

Вікторія Полянська

ЕСТЕТИКО-ПОЛІТИЧНІ
ТА ЕМОЦІЙНО-АФЕКТИВНІ ФАКТОРИ
СПРИЙНЯТТЯ УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКИХ ВІДНОСИН

Досліджуються емоційні аспекти політичної свідомості як фактор політичного судження. Розглядаються підходи до дослідження емоцій у політиці, а також значення естетичних факторів у процесі обробки інформації й формування політичних суджень на прикладі українсько-російських відносин. Пояснюється інструментальна функція естетичних об'єктів, оформлених у

аудіо та візуальні повідомлення, в контексті трансформації або генерування політичних суджень.

Ключові слова: емоції в політиці, політична свідомість, афекти, політична естетика, політичні судження, політичні стереотипи, українсько-російські відносини.

Polyanska V. Aesthetic-political and emotional-affective factors of the Ukrainian-Russian relations assumption.

The emotional aspects of the political consciousness as a factor political judgment are considered. The approaches of the emotions on politics are conducted, in the same way the consequence of the aesthetical factors is researched on the example of the Ukrainian-Russian relations. The instrumental function of the aesthetical objects, which is formed like the audio and video message, is explained in the context of the political judgment transformation and generation.

Keywords: emotions in politics, political consciousness, affects, political aesthetics, political judgment, political stereotype, Ukrainian-Russian relations.

Проблема відносин між країнами завжди містить певні політико-культурні, політико-психологічні та політико-естетичні складові. Йдеться про фактори, які визначають політичні установки, стереотипи, відношення, думки щодо учасників політичних відносин і, відповідно, політичну поведінку та характер взаємодії між суб'єктами. Одним із визначних факторів у формуванні політичних рішень та поведінки міжнародних акторів є політико-психологічні та політико-естетичні компоненти політичних відносин. Українсько-російські відносини в політико-психологічному аспекті стали предметом публіцистики та широкої суспільної дискусії як в Україні, так і Росії. Але незважаючи на актуальність цієї теми і увагу світової спільноти, що прикута до міждержавних відносин України та Росії, відчувається брак наукових досліджень, спрямованих на об'єктивний аналіз процесів, що протікають у сфері політичної свідомості, особливо це стосується механізмів формування політичних суджень щодо поточних подій та суб'єктів.

Основною метою цієї статті є дослідження процесу взаємодії емоційно-афективних компонентів політичної свідомості, оформле-

них та діючих естетичними засобами, з когнітивними процесами в ході формування політичних суджень. На основі політико-естетичної концепції та результатах дослідження емоцій у політиці нашим завданням є показати зв'язок емоційно-афективних аспектів політичної свідомості та сфери естетичного освоєння людиною політики в процесі формування суджень щодо українсько-російських відносин.

Політична естетика (від нім. *Ästhetik*, від дав.-грец. *αἰσθησις* — «почуття, чуттєве сприйняття») – це концепція та комплекс методологічних підходів, у рамках яких досліджуються процеси та явища, які виникають на межі політичної та естетичної сфер людського буття внаслідок взаємопроникнення та взаємодії цих сфер. Становлення концепції політичної естетики відображено в роботах П. Бурдьє, В. Бушанського, О. Дорського, Дж. Рансьєра, К. Сартвелл, Р. Харімана. Проблема естетики політичної влади стала предметом дослідження вітчизняного науковця В. Бушанського, який доходить переконливого висновку про те, що без урахування естетичного чинника політичного процесу його адекватне пізнання стає неможливим [1]. В аспекті реальної політики політична естетика може виступати як сукупність політичних технологій, спрямованих на конструювання певного емоційного відгуку щодо політичних об'єктів (особистості (іміджу, події, політичного рішення, політичного об'єкта (держава, нація, партія), політичного процесу (реформа, революція, війна), а також на вплив у процесі формування політичного судження та відповідних моделей поведінки. Технології політичної естетики реалізуються в сфері політичної комунікації та політичної культури, впливаючи на політичну свідомість або її окремі компоненти.

У цій роботі ми розглянемо емоційні компоненти політичної свідомості та зміст «емоційного відгуку», емоційної реакції, на який спрямовані технології політичної естетики. Причому, цей «емоційний відгук» нас цікавить в аспекті процесу формування політичних суджень та відповідних моделей політичної поведінки. Емоції в політичній науці досліджувалися в роботах таких вчених, як Р.Абельсон, М.Лодж та Ч.Тебер, Л. Хадді, Т. Бредер, Дж. Е. Маркус, В. Нойман, М. Макуїн та багато інших.

Політична психологія досліджує емоції в політиці реакції, що «мають вплив на те, яким чином громадяни організують інформацію, вивчають факти відносно політики, формують враження та приймають рішення стосовно політики» [1, с. 499]. Поняття «емоцій» у наукових дослідженнях вживається в доповненні або синонімічно щодо таких понять, як «відчуття», «почуття», «афекти», «настрій», «пристрасті». Слово «емоції» утворено від латинського «*emovere*», що означає «збуджувати, рухатися, захоплювати», в повсякденному мовленні під емоціями розуміють як любов, ненависть, злість, страх, надія та гордість. Емоції відображають відчуття, оскільки вони мають вираження, можуть мати зв'язок із соціальними очікуваннями та бути справжніми або лицемірними. Емоції мають інтенційність та лежать в основі поведінкових реакцій, одними з найяскравіших та неорганізованих є такі екстремальні стани як терор, паніка або лють. Афекти є абстрактним, неусвідомлюваним досвідом стимулювання, які включають в себе психологічну реакцію, викликану середовищем, яке визначає інтенсивність почуттів. Афекти є сполучниками між усвідомлюваним та волею, пов'язують наші тіла з оточуючим середовищем та впливають на процес усвідомлення. Найчастіше афекти сприймаються як один з трьох сфер людських металних функцій, поряд із мотивацією та пізнанням.

Унаслідок дослідження Р. Абельсона [3] та його колег у 1982 році було зроблено висновки, що позитивні та негативні емоційні відгуки щодо політичних лідерів, такі як надія, ентузіазм, злість та страх, формують їх здатність бути обраними (*electability*).

У серії експериментів М. Лодж та Ч. Тебер [4] показали, що всі соціальні та політичні концепції навантажені афектами у вигляді позитивних або негативних ярликів, що зберігаються в пам'яті, незалежно від їх когнітивного змісту, та приходять на думку без зусиль та автоматично. Коли людину просять дати оцінку, наприклад, «Як почувася?»), активується евристика, і її почуття щодо об'єкта автоматично накладаються на думку, впливаючи на формування судження.

Л. Хадді та його колеги [5] досліджували роль тривоги та гніву в потенційно загрозливому контексті, такому як терористична атака. Вони виявили, що страх запобігає когнітивній обробці

інформації, оскільки увага зосереджена на джерелі небезпеки, замість інших аспектів середовища. На додачу, загроза визначає міжособисті відносини, сформовані для мінімізації персональної незахищеності по відношенню до тероризму.

Т. Бредер [6] досліджував політичну комунікацію в контексті емоційності, зосереджуючись на ентузіазмі та страху, які стимулюються візуальними та аудіосигналами політичної реклами. Його експерименти та дані контент-аналізу демонструють визначний вплив афективного змісту політичної реклами на електоральну участь та вибір.

Позараціональна складова політики і політичної діяльності розкривається, здебільшого, через поняття політичного міфу. В політичній науці утвердилось поняття про міф як «цілісне, спрощене, переважно ірраціональне відображення в індивідуальній і масовій свідомості політичної реальності та основних суспільних цінностей, своєрідний символічний засіб їх інтерпретації, моделювання світу і соціального життя» [7, с. 8–9]. Крім того, політичний міф є інструментом реалізації конкретних політичних завдань, утвердження нової політичної ідеології. Варто погодитися із твердженням про те, що політичний міф є своєрідною інтегрованою формою міфологічної й політичної свідомості, особливим видом міфу, що зберігає в колективній пам'яті народу його соціальний досвід, імперативи духовно-морального виміру політичних процесів, зрештою, – формує світобачення, життєві плани, спосіб життя людей, «перетворює» ідеї й символи в практичну площину [8].

К. Дж. Феттвайс в дослідженні патологій влади доводить, що емоції та переконання щодо політики можуть вважатися патологічними в тому випадку, якщо в них переважають ірраціональні складові. Зокрема, такі емоції як страх, гордість, слава та зверхність, пиша в політиці зустрічаються скрізь та мають різноманітні прояви. В цілому, це нормальні емоційні реакції на політичні об'єкти, але є умови, за яких, наприклад, страх перетворюється на параною, гордість на шовінізм, коли «...патологічні переконання роблять нас більш войовничими, ніж ми могли б бути» [9, с.14]. Відповідно, в політичному конфлікті патологічні емоції позначаються на інтенсивності та глибині процесів взаємодії конфліктуючих сторін,

інтенсивності емоційного сприйняття ворога, визначають ступені насильства, що застосовується, стиль прийняття рішень та їх зміст.

«Коли патологія визначає реальність, політика стає протилежною тому, що раціональний аналіз національних інтересів пропонує як прийнятне» [9, с. 15]. Часто трапляється ситуація, коли політичні лідери обґрунтовують важливість чогось, що таким не є. Наприклад, необхідність війни часто обґрунтовується не раціональними підрахунками матеріальних втрат та зисків від воєнних дій, а ціннісними уявленнями щодо «бажаного» або «необхідного» в цій ситуації. «Стратегічний перформанс може бути вдосконалений тоді, коли патологічні переконання виявлені та усунені» [9, с. 15]. Рішення, що приймаються на основі патологічних уявлень, можна вважати контрпродуктивними. Автори дослідження вважають, що рішення про розв'язання війни з іншою державою вимагає великого об'єму патологічних емоцій та зусиль з їх актуалізації.

У формуванні патологічних політичних уподобань у сучасному світі можуть відігравати значну роль досить різноманітні фактори стихійного або керованого характеру. Це можуть бути об'єктивні події надзвичайного характеру, що посилюють гостроту переживання емоцій, як-то криза, війна, революція. Але універсальним контрольованим фактором посилення/послаблення або навіть маніпулювання політичними емоціями звичайно є ЗМІ, серед яких найвпливовішим залишається телебачення.

Унаслідок залучених спостережень за масовими акціями, що проходили в м.Дніпропетровську протягом кінця 2013 – початку 2015 років, та результатів глибинних інтерв'ю в виділених для аналізу групах аналітики Центру соціально-політичних досліджень «Артха» виявили зв'язок між відчуттями страху, тривоги, гніву, ентузіазму та процесом формування політичних суджень. На основі цих спостережень можна дійти висновку, що в процесі безпосередньої участі невеликих груп людей, а також середніх конвенційних та експресивних натовпів, емоційна реакція відбувалась значно швидше, ніж під час контакту з ЗМК (електронні ЗМІ, зокрема), відзначалися стійкістю та впливали на процес формування політичних суджень. Провідну роль у процесі формування політичних суджень відігравали естетичні фактори. Присутність

національної символіки (візуальна та музикальна) викликали ентузіазм, позитивні, піднесені емоції. В той же час, присутність символічних, аудіо та візуальних сигналів, в які оформлюються інформаційні повідомлення, що надходили з оточуючого середовища, спричиняли тривожність, страх, гнів та ентузіазм. При цьому, структурування в міжособистісній комунікації, що мало неформальний характер, пом'якшувало гостроту емоційних переживань та полегшувало когнітивні механізми обробки інформації. Динаміка гостроти емоційних переживань виявилася зворотно пропорційною частоті актів неформальної комунікації, в тому числі міжособисте спілкування, спілкування в групах під час масових заходів, спілкування у соціальних мережах. Саме спілкування, розширення особистих контактів, можливість висловити свою думку, відчувати себе частиною групи зі спорідненим світоглядом (малої групи з персоналізованим членством) стало амортизатором між емоційно-провокуючими сигналами і процесами обробки інформації та формування політичних суджень, пом'якшило емоційний вплив та сприяло стратифікації громади міста за ознакою критичного/некритичного мислення. Виділилася група людей, активно задіяних у соціально-політичних процесах, яка реалізує функцію громадянського суспільства («агентів дії»), та більш чисельна група мешканців міста, яка займає менш активну громадську позицію та залишається в ролі «глядачів». Група «агентів дії» орієнтована на пошуки альтернативної інформації та більш уважну її обробку, тоді як група «глядачів» схильна сприймати інформацію в готовому вигляді, який не потребує більш глибокого аналізу, одночасно «заражаючись» від емоційних сигналів, що надходять зі ЗМІ (новини, ток-шоу, гучні та часто неперевірені «вікиди» в соціальних мережах). Слід зазначити, що між групами «агентів дії» та «глядачів» існує взаємозв'язок та взаємодія, оскільки група «агентів дії» демонструє нові та актуальні моделі поведінки, які стають активно або пасивно референтними для групи «глядачів», рекрутуючи з останньої найбільш активних осіб.

Окремо слід сказати про структуру політичних цінностей, яка також зазнала суттєвих змін за цей період. Сильні емоції, викликані сигналами із зовнішнього середовища, спричинили зсуви у

сприйнятті політичних об'єктів, а також відповідні установки та стереотипи. Цінність «національного», «державності», «єдності» в рамках політичної нації наповнилась емоційним змістом. Але інтенсивність її переживання виявилася сильнішою в групі «агентів дії», оскільки їх перебування у активній суспільній діяльності та безпосередньому спілкуванні полегшила процеси формування політичних суджень щодо політичного самоусвідомлення та політичної самоідентифікації в рамках ціннісної парадигми Євромайдану, а також подальших подій на Сході України.

У групі «глядачів» процеси самоусвідомлення та самоідентифікації з Україною, українськими національними та державними символами відбуваються дещо іншим способом, головним чином через протиставлення негативно референтних моделей поведінки, якими стали «росіяни», «Росія», «ВВП», наприклад. Неоднорідність групи «глядачів» та нестача досвіду самостійного аналізу суспільно-політичної інформації спричиняють спрощення інформаційних повідомлень, які надходять до неї зі ЗМІ, і відповідну складність когнітивних та полегшення емоційних реакцій на інформаційні аудіо та візуальні сигнали.

Формуються політичні судження щодо таких об'єктів політичної реальності, як «Росія», «росіяни», «Путін» і т.д., які оформились у вигляді когнітивно-емоційних маркерів. Стосовно вказаних об'єктів найчастіше переживаються такі емоції, як подив, гнів, розчарування, обурення, образа, рідше зверхність та страх. Також слід зазначити, що гострота емоційної реакції на вказані політичні об'єкти в групі «глядачів» більш гострі, але менш стійкі. Тоді як в групі «агенти дії» гострота емоцій, пов'язана із конкретними інформаційними повідомленнями, підвищується піково і має короткостроковий характер.

Для групи «глядачів» основним каналом отримання політичних новин є ТБ, тоді як «агенти дії» для цього переважно користуються Веб та експертними оцінками у міжособистому спілкуванні.

«Теленовини дають людям відчуття інформованості, але не постачають основної інформації» [10, с. 4]. Оскільки «глядачі» більшою мірою схильні споживати інформаційний продукт через ТБ, візуальна складова інформаційних повідомлень для них

складає вирішальний об'єм, оскільки візуалізоване знаходить до мозку більш короткий емоційний шлях.

Традиційно, для вимірювання політичного контенту та його модальностей в електронних ЗМІ користуються такими методами, як, наприклад, контент-аналіз, фіксуючи вербалізовані смисли за певною схемою. Але візуальний ряд, або, наприклад, аудіоряд не аналізується повною мірою. І це позбавляє політичного аналізу можливості зрозуміти потенціал впливу мас-медіа на формування політичних вподобань та прийняття рішень у суспільстві. Наприклад, можна провести паралелі між кількістю показаних у ЗМІ кадрів з пораненими українськими солдатами, похоронів бійців та вбитих горем членів їх родин та 1) відсотком ухилення від мобілізації або ж 2) навпаки, з високим відсотком явки в воєнкомати. З огляду на вищесказане, високий відсоток ухилення від служби буде накладатися на домінуючі емоції страху, тривоги та печалі, тоді як високий відсоток явки в воєнкомати вірогідно збігатиметься із домінуванням ентузіазму або гніву.

Мозок працює з візуальною інформацією таким чином, що великий масив образів накопичується, але розуміння, усвідомлення відбувається лише через маленьке свідоме «віконце», куди потрапляє візуальна інформація. Дж. Е. Маркус, В. Нойман та М. Макуїн досліджували цей феномен як «верхівку айсберга» [11].

Не можна сказати, що афекти напряму визначають судження, але впливають на спосіб, яким обробляється інформація, на стиль формування політичних суджень [12]. Евристичні сигнали можуть відігравати сильну роль у судженнях відносно політичних об'єктів. Емоції щастя та печалі задіяні в формуванні стилю обробки інформації мозком людини.

У той же час модальність емоцій не є вирішальною у сприйнятті інформації та процесі формування політичного судження. Наприклад, емоції страху та гніву, будучи негативними, мають різні інтенції щодо впливу на політичну поведінку. Як вважають Дженніфер Лернер та Дічер Келнер [13], індивіди реагують, відчуваючи емоції відрази або тривоги за різних умов.

Відчуття відрази та фрустрації активуються в знайомому, але репресивному середовищі. Тривога та занепокоєння продукуються, коли відбувається щось неочікуване та невідоме, на що індивід не

може ефективно відреагувати. Коли реакція є ефективною, це породжує відчуття розслабленості. Наприклад, якщо людина дізнається про те, що її країна знаходиться у стані війни із сусідньою державою, яка на віку цієї людини вважалася дружньою, тривога та занепокоєння, викликані такою інформацією, можуть бути розряджені конкретною реакцією цієї людини. Якщо такою реакцією буде замкненість людини, апатія, прагнення до алкоголю, немотивованої агресії, така реакція не може вважатись ефективною щодо стану психологічного комфорту в довгостроковій перспективі. Якщо ж людина починає активно спілкуватись із іншими людьми, що відчувають те саме, одночасно роблячи спільну справу, наприклад, волонтерство, емоційна напруга буде знижуватись.

Унаслідок вищесказаного можна дійти таких висновків:

По-перше, дослідження емоційно-афективних компонентів політичної свідомості є досить складним і динамічним процесом, але необхідність таких досліджень є самоочевидною, оскільки емоції та афекти задіяні в процесі формування суджень щодо внутрішньої та зовнішньої політики.

По-друге, найбільш ефективним інструментом формування певних афективних та емоційних станів є аудіо та візуальні сигнали, оформлені в естетичних об'єктах, у тому числі художніх образах, та їх трансляція через засоби масової комунікації.

По-третє, українсько-російські відносини з кінця 2013 року до наших днів мають своє відображення в політичній свідомості, де емоційно-афективний компонент відіграє значну, а іноді і вирішальну роль. Зміст цього компонента вимагає акуратного та послідовного аналізу, оскільки дає підстави не лише для окремих політичних суджень, а й позначається на адекватному розумінні ситуації як політичними експертами, так і широкою публікою в обох країнах.

По-четверте, проблемою залишається складність аналізу впливу політико-естетичних аспектів на трансформацію емоційно-афективних станів, його матеріально-технічна витратність, які, на нашу думку, компенсуються евристичними та практично значимими результатами, отриманими від таких досліджень.

По-п'яте, на основі залученого спостереження та опитувань методом глибинного інтерв'ю визначено пропорційну залежність

від соціально-політичної активності та гостроти відчуття емоцій щодо критичних політичних ситуацій, таких як збройний конфлікт.

1. Бушанський В. В. Естетика політичної влади / В. В. Бушанський. – К. : ПАРАПАН, 2009. – 360 с.
2. Capelos T. Emotions in Politics / T.Capelos. // The encyclopedia of political science. Edited by G.T.Kurian. – Washington: CQ Press, 2011. – 1942 p.
3. Abelson R.P., Donald R.K., Mark D.P., Susan T.F. Affective and Semantic Components in Political Person Perception / [R.P.Abelson, R.K.Donald, D.P.Mark, T.F.Susan] // Journal of Personality and Social Psychology 42, no. 4 (1982): 619–663.
4. Lodge M., Taber C. Three Steps Toward a Theory of Motivated Political Reasoning. In Elements of Reason: Cognition, Choice, and the Bounds of Rationality / Edited by Lupia A., McCubbins M.M., Popkin S.L./ [A.Lupia, M.M.McCubbins, S.L.Popkin]. – New York: Cambridge University Press, 2000. – P.183–213.
5. Leonie H., Feldman S., Capelos T., Provost C. The Consequences of Terrorism: Disentangling the Effects of Personal and National Threat / [H.Leonie, S.Feldman, T.Capelos, C.Provost] // Political Psychology 23, no. 3 (2002): 485–510.
6. Brader T. Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work / T.Brader. – Chicago: University of Chicago Press, 2006. – 350 p.
7. Шайгородський Ю. Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу / Ю. Ж. Шайгородський. – К. : Знання України, 2009. – 400 с.
8. Шайгородський Ю. Ціннісна складова сучасної політичної міфології / Юрій Шайгородський // Політичний менеджмент. Спецвипуск. – 2008. – С. 126–135.
9. Fettweis C.J. The Pathologies of Power: Fear, Honor, Glory, and Hubris in U.S. Foreign Policy / C.J.Fettweis. – Cambridge University Press. – 300 p.
10. Grabe M.E., Bucy E.P. Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections: News and the visual framing of elections / M.E.Grabe, E.P. Bucy. – Oxford University Press, 2009. – 310 p.
11. Neuman, W.R., Marcus G.E., Crigler A.N., MacKuen M.B. The Affect Effect: Dynamics of Emotion in Political Thinking and Behavior. / W.R.Neuman, G.E.Marcus, A.N.Crigler, M.B.MacKuen. – Chicago: University of Chicago Press, 2007. – 236 p.
12. Feeling Politics: Emotion in Political Information Processing / Edited by Redlawsk D.P. / D.P.Redlawsk. – Palgrave Macmillan, 2006.– 284 p.
13. Lerner J.S., Keltner D. Beyond Valence: Toward a Model of Emotion-specific Influences on Judgment and Choice. / J.S.Lerner, D.Keltner. // Cognition and Emotion 14, no. 4 (2001): 473–493.