрії може сприяти застосування технології харизматизації образу політика, яка ґрунтується на досягненні консолідації протестних настроїв суспільства та перетворення їх у громадянську підтримку за рахунок уособлення відповідним суб'єктом бунту проти існуючої політичної системи та її представників в ім'я великої ідеї, яка має бути своєрідною відповіддю на запеклі соціальні проблеми та занепадницькі настрої у суспільстві, що у найбільш гострій формі виявляються у перехідні періоди та під час криз. Як стверджує Р. Ітвел, «у часи прискорених змін люди більш схильні до стану аномії, втрати цінностей і почуття соціальної приналежності. Вони, зазнаючи вакуум ідентичності, опиняються відкритими для лідерів, які пропонують радикальні альтернативи. Складні події можуть також налаштувати людей на пошук утіхи у вірі в сильного лідера, здатного контролювати могутні сили та гарантувати спасіння» [4, с. 14].

Засобами здійснення технології харизматизації виступають незвичні, нові форми комунікації із громадськістю, жорстка критика існуючої влади, оптимізм у відношенні успіху реалізації проголошеної ідеї, віра в своє покликання щодо виконання взятої на себе місії, демонстрація зневаги до небезпек та заборон, нав'язаних правлячими силами. Оскільки віра мас у лідера – це завжди відповідь на страх перед майбутнім та реакція на втрату смислу, найбільш ефективно технологія харизматизації образу політика спрацьовує, коли виникає суспільна криза, пов'язана з реальними чи удаваними загрозами нормальному існуванню суспільства чи втратою ціннісних орієнтирів. У зв'язку з цим Р. Ітвел пише: «Харизматичний лідер допомагає людям набутти відчуття того, що політика не безглузда, що він може змінити ситуацію, зберігаючи відповідальність за потреби своїх прибічників» [4, с. 14].

Інформаційний простір сучасного суспільства формується в результаті роботи декількох потужних інформаційних джерел. Якщо при цьому виникає інформаційна асиметрія, яка кимось може бути використана, то виправити ситуацію намагається «спін-доктор» (англ. spin doctor). Цей термін уперше з'явився в 1980-х рр. як ідіома, що використовувалася для опису експертів із зв'язків з громадськістю й навіть політичних або корпоративних представників, діяльність яких повинна була гарантувати, що певні події або продукти піддані «позитивному обертанню». Звичайно, методи, якими користуються спін-доктора, визначають як вибіркове подання фактів, що підтримують певну позицію, використовуючи бездоказові істини, евфемізми, які маскують або просувають певний порядок денний і «приховують дурні звістки». Наприклад, повідомляють одночасно про одну популярну річ і декілька непопулярних речей, сподіваючись, що ЗМІ зосередяться на першому повідомленні [3, с. 636-637].

За допомогою технологій спін-докторінгу подача подій мас-медіа відбувається у більш сприятливому вигляді. На думку О. В. Гуляєва, спін-докторінг – це набір прийомів, технологічних інструментів досягнення бажаного для суб'єкта результату на етапі сприйняття певної новини (події) реципієнтами і на етапі її резонансу; це вміння передбачати реакції цільових

аудиторій, уміння інтерпретувати події, уміння ефективно здійснювати комунікаційну кампанію. Особливо значимою є ця діяльність у період, коли суб'єкт діяльності потрапляє в кризову ситуацію [2, с. 138].

Спін-доктор має обіграти будь-яку ситуацію в сприятливому для суб'єкта подій ключі. З цією метою він відбирає найбільш ефективні повідомлення, розміщує їх у найбільш важливих каналах, вибирає для цього потрібний час. Спін-доктор націлений не стільки на створення події, скільки на попередження несприятливого для суб'єкта висвітлення подій у мас-медіа.

Схема «криза-контроль» (crisis control) передбачає управління подій, що виходять з-під контролю, шляхом встановлення особливого контролю за їх висвітленням, а також використання «подієвих криз» для розкручування потрібних тем. За цих умов робота спін-доктора переорієнтовується на роботу кризового менеджера.

До завдань кризових менеджерів з питань виправлення небажаних ефектів повідомлень у мас-медіа відносяться: скорочення кількості керованих параметрів; зсув інтересів і реакцій убік первинних; змінюються канали масової комунікації. Для досягнення поставлених завдань кризові менеджери застосовують такі прийоми: переведення паніки в прості зрозумілі дії; прагнення показати, що влада вживає зусилля по зміні ситуації (надія, відволікання від аналізу причин); вихід негативним емоціям по фіксованих каналах (каналізація агресії); відмова від показу негативної реальності у всій повноті.

Ефективність діяльності кризових менеджерів здебільшого залежить від наявності ресурсів для встановлення подібного контролю. Зрозуміло, що достатнім обсягом ресурсів (і в першу чергу, адміністративних) володіють органи держави [2, с. 138-139].

Для кризової ситуації характерні розриви стандартних комунікативних процесів, нейтралізувати які можна за допомогою інтенсифікації нових процесів. Інтенсивна комунікація характеризується не тільки роботою в стислий термін, але також роботою в агресивному середовищі, яке налаштоване проти даної комунікації. У результаті породжується потрібна «точкова комунікація», яка здатна змінити ситуацію.

Спін-доктор також переймається виправленням «помилки» спікера, які він припустився на прес-конференції чи під час інших публічних заходів. У зв'язку з цим Б. Брюс пише: «Робота спін-доктора є досить гнучкою технікою, що не тільки «фіксує» результати подій (промови, інтерв'ю, дебати тощо) після події, а також керування очікуваннями події, що ще буде мати місце» [1, с. 298].

Слід також зазначити, що не всі політичні актори мають однакове висвітлення в мас-медіа. Дії одного повною мірою висвітлюються в мас-медіа, а дії іншого – замовчуються. Це можна назвати асиметрією висвітлення. Сюди ж можна віднести спроби винятково позитивного або винятково негативного висвітлення того чи іншого політичного актора, що особливо загострюється в період передвиборної боротьби. При цьому з'являється проблема автоматизації сприйняття, оскільки відбувається зникнення інформаційної асиметрії внаслідок звикання до одного типу

інтерпретації. Наприклад, дії української опозиції завжди подаються позитивно на ТВІ або на 5-му каналі і переважно негативно на інших каналах – глядач завжди враховує подібне відхилення. Тобто будь-яке автоматичне сприйняття не дозволяє користуватися інформаційною асиметрією.

Особливістю справжніх новин є відповідна збалансованість, що і знімає автоматизм сприйняття й збільшує довіру до інформаційного джерела. При цьому не відбувається порушення технологічності: наприклад, 70 % новин Бі-Бі-Сі – відображення подій, заздалегідь запланованих. Взагалі технологія створення новин полегшує ситуацію тим, що розміщує журналістів у місцях масового породження новин, наприклад у парламенті [7, р. 129].

По суті, новина – це тимчасове створення інформаційної асиметрії. Новина наступного дня викреслює новину дня минулого, підтримуючи принцип інформаційної асиметрії. Новини повинні відповідати вимогам не тільки каналу, але й конкретній комунікативній стратегії даного періоду. Так, у період виборів більше уваги приділяється не реальним обіцянкам кандидатів, а ситуації перегонів між ними. Звідси з'являються різні метафори війни при описі цих ситуацій. Це також можна вважати непрямою вимогою телевізійного каналу, що має потребу у видовищі, яким є ситуація перегонів, а не розмов «голів, що говорять» із приводу видовищно нецікавих економічних або політичних питань. Політика – нецікава, перегони – цікаві. Все це пов'язане з відсутністю людини в першому випадку й присутністю її в другому. Перший варіант також є чисто раціональним, другий – емоційним. Людина-реципієнт завжди віддає перевагу емоційно забарвленій інформації [5, с. 231].

Висновки. Забезпечення інформаційної асиметрії новинних повідомлень у ЗМІ розглядається як дійовий спосіб антикризового менеджменту. Діяльність спін-доктора як кризового менеджера спрямована на виправлення негативного висвітлення тієї чи іншої події в новинах. Виправлення висвітлення події в мас-медіа частіше всього здійснюється після того, як інформаційний розвиток прийняв несприятливий відтінок (після-спін). Проте використовується також «криза-контроль» (crisis control), в межах якого здійснюється управління подіями, що виходять з-під контролю. Цей напрям спін-докторінгу передбачає встановлення особливого контролю за висвітленням подій, а також використання «подієвих криз» для розкручування потрібних тем.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Брюс Б. Маркетинг власти / Б. Брюс; пер. с англ. // Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство вообразяемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз / Г. Почепцов. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – С. 295-301.
2. Гуляев О. В. Спін-технології в політиці як дійовий антикризовий засіб / О. В. Гуляев // Грані. – 2011. – № 1. – С. 137-140.
3. Гуляев О. В. Технологічні аспекти діяльності спін-лікаря в сучасному політичному процесі / О.В. Гуляев // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2010. – Вип. 42. – С. 635-641.
4. Итвел Р. Возрождение харизмы? Теория и проблемы операционализации понятий / Р. Итвел; пер. с англ. // Социс. – 2003. – № 3. – С. 9-20.
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почеп-

пов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 1999. – 352 с.

6. Cassirer E. The Myth of the State / E. Cassirer. – New Haven: Yale University Press, 1946. – 316 p.

7. Negrine R. Politics and Mass Media in Britain / R. Negrine; 2 eds. – London: Routledge, 1994. – 566 p.

8. Watts D. Political Communication Today / D. Watts. – Manchester: Academia, 1997. – 496 p.

Ставченко С. В., кандидат философских наук, доцент, доцент кафедри політології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара (Днепр, Україна), E-mail: vidnukdnu@i.ua

Информационная асимметрия как технология политического процесса.

Аннотация. Рассматривается обеспечение информационной асимметрии новостных сообщений в СМИ как технология антикризисного менеджмента. Определяется главное направление деятельности спин-доктора как кризисного менеджера, которая направлена на исправление негативного освещения того или иного события в новостях.

Ключевые слова: информационная асимметрия, технология мифологизации, технология харизматизации образа политика, технологии спин-докторинга, «кризис-контроль».

Stavchenko S., PhD in philosophical sciences, docent, associate professor of the Department of politology Oles Honchar Dnipropetrovsk National University (Dnipro, Ukraine), E-mail: visnukdnu@i.ua

Information asymmetry as a political process technology.

Abstract. Include the provision of information asymmetry in news stories in the media as a crisis management technique. Determine the main direction of the spin-doctors as crisis manager, which is aimed at correcting negative coverage of an event in the news.

Keywords: information asymmetry, technology of mythologizing, technology of charismatization of image politics, technology of spin-doctoring, 'crisis-control'.

УДК 32:331.105.44(5/6/8)

Воронова Т. В.,

кандидат політичних наук, старший викладач кафедри політології, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна),

E-mail: visnukDNU@i.ua

Січкаренко Є. А.,

E-mail: vvvvvvv2002@ukr.net

ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР ДІЯЛЬНОСТІ ПРОФСПЛОК У КРАЇНАХ АЗІЇ, АФРИКИ ТА ЛАТИНСЬКОЇ АМЕРИКИ

Анотація. Висвітлюються особливості взаємодії профспілок з політичною системою країн, що розвиваються, робляться висновки щодо доцільності використання їх досвіду в Україні.

Ключові слова: профспілки, політична система, громадянське суспільство, політична роль профспілок

Актуальність проблеми. Україна на даному етапі свого історичного розвитку перебуває у процесі тривалої трансформації політичної системи,