

МЕНТАЛЬНА ПРИРОДА СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Розглядається ментальність як основа взаємодії між суб'єктами і об'єктами політики. Аналізуються роль менталітету, темпоритму і архетипів у сприйнятті громадянами політико-комунікаційних технологій, політично важливої інформації.

Ключові слова: ментальність, політична комунікація, політичні технології, темпоритм, архетип, маніпуляція.

Рассматривается ментальность как основа взаимодействия между субъектами и объектами политики. Анализируются роль менталитета, темпоритма и архетипов в восприятии гражданами политико-коммуникативных технологий, политически важной информации.

Ключевые слова: ментальность, политическая коммуникация, политические технологии, темпоритм, архетип, манипуляция.

Процес суб'єкт-об'єктної взаємодії в процесі політичної комунікації містить різні аспекти: психологічний, політологічний, економічний тощо. Цікавим є те, що деякі елементи в основі цієї взаємодії є стійкими і домінуючими, порівняно з іншими. Так, через економічні зміни передбачається, що повинні змінюватись і взаємини в суспільстві, але досить часто політична комунікація залишається стабільною. Таким стійким елементом є ментальність, яка визначає особливості політичної комунікації. Тому актуальним є аналіз ментальності в якості основи взаємодії між учасниками комунікації, сприйняття політично значущої інформації.

На сьогоднішній день існує досить багато наукових праць, в яких розглядаються канали і засоби комунікації, політико-комунікаційні технології тощо. Класичними є праці Б. Барельсона, Г. Блумера, Ю. Буданцева, Н. Вінера, М. Коттре, Г. Лассуелла, П. Лазарсфельда,

У. Ліппмана, Н. Лумана, Г. Маклюєна, Л. Пайя, Т. Парсонса, К. Сайне, У. Уівера, Р.-Ж. Шварценберга, К. Шеннона, Ю. Хабермаса та ін..

Серед вітчизняних науковців варто відзначити праці В. Андрущенка, В. Бежа, О. Бабкіної, В. Бебика, І. Варзара, М. Головатого, О. Гриценка, С. Демченка, М. Каращука, В. Ковалевського, А. Костирєва, В. Корнієнка, Г. Почепцова, С. Телешуна, Ю. Шайгородського, М. Шульги та інших.

Наукові розвідки щодо ментальності є досить різноплановим і здійснюються в рамках різних наук (психології, політології, філософії, культурології тощо). Аналіз останніх публікацій свідчить про те, що багато авторів у своїх дослідженнях розкривають сутність феномену «ментальність» крізь призму таких понять, як національна ментальність, національний характер, «душа народу» [1] тощо. Свої праці їм присвятили українські дослідники: В. Антонович, Ф. Вовк, М. Грушевський, О. Кульчицький, Г. Смітюх, В. Стрілецький, Д. Чижевський, намагаючись виявити основні риси, які характеризують українську ментальність та знайти засоби для її аналізу. Питання екзистенційно-індивідуалістичних рис ментальності українців досить широко досліджується в працях сучасних українських дослідників: Т. Воропаєвої, І. Грабовської, П. Кононенка, І. Кресіної, С. Кримського, М. Михальченка.

При досить інтенсивному вивченні складових процесу політичної комунікації, недостатньо уваги приділяється механізмам і основам сприйняття політичної інформації, зокрема, ментальній природі цих механізмів, яка детермінує участь людей у політико-комунікаційних процесах. Тому, виходячи із практичної і теоретичної актуальності зазначеної теми, метою статті є аналіз ментальності як основи взаємодії в процесі політичної комунікації.

Так, під ментальністю ми розуміємо одну з визначальних характеристик сучасного мислення, що пояснює особливості аксіологічного сприйняття українців. Вона є способом самовиявлення суспільства через етнокультурні тенденції розвитку, що ґрунтується на поєднанні раціональних

та ірраціональних ознак, цим самим, знаходячи між ними закономірну узгодженість.

В процесі сприйняття політично важливої інформації людиною феномен ментальності з'являється як на колективному рівні через систему норм, цінностей, суспільні настрої, характер людських взаємин, так і на індивідуальному рівні – через специфічні способи сприйняття дійсності та характерні особливості способу мислення. Про ментальність йдеться, коли мається на увазі, що представники певного суспільства, мають певну спільність у своїх світоглядах та у поведінці [2, с. 110].

Слушно зазначає І. Грабовська, що поняття «mentality» не можна адекватно перекласти на інші мови. Це і «умонастрій», і «мислительні настанови», і «колективні уявлення», «психологія» і «склад розуму» [3, с. 61]. Одне з найкращих, на нашу думку, визначень поняття таке: «ментальність» (від лат. mens (mentis) спосіб мислення, склад душі») є характеристикою сприйняття і тлумачення світу в системі духовного життя того чи іншого народу, нації, соціальних суб'єктів, що уособлюються певними соціокультурними феноменами [4, с. 369-370].

В нашій статті під менталітетом ми маємо на увазі комплекс всіх елементів душі народу, як психічної подібності людей, що породжує об'єктивний «автоматизм» інтелектуального і духовного життя, що позначається на політичній комунікації, зокрема, сприйнятті інформації. Слід зазначити, що кожна етнокультура має свій власний, так званий, «ментальний інструментарій» – мову, міфи, вірування, звичаї, мистецтво, мораль [5], що багато в чому й визначає специфіку політичної комунікації. Так, ментальність є сукупністю образів, уявлень і установок, інтегрованих в цілісну систему світобачення, що цементує єдність культурної традиції етносу, яка визначає своєрідні «правила комунікації», які зумовлюють активність і найбільш доцільний в певних соціальних, історичних, політичних умовах тип взаємодії в політико-комунікаційному просторі.

Сьогодні в умовах високої інформатизації суспільства, значної кількості населення і високої його зайнятості практично немає безпосередніх контактів громадян із політиками або їхніми представниками. Ці контакти опосередковані ЗМІ, зокрема, рекламою, політичними диспутами на телебаченні, сайтами в Інтернеті тощо. Тобто, можна констатувати, що політична комунікація стала високотехнологізованою, базується, опосередковується і визначається сучасними технологіями. Простір політичної комунікації, сам по собі, став технологією, тобто існує паралельно реальна і віртуальна комунікація (віртуальна політична комунікація поступово витісняє реальну). Цей простір формують фахівці, а об'єкт політичної комунікації – населення – не готове до критичного сприйняття політичної дійсності і певних технологій, тому засвоює сформовану інформацію досить часто несвідомо.

В цьому процесі політтехнологи повинні враховувати особливості політичної культури і свідомості, менталітет народу, темпоритм тощо. Менталітет є потужним трансформуючим фактором політичної комунікації, надзвичайно важливим і дієвим, і, в той же час, малопомітним, оскільки імпульси, які ним транслюються етносу чи окремій людині, йдуть з глибини історії і навіть майбутнього. Це не дивно, оскільки згадані імпульси генеруються архетипами нації, які належать «тонкому світу», що характеризується для нас поки що не вивченими просторо-часовими характеристиками.

Врахування цих особливостей і, відповідно, правильно побудовані політико-комунікаційні технології дають змогу політику справити бажаний вплив на електорат. Тому, моделюючи й реалізуючи політтехнологічні проекти, слід вивчити, якою є країна (полінаціональною чи мононаціональною), щоб вірно врахувати особливості менталітету кожної нації, що проживає на певній території. Також важливо дослідити ознаки, що характеризують найважливіші для досягнення політичного результату національні групи; які національні цінності культивуються, а які

проблематично сприймаються в суспільстві; якими є національні відносини, національне життя в країні та як впливають вони на політичну поведінку індивідів і спільнот тощо. Так, згадки росіян про велике імперське минуле багатьма українцями сприймаються як політична нетактовність, імперський рецидив. Ще один приклад: враховуючи, що рисами ментальності українців є бажання залишитись осторонь розв'язання складних суспільних проблем, індивідуалізм і певна наївність, то дієвою іміджевою стратегією для політика є підтримка образу «царя-батюшки», який наведе порядок в суспільстві.

На процес політичної комунікації впливає багатовіковий тиск на українську еліту, її скероване знищення в періоди розбрату та бездержавності, що сприяли деякому консерватизму українського менталітету, як захисту здобутих національних цінностей від зовнішніх впливів, і, в той же час, постійно відновлювали нездоровий скепсис населення стосовно власної еліти, як продажного та аморального прошарку суспільства («ну робіть, робіть, а ми вас всіх знаємо»). Така позиція громадян закріплює існуючий стан речей і гальмує процес демократизації взаємин.

Також важливу роль відіграють певні риси менталітету у поєднанні із темпоритомом життя суспільства. Так, у країнах, де цей показник високий, значно швидше можна сформувати і поліпшити рейтинг політика, а там, де він розмірний — для цього потрібно багато часу. Наприклад, в Таджикистані велике значення має усна традиція тому, що там багато людей не освічених. В результаті, доцільно політичну рекламу (біл-борди, плакати, лозунги тощо) не обтяжувати словами. В азійських країнах темпоритм повільніший, п'ятнадцяти секундні рекламні кліпи не сприймаються, і їх варто робити тривалістю не менше сорока п'яти секунд, щоб виборці встигли налаштуватися і зрозуміти зміст [6]. Отже, для одних місцевостей готують короткотривалі й динамічні інформаційно-агітаційні відеоматеріали (країни Заходу), для інших — триваліші й спокійніші (країни Азії).

Досліджуючи особливості процесу взаємодії між учасниками політичної комунікації в українському суспільстві, слід проаналізувати роль

найсуттєвіших рис ментальності: кордоцентризму, чуттєвості, антеїзму, інтуїтивного сприйняття сутності складних суспільно-політичних явищ, мрійливості, індивідуалізму, волелюбності та ін.. На ці риси накладаються маргінальні, двоїсті компоненти національного менталітету, обумовлені всесвітньо-історичною місією українського етносу, як Матері-Берегині європейської цивілізації, що простягла свої захищаючі руки між Заходом та Сходом. Цим компонентам притаманні поєднання індивідуалізму, характерного для західної ментальної орієнтації, і східної вразливості, колективізму, бурхливої реакції на соціальну несправедливість, частково змішаної з наївною вірою в сильного правителя.

Таке наївне ставлення громадян до політичних діячів підтримується й зазначеною вище рисою – кордоцентризмом (від латин. «cordis» – «серце», «centrum» – «центр кола»; «серце як єдність та цілісність людини»), автором цього терміну вважається О. Кульчицький [7, с. 8]. В цьому випадку мається на увазі, що людина приймає рішення в політичній комунікації не раціонально, а емоційно, образно кажучи, серцем, інтуїтивно і, певною мірою, наївно.

Але поряд з позитивними рисами ментальності, через специфіку радянського минулого, сформувались й такі негативні риси, як безвідповідальність та безініціативність, які, поєднуючись із певною повільністю, обережністю та інертністю, гальмують процес розвитку демократичної політичної комунікації. Так, на думку О. Стражного, українець не любить ризикувати, живе за принципом «якось воно буде», довго зважує «за» і «проти», довго радиться і приймає рішення половинчasti [8].

Проте варто зауважити, що є всі підстави говорити не тільки про особливості українського менталітету в цілому, але й про його відмінності в різних регіонах України, що визначатиме і використання відповідних технологій. Так, для жителів Західної України більш характерні такі риси, як працелюбність, індивідуалізм, вміння господарювати, повага до власності,

консерватизм до обумовлених часом змін національно-етнічних цінностей, а також активні прояви національних почуттів, патріотизму, релігійності. Відповідно, на Західній Україні політична комунікація вдало реалізується через технології, що містять національну символіку, ідеологію (політик повинен бути у вишиванці, демонструвати міцність своєї родини, релігійність, повагу до національних традицій, наприклад, В. Ющенко).

Що стосується населення Центральної, Східної та Південної України, то, як відомо, для них головним було не національне, а соціальне визволення. Тому провідними рисами менталітету в цих регіонах стали колективізм, поєднаний з анархізмом, звичка до кропіткої праці, яка має обов'язково дати покращення матеріального становища. Ставка у технологіях робиться на матеріальну зацікавленість громадян (виборець розглядає політика через призму конкретної матеріальної вигоди для себе), відповідно, в обіцянках політичних діячів звучать шляхи покращення добробуту, підвищення рівня життя, що сприяє зростанню кількості популістських заяв і політиків-популістів (наприклад, Ю. Тимошенко). Також цікавою була технологія Партії регіонів в 2004 р. – «Від дверей – до дверей», що передбачала укладання угоди між громадою певного населеного пункту і В. Януковичем щодо вирішення актуальних матеріальних проблем (газопостачання, водогону, будівництва доріг тощо). В разі своєї перемоги політик обіцяв виконати умови договору в зазначений строк.

В підготовці політичних технологій фахівцям важливо враховувати архетипи народу, з метою формування образів героїв, антигероїв, референтних осіб. Свого часу, наприклад, консультанти намагалися переформатувати імідж Ю. Тимошенко, маючи на меті сформувати асоціацію із княгинею Ольгою, Жанною Д'Арк, Богоматір'ю. Важко заперечити втручання в роботу архетипу «Україна» впливу, так званого «радянського архетипу», який спотворив національний генетичний код. Основними рисами радянського менталітету є: відсутність волі до покращення долі власними силами («рідна партія за все подбає»), показна працелюбність (аби

керівництво нас помітило, а робота якось зробиться»), амбіційність («знай наших»), патерналізм («він за це гроші отримує, тому хай подбає за всіх нас»), безпорадність («все одно хтось прийде та зробить, а моє діло маленьке»).

Певним чином, українці мають консервативні настрої, не довіряючи змінам, прагнуть не знайти щось нове, а зберегти вже створене. Це дозволяє зробити висновок, що такі риси дещо заважають економічному успіху. Якщо можна поділяти мислення на класику, романтизм, готику, бароко, авангард, то в українців однозначно мислення барокове, тобто з якоюсь специфічною вигадливістю [8].

Цікавими для нашого дослідження є результати опитування, проведеного соціологічною службою Центру Разумкова в жовтні 2011 р. щодо рейтингів провідних політиків. Так, найбільшу підтримку громадян України мають Ю. Тимошенко, А. Яценюк та В. Кличко. Президент України В. Янукович – на четвертому місці. Порівняно з травнем 2011 р., статистично значуще зросла частка респондентів, які повністю підтримують діяльність Ю. Тимошенко [9], не дивлячись на звинувачення в економічних злочинах і отримання за це вироку суду. На наш погляд, така позиція громадян обумовлена особливостями менталітету (кордоцентризм у поєднанні з бурхливою реакцією на соціальну несправедливість і наївністю), через це вони сприймають Ю. Тимошенко як мученицю, не справедливо засуджену, співчувають їй, готові підтримати.

В українців менше розвинуті домінування, харизматичність, прагнення до завоювання, але, з іншого боку, притаманне прагнення до розв'язання конфліктів мирним шляхом. Яскравим прикладом такого прояву можуть слугувати Помаранчеві події 2004 р. в Україні. Водночас, потрібно зазначити, що такі риси виступають певною перешкодою, оскільки не дають змоги надати розвитку країни бажаної динаміки та ініціювати широке впровадження в життя інноваційних політичних, соціальних та інформаційних технологій.

На сучасному етапі розвитку нашого суспільства менталітет продовжує відігравати важливу роль, як «вмонтованого в соціум» регулятора економічних, політичних та культурних комунікацій. Саме завдяки особливостям українського менталітету (певному консерватизму, уповільненості, зваженості) в Україні не відбулося соціальних вибухів в періоди «помаранчевої революції» кінця 2004 р., політичної кризи початку 2006 р., запровадження не популярних реформ 2011 р. тощо. В той же час потрібно зазначити, що ці риси є серйозною перешкодою на шляху реформування нашого суспільства, оскільки вони не дають змоги надати розвитку країні бажаної динаміки та ініціювати прорив на фронті впровадження в життя інноваційних політичних, соціальних та інформаційних технологій.

Сьогодні в умовах глобалізаційного впливу ментальність українців поступово змінюється, відбувається певний «розрив єдності» між особистістю і середовищем, що проявляється в процесах втрачання почуття ідентичності, посилення нерівномірності розвитку національних спільнот. Відповідно, політико-комунікаційні технології повинні також змінитися. Бажано, щоб вони були спрямовані не на маніпуляції суспільством, а на консолідацію населення навколо певної ідеї, що значно прискорить розвиток суспільно-політичних процесів та виведуть їх на рівень виконання Україною своєї всесвітньо-історичної місії.

Отже, ментальність українців містить риси як західних, так і східних суспільств, має регіональну специфіку, повільно змінюється під впливом суспільно-політичної ситуації, інформатизації суспільства, глобалізації. Ментальність українців (емоційність, індивідуалізм, безініціативність) визначає вибір відповідних політико-комунікаційних технологій і спрямована на підтримку існуючих взаємин в політичній комунікації. Гармонізація комунікації можлива за умов певної зміни ментальних настанов, пошуку об'єднавчої національної ідеї для жителів різних регіонів України. З накопиченням історичного досвіду, з соціокультурними

трансформаціями актуалізуються і з'являються якісно нові позитивні риси ментальності, спосіб мислення, поведінкові стереотипи.

Втім питання ментальної природи політичної комунікації не вичерпується розглянутими в статті технологічними аспектами взаємодії громадян і владної еліти. Перспективним напрямком подальшого розвитку теми нами бачиться дослідження впливу інформаційного обміну, глобалізаційних процесів, освіти на сприйняття електоратом політичних технологій і аналіз шляхів зменшення маніпуляцій в процесі політичної комунікації з боку суб'єктів політики.

Література:

1. Воропаєва Т.С. Українці та росіяни в контексті ментальних ідентифікаційних характеристик / Т.С. Воропаєва // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка № 12(199), том 2, Ч. 1, 2010. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlush/Sots/2010_12_2/15.pdf.

2. Попович М.В. Проблеми теорії ментальності / М.В. Попович, І.В. Кисляковська, Н.Б. Вяткіна та ін. – К.: Наукова думка, 2006. – 403 с.

3. Грабовська І. Проблеми засад дослідження українського менталітету та національного характеру // Сучасність. – 1998. – № 15. – С. 58-70.

4. Кримський С. Ментальність / С. Кримський, В. Заблоцький // Філософський енциклопедичний словник. – К.: Абрис, 2002. – 743 с.

5. Воропаєва Т.С. Українці та росіяни в контексті ментальних ідентифікаційних характеристик / Т.С. Воропаєва // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка № 12 (199), том 2, Ч. I, 2010. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vlush/Sots/2010_12_2/15.pdf.

6. Минченко Е.Н. Универсальные избирательные технологии и страновая специфика: опыт российских политических консультантов / Минченко Е.Н., Студеникин Н.В. – М.: Русская панорама, 2004. – 80 с.

7. Гнатюк Я.С. Український кордоцентризм у конфлікті міфологій та інтерпретацій: Монографія / Гнатюк Я.С. – Івано-Франківськ: Симфонія форте, 2010. – 184 с.

8. Стражний О. Українська ментальність як чинник успіху / О. Стражний // Персонал. – 2009. – № 2(304). – Режим доступу: <http://www.personal-plus.net/304/4300.html>.

9. Тимошенко – знову лідер симпатій українців // Українська правда. – 18.10.2011. – Режим доступу: <http://forum.pravda.com.ua/read.php?2,21129026>.