

**УДК 32.019**

**ГУМОР ЯК ПОЛІТИКО-КОМУНІКАТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ**

**Денисюк С.Г.**

*Докторант кафедри політичних наук НПУ ім. М.П. Драгоманова*

*Проаналізовані природа, роль, функції і форми політичного гумору в політико-комунікаційному просторі. Показані приклади його ефективного використання під час виборчих кампаній і його вплив на прийняття рішень громадянами.*

**Ключові слова:** *гумор, політичний гумор, сміх, політична комунікація, політична технологія, образ.*

Учасники політичної взаємодії постійно перебувають в процесі обміну політично важливою інформацією, приймають певні рішення. В процесі політичної комунікації політики намагаються різними шляхами впливати на прийняття рішень громадянами, особливо під час виборчих кампаній. Тут не аби яку роль відіграють жарти, анекдоти, нецензурно–фривольні написи, сатиричні вірші, частушки, графіті, спрямовані на досягненні певної мети (наприклад, дискредитація політика, політичної партії тощо).

Так, наприклад, гумор здатний викликати сміх, що (як і будь-яке подібне повідомлення) містить сигнал, значення якого можна зрозуміти по-різному. Більш того, залежно від особливостей адресної аудиторії і культурного середовища воно взагалі може втратити сенс. Також приклади заборони окремих популярних гумористичних передач в багатьох пострадянських державах свідчать про страх владної еліти перед силою політичного гумору, його потужний вплив на позицію громадян. Тому актуальним видається дослідження гумору, як технологічного прийому, що використовується для досягнення певної мети політичної комунікації.

В ситуації ускладнення і демократизації взаємодії політичних еліт і мас політичний гумор почав застосовуватись активніше, як критична реакція на

політичні рішення, він став складовою частиною політичної комунікації, виступаючи продуктом життєдіяльності громадянського суспільства, його різних проявів, одним з дієвих засобів демократизації суспільства.

Все це вимагає звернення до наукового осмислення політичного гумору. Аналіз цього феномену за кордоном знаходить своє віддзеркалення у багатьох працях. Нам довелося звернутися до філософсько-естетичної літератури щодо феноменів комічного, гумору і сміху в працях Аристотеля, А. Бергсона, З. Фрейда, Л. Карасьова та інших [1; 2; 3; 4; 5], оскільки політичний гумор є похідним від комічного і різновидом гумору, а сміх – його наслідком. Вивченням політичних анекдотів займалися Р. Abrahams, G. Benton, J. Brunvand, C. Davies, A. Dundes, E. Larsen, D. Nilsen, C. Wukasch та ін.

Історичний аналіз політичного гумору зробив Ч. Шутц, приділивши особливу увагу його розгляду в площині виборчих кампаній в США [6]. Іспанський політичний гумор як «мирний протест під час кризи» досліджував С. Брандес [7]. Соціологічні основи привабливості етнічних жартів, що загострюють політичні конфлікти, досліджував А. Зіждервельд [8]. Ґрунтовною є праця В. Самохіної і К. Ластовки, які аналізують різні аспекти гумору, але в рамках лінгвістики на прикладі промов Б. Обама [9].

У сучасній вітчизняній політичній науці політичному гумору спочатку взагалі не приділялося уваги через дещо пролонговані старі негативні ідеологічні підходи щодо інакомислення. До кінця 1990-х рр. ситуація змінилася, але і сьогодні немає спеціальних теоретико-методологічних праць, в яких аналізується сутність гумору як соціально-політичного феномену. Тому, виходячи із актуальності теми статті, метою є дослідження гумору як політико-комунікаційної технології.

Одразу зазначимо, що під поняттям «технологія» ми розуміємо систему чітко скоординованих елементів: цілі – процедури (правила) – засоби – операції (дії) – мотиви; будь-яке перетворення для отримання бажаних

результатів; система знань про способи, засоби, методи, форми діяльності людини та механізми їх практичного використання.

Конкретно політичні технології – це сукупність прийомів, методів, способів, процедур, які використовують суб'єкти політичної діяльності (особистості, політичні і суспільні групи, політичні партії, громадські об'єднання, групи тиску тощо) [10].

Щодо поняття «політичний гумор», то в українській і російській науці його почали розроблятися порівняно недавно. В другій половині 1990-х його в науковий обіг ввів А. Дмитрієв [11]. Він не тільки аналізує низку основних питань соціології гумору, а розглядає проблему сміху в соціологічній теорії, соціальні функції гумору і сміху; робить висновки про гумор як «родове поняття, що включає сатиру, іронію, жарт, пародію тощо» [11, с. 97], але і визначає основні напрями і зміст соціології політичного гумору; розглядає історію політичного гумору; його основні соціальні функції.

Так, А. Дмитрієв в першому російському енциклопедичному виданні щодо проблем політичної науки визначив функції і мету політичного гумору і позначив його як «відношення до політичного об'єкту, що поєднує зовні смішне трактування з внутрішньою серйозністю» [12]. Він зазначає: «Гумор політичний є невід'ємним і мінливим атрибутом політичного процесу, своєрідною реакцією на концентрацію влади в суспільстві, носить в основному позитивний характер, оскільки сублімує агресію і ослабляє багато міжособових конфліктів. Гумор політичний може бути добродушним і тонким, але і грубим, жорстоким, реалізуючи важливі функції (політичній соціалізації; ідентифікації, диференціації і згуртованості; комунікації; конфлікту і згоди). Він викликає і загальний інтерес публіки до політики і до її представників» [12].

На наше переконання, політичний гумор слід розглядати, перш за все, як особливу форму політичної комунікації, тобто спосіб донесення до адресата якесь повідомлення і сформувані у нього відношення до відправника і змісту політичної інформації. Очевидно, що вибір такої

специфічної форми політичної комунікації пов'язаний з певною інтригою щодо змісту. Якщо б з ним все було гаразд, можна було б легко обійтися без сміху. Але ті теми, що знаходяться поза гумором, досить часто «обговоренню просто не підлягають». Тому сміх дозволяє переступити ці рамки, він завжди пов'язаний з політичними темами, які в тій чи іншій мірі заборонені, «табуйовані», ризиковані в окремо взятому суспільстві.

Найчастіше політичний гумор, як технологія, спрямований на дискредитацію політичних опонентів, яких в результаті його використання громадяни перестають сприймати всерйоз (а політика – справа серйозна). Прикладів руйнівного впливу гумору в політиці чимало, його розповсюджують через відомі засоби комунікації: газети, мережу Інтернет, телебачення, радіо. Навіть невинний жарт може зіграти фатальну роль у політичній кар'єрі. Так, двері великої політики закрили для російського політика Г. Бурбуліса не шкідливі, на перший погляд, анекдоти про те, що «це не прізвище, а посада» і що «Бурбуліс через рукостискання не передається» тощо.

Восени 2000 р. на довиборах в Держдуму за 209-му виборчому округу балотувалося 9 кандидатів, а єдиним кандидатом від «Яблука» і СПС був зареєстрований А. Голов. Конкуренти поширили такий слоган: «Голий вирішив одягнутися». Зрозуміло, що такі прізвиська, анекдоти і жарти з'являються і поширюються фахівцями: політтехнологами, іміджмейкерами, фахівцями PR. Генерація жартів професіоналами, які уміло загострюють увагу на слабких особистих якостях кандидатів, експлуатуючи їх образи, деколи перероджуються в справжні серіали для ТБ та Інтернету.

У політиці існують навіть випадки, коли діяч змінює прізвище на милозвучніше, яке не несе небажаних асоціацій, щоб уникнути подібних казусів, здатних поставити хрест на його політичній кар'єрі. Ще одним гарантом захисту від подібного «гумору» є впливовість і політична вага політичного діяча. Так, наприклад, не спрацювали жарти проти Є. Примакова або В. Черномирдіна.

Прикладів застосування політичного гумору і в українському політико-комунікаційному просторі чимало. Так, у виборчій кампанії 2010 р. практично тільки С. Тігіпко не боровся з опонентами анти піаром і мало жартів, «чорного піару» було спрямовано проти нього (наприклад, у С. Тігіпка така сильна харизма, що його біг-борди не клеять, а кладуть штукатуркою. С. Тігіпко може за 1 хвилину написати 3 податкових кодекси і 2 бюджети [13]). Стосовно решти політиків, то їх більшість ставали предметами для насмішок. Так, А. Яценюк був центром постійних жартів на тему своєї національності і бажанням стати інтернет-кандидатом номер один. І. Богословська стала предметом для насмішок, наслідуючи Ю. Тимошенко і намагаючись показати економію передвиборного бюджету, знімаючи прес-конференції на мобільний. В. Литвин розплакався в ефірі центрального телеканалу, а Тягнибок поплатився за свої націоналістичні гасла на публічних виступах. Ю. Тимошенко заповонила Інтернет різними варіаціями на її передвиборну агітацію «Всі смажать – вона Варить. КастрЮля», величезна кількість римейків на тему: «Вона Працює» тощо. Передвиборні слогани Юлії Володимирівни містили навіть відомі бренди в гумористичній рекламі [14].

Є всім відомі серіали, спрямовані на підрив авторитету не одного політика, а всіх політичних конкурентів [15]. Чого тільки варті передачі: КВК, «95 квартал» та інші. Помилки політиків, висвітлені в звичайній формі є не яскравими, буденними, такими, що їх можна і швидко забути, а гарний жарт може жити тривалий період часу. Так, пересічний громадянин, як правило, може пригадати декілька анекдотів про політиків, навіть не замислюючись чи події є реальними. З цього приводу слушно зазначає С.Г. Кара-Мурза в книзі «Маніпуляція свідомістю»: «І якщо якимось способом вдається відключити чи пригнітити реалістичне мислення, то аутистичне мислення доробить цю справу, гальмуючи здоровий глузд і отримуючи абсолютну перевагу» [16]. Тут мається на увазі, що сміх досить легко

відключає раціональне мислення, після чого на підсвідомість людини записується будь-яка інформація.

Використання гумору в процесі зміни режимів, влади, чи місцевого самоврядування, є досить давньою технологією. За часів Радянського Союзу провідні гумористи вважались важливими ідеологічними кадрами зміни режиму, дякуючи їм багато змін для мас були покращені пігулкою гумору. Так, висловлювання Є. Жванецького, Ю. Хазанова та інших щодо актуальних тем, люди сприймати позитивно і забували, дякуючи фізіології сміху, про страшний зміст. Цікаво, що все, що здавалось аудиторії спочатку смішним, потім уже не буде сприйматися в штики [17].

Однак політичний гумор крім маніпулятивної функції, має і позитивний аспект. На перший погляд, політичний гумор і, як наслідок сміх, на відміну від побутового, є досить агресивним. Тому недосвідчені політики, помічаючи це, як правило, стверджують, що гумор і сміх спрямовані проти авторитета влади і повинні бути обмежені чи взагалі заборонені. Однак, на наш погляд, при детальному аналізі можна побачити деякі цікаві моменти.

Так, стає зрозуміло, що політичний гумор є реакцією (іноді неадекватною) на велику концентрацію влади в суспільстві, він слугує прикладом своєрідної сублимації агресії і досить безпечним звільненням накопиченої агресивності стосовно вищої влади. Саме ця влада і породжує інститути, які намагаються нав'язати суспільству ті чи інші заборони. І люди, зрозуміло, шукають будь-які форми протистояння авторитарному впливу, і гумор є однією з таких форм.

Слід пам'ятати, що дії самих політиків являють собою теж їх власну сублимацію агресії, що виражається у вольових рішеннях, спорах, компромісах тощо. Війна слів, яку ведуть політики, не менш агресивна і не менш комічна, ніж вони самі це уявляють.

На відміну від політиків гумористи демонстративно показують свою демократичну орієнтацію. Сміх, який вони викликають, робить людей на певний час вільними, що робить його антитоталітарним. Саме тому

самолюбиві і авторитарні політики часто бояться його навіть більше, ніж звичної ненависті громадян.

Повертаючись до позитивних функцій гумору в політичній комунікації, зазначимо, що він здатний сприяти розвитку інтелектуальних здібностей самих політичних діячів; підвищує рівень політичної культури як політиків, так і суспільства; привертає до політиків увагу громадян; заважає утвердженню диктатури, пом'якшує політичні конфлікти, звільняє їх від штампів, від монотонності і одноманітності в діях.

Головною ж позитивною функцією гумору в політико-комунікаційних процесах, на нашу думку, є те, що він викликає загальний інтерес людей до політики взагалі і до її представників зокрема. Так, пригадуючи деяких персонажів «ляльок», відмітимо, що вони виглядають не менш привабливо, ніж в реальному житті.

Звичайно, форми політичного гумору можуть бути різними, але в своєму вищому варіанті він, зазвичай, орієнтується на загальноприйняті естетичні норми, а інакше він би сприймався вульгарно. Вітчизняні телебачення і газети, що публікують анекдоти і карикатури, часто розглядаються публікою або умілими маніпуляторами, або жертвами опору стурбованої частини політиків. Тут можна зробити висновок, що «споживання» гумористичних програм, читання газет і журналів з жартами, анекдотами направлене загалом не тільки на формування певної негативної думки або підрив авторитету того або іншого політика, а й на показ суспільно-політичних змін, що відбуваються в самому суспільстві. В результаті чого розвивається легітимізація найрізноманітніших, і отже, демократичних форм сприйняття політиків громадянами.

Проте, оцінюючи в цілому тенденції розвитку сучасних засобів інформації, потрібно відзначити виникнення певних розбіжностей у їх сприйнятті окремими соціальними групами. Однак люди можуть наполягати на будь-якій формі участі в політичному процесі, незалежно від ступеня його

драматичності або комедійності. Тільки тоді вони зможуть почувати себе гідними і самодостатніми.

Щодо гумору самих політиків, то це є швидше виключенням в українському політикумі, ніж правилом. Справа, якою вони професійно зайняті, здається їм надзвичайно важливою і, безперечно, серйозною. І для них необхідні високий інтелект і упевненість в своїх силах для подолання вже стійких стереотипів поведінки. Відповідальність за серйозність в діях вони схильні покладати на обов'язок перед своїми виборцями або перед групою підтримки. Їм здається, що масам найчастіше подобається харизматичний лідер з такими якостями особистості, як воля, рішучість і серйозність. Такі люди, якщо і дозволяють собі жартувати, то тільки серед близьких ним людей. Зрозуміло, бувають і виключення, характерні, наприклад, для американської політичної культури. Що стосується українських політиків, то належність до номенклатури, диктує їм певний стиль поведінки, що виключає фривольності. І лише лідери з сильним психологічним полем, які досягли високих позицій, могли дозволити собі порушити правила гри.

Сам набір переваг, які отримує сторона, що активно використовує елементи сміхової культури, свідчить про те, що гумор найпривабливіший для того, хто знаходиться у позиції слабкості або вимушений протистояти грубій, самовпевненій силі. Так, у народному фольклорі сміх – магічна зброя слабких і бідних, яка робить їх переможцями в боротьбі з багатими і можновладцями. Досить пригадати Ходжу Насреддіна або Чарлі Чапліна. Тому гумор є технологією, що є однією із найефективніших і маловитратних.

Крім перерахованих вище функцій політичного гумору в комунікаційних процесах, однією із основних є інформаційна (повідомлення про реальну мотивацію кандидатів, історію відносин між ними, їх особисті і сімейні проблеми). Ця інформація вводиться в певний контекст, що формує подальше відношення до неї і може вплинути на хід виборчих кампаній. Але



використання цих можливостей політичного гумору залежить від творчого потенціалу менеджерів кампанії і власне самих політиків.

Отже, в процесі нашого дослідження ми дійшли таких висновків:

1. Політичний гумор є ефективною політико-комунікаційною технологією, що використовуються як з метою маніпуляції свідомістю громадян, так і з метою інформування суспільства, зняття напруги і конфліктності, привернення уваги до політики, сприяння розвитку інтелектуальних здібностей учасників комунікації, підвищення рівня політичної культури як політиків, так і громадян.

2. Політичний гумор є різновидом гумору і похідним від комічного, включає, зокрема, політичні сатиру, іронію, сарказм тощо. Серед різноманітних форм політичного гумору, що використовуються в політичній комунікації, можна виділити такі основні види: політичні анекдоти, політичні карикатури і колажі, політичні епіграми і шаржі, політичні частушки і куплети, політична гострота і жарти тощо.

3. Політичний гумор є багатофункціональним; у певні історичні епохи, в різних політичних системах, при певному політичному режимі, у різних політичних суб'єктів ті або інші функції можуть переважати, проте завжди превалює така функція, як дієвий засіб політичної боротьби.

4. Політичний гумор істотно впливає на процес демократизації: десакралізує, критикує владу, верифікує її рішення і дії, символічно зрівнює низи і верхи суспільства, висуває демократичні вимоги владній еліті тощо.

5. Тенденції розвитку політичного гумору в сучасній Україні неоднозначні: з одного боку, влада прагне не допустити іронічної критики в свою адресу; а з іншого, - органічно його використовує для покращення свого іміджу в очах громадськості.

Безумовно, використання гумору впливає на формування політичних переваг населення. Жарт, сатиричні вірші, анекдоти додають емоційного забарвлення образу і спрощують його сприйняття людиною. Але, як правило, через свою критичну природу гумор в сучасній політичній комунікації

застосовується найчастіше для посилення негативної оцінки, негативного сприйняття іміджу.

Тому є важливим пошук шляхів нейтралізації негативних функцій політичного гумору, оскільки це сприяє подальшому поглибленню кризи у взаєминах владної еліти і громадян. Потребують подальших досліджень такі моменти, як запровадження механізму відповідальності (в тому числі і юридичної) тих осіб, які гумор використовують в якості «чорного» піару для маніпуляцій поведінкою громадян.

### **Література:**

1. Аристотель. Никомахова етика / Аристотель. Сочинения в 4-х т. Т.4. М.: «Мысль», 1983. - С. 141-142
2. Бергсон А. Смех / Бергсон А. - М.: Искусство, 1992. – 127 с.
3. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному / З. Фрейд // Я и Оно: Сочинения. - М.: ЭКСМО-пресс. – 1998. - 1037с.
4. Карасев Л.В. Антитеза смеха / Л.В. Карасев // Человек. - 1993. - № 2. – С. 12-31.
5. Карасев Л.В. Мифология смеха / Л.В. Карасев // Вопросы философии. – 1991. – № 7. – С. 68-86
6. Schuts Ch.S. Political Humor: from Aristophans to San Ervin / Schuts Ch.S. – Cranbery, N.Y., 1977.
7. Brandes S.H. Peaceful Protest: Spanish Political Humor in a Time of Crisis / S.H. Brandes // Western Folklore. – Berkeley, California, 1977. – V. 36. – № 4. – P. 331–149.
8. Zijderveld A.C. The Sociology of Humor and Laughter / A.C. Zijderveld // Current Sociology. – 1983. – Vol. 31. – № 3. – P. 49.
9. Самохіна В.О. Гумор у політиці (на матеріалі промов Б.Обами) / В.О. Самохіна, К.І. Ластовка // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – 2010. – № 897. – Вип. 62. – С. 114–120.

10. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Почепцов Г.Г. – К.: Київ, ун-т, 1999. – 308 с.
11. Дмитриев А.В. Социология юмора: Очерки / Дмитриев А.В. — М.: РАН, Отд. философии, социологии, психологии и права, 1996. — 214 с.
12. Политическая энциклопедия. – В 2-х т. – Нац. обществ.-науч. фонд; Рук. проекта Г.Ю. Семигин. – М.: Мысль. – 2000. – Т. 2. – С. 660.
13. Вся правда про Сергія Тігіпка. – Режим доступу: <http://blog.vanya.com.ua/archives/category/humor>.
14. Режим доступу: [www.youtube.com/watch?v=p-QFWA23jXE](http://www.youtube.com/watch?v=p-QFWA23jXE).
15. Режим доступу: [www.youtube.com/user/CreativeBoutique1#g/c/271DE519F49C67E8](http://www.youtube.com/user/CreativeBoutique1#g/c/271DE519F49C67E8).
16. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / Кара-Мурза С. – М.: Эксмо. – 2009. – 864 с.
17. Конопелько Н. Юмор в политической рекламе / Н. Конопелько. – 24.02.2010. – Режим доступу: <http://communications.kiev.ua/ru/publikacii/view/15738>.

***Денисюк С.Г. Юмор как политико-коммуникативная технология.***

*Проанализированы природа, роль, функции и формы политического юмора в политико-коммуникативном пространстве. Показаны примеры его эффективного применения во время избирательных кампаний и его влияние на принятие решений гражданами.*

***Ключевые слова:*** юмор, политический юмор, смех, политическая коммуникация, политическая технология, образ.

***Denisyuk S.G. Humor as political communicative technology.***

*The article analyses nature, role, functions and forms of political humor, in the political communicative space. The samples of its efficient usage during electioneering and its influence on decisions which citizens make are shown in the article.*

**Key words:** *humor, political humor, laughter, political communication, political technology, image.*