

ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

УДК 324(477)

В. В. КОЛЮХ

ЕЛЕКТОРАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ В УКРАЇНІ: МІЖ МАЙБУТНІМ І МИНУЛИМ

Виборчий процес в Україні характеризується поєднанням суперечливих тенденцій. З одного боку, це наявність демократичного законодавства, політичної альтернативи та конкуренції (на відміну від низки пострадянських держав), з іншого — надзвичайно масштабний вплив на волевиявлення громадян за допомогою політичних технологій. Комунікація суб'єктів виборів із суспільством часто обмежується використанням маніпулятивних прийомів, побудованих на найархаїчніших рисах людської психіки. Відбувається системна підміна демократичного діалогу грою на почуттях, емоціях і навіть інстинктах електорату. Це сприяє утвердженню політичного популізму та безвідповідальності і робить примарними перспективи формування в Україні стабільної та ефективної демократії.

***Ключові слова:** демократія, вибори, політична комунікація, політична міфологія, дискурс.*

Колюх В. В. Электоральная коммуникация в Украине: между будущим и прошлым

Избирательный процесс в Украине характеризуется соединением спорных тенденций. С одной стороны, это имеющееся демократическое законодательство, политическая альтернатива и конкуренция (в отличие от ряда постсоветских государств), с другой — чрезвычайно масштабное влияние на волеизъявление граждан с помощью политических технологий, коммуникация субъектов выборов с обществом часто ограничивается использованием манипулятивных

© КОЛЮХ Валерій Володимирович — доктор політичних наук, професор кафедри політичних наук Київського національного університету імені Тараса Шевченка

приемов, построенных на самых архаических чертах человеческой психики. Происходит системная подмена демократического диалога игрой на чувствах, эмоциях и даже инстинктах электората. Это способствует утверждению политического популизма и безответственности, и делает сумрачными перспективы формирования в Украине стабильной и эффективной демократии.

Ключевые слова: демократия, выборы, политическая коммуникация, политическая мифология, дискурс.

Kolyukh Valeriy. Electoral communication in Ukraine: between future and past

The electoral process in Ukraine is characterized by a combination of contradictory trends. On the one hand, this is democratic legislation, political alternative and competition (in contradistinction to a number of Post-Soviet states), on the other hand there is extremely large impact on the will of the citizens through political technologies. Communication of subjects of elections with society is often restricted on the use of manipulative techniques built on the most archaic features of the human psyche. There is a systemic substitution of democratic dialogue by playing with feelings, emotions and even the electorate's instincts. It helps the assertion of political populism and irresponsibility and makes perspectives of formation of stable and effective democracy in Ukraine illusive.

Keywords: democracy, elections, political communication, political mythology, discourse.

Важливим індикатором перебігу політичної модернізації в країнах демократичного транзиту є еволюція виборчого процесу. Вільна конкуренція за владу, наявність політичної альтернативи, дотримання моральних та юридичних норм — ключові засади демократії. Всі вони поєднуються в межах інституту виборів.

За характером проведення виборів можна судити про рівень впровадження базових засад сучасної демократії — і, зокрема, демократичної політичної культури та раціональної політичної комунікації. Вибори є справжнім іспитом з демократії. Від того, наскільки успішно вдається його скласти державам-«здобувачам», залежать не лише їхні поточні «оцінки», а й перспективи засвоєння інших демократичних «знань та вмінь».

Демократичні (конкурентні) вибори є одним із ключових інструментів політики як змагання за владу. Боротьба за голоси виборців передбачає необхідність комунікації учасників виборчих перегонів як із суспільством, так і між собою. Відтак, саме електоральна комунікація (політична комунікація, зумовлена

проведенням виборів) часто найбільш рельєфно унаочнює характерні тенденції політичного життя того чи того суспільства. З цього погляду електоральна комунікація у ході загальнонаціональних (парламентських і президентських) виборчих кампаній в Україні дає чимало емпірики для спостережень та узагальнень.

Попри те, що політичні комунікативні практики, їхні мовленеві та маніпулятивно-пропагандистські складники неодноразово були предметом дослідницької уваги вітчизняних науковців¹, комплексний аналіз електорального дискурсу як чинника політичної трансформації України залишається актуальним науковим завданням. Виявлення проблемних аспектів впливу електоральної комунікації на демократичний транзит українського суспільства є метою пропонованого дослідження.

Реальна історія виборів на території экс-СРСР стартує лише від 1989-1990 рр. — апогею т. зв. «перебудови», тобто розкладу та лібералізації радянської системи. До цього виборчий процес був фактично позбавлений свого головного складника — альтернативного голосування. Процедура виборів зводилася, по суті, до формального схвалення громадянами (що їх явка на дільниці завжди фіксувалася по-військовому високою — понад 99%) заздалегідь погоджених керівною і єдиною «партією влади» — КПРС — кандидатур до представницьких органів від «блоку комуністів і безпартійних». (Термін «партія влади» невинно актуалізовано вже на початку статті — адже до нього неодноразово доведеться повернутися.)

З появою реальної політичної альтернативи та переходом до розбудови демократії у незалежній Україні все стало набагато складніше, адже відтепер виборцям доводилося думати, за кого віддати свій голос. А вибирати самому — це завжди непросто. Тим паче, що робити вибір самостійно, без указівок «згори», люди за сімдесят років елементарно розучилися. «Благий» намір дати громадянину «підказку» в цій складній ситуації і став першим джерелом наступного масованого використання маніпулятивної комунікації українським політичним класом і, зокрема, суб'єктами виборчих перегонів.

Відповідно до відомого принципу «вибори — це надто серйозна річ, аби віддавати її на відкуп виборцям» в Україні застосову-

ється не лише масштабне маніпулювання суспільною свідомістю, а й ціла сукупність інших нечесних технологій: джеррімендеринг («електоральна географія» — формування сприятливої для «партії влади» територіальної структури виборчих округів); електоральний клієнтелізм, утворення сталого патрон-клієнтелістського симбіозу на загальнонаціональних виборах (надто — на мажоритарних округах, коли президентська «партія влади» кооптує до свого складу мажоритарників шляхом надання їм адміністративної та фінансової підтримки в розрахунок на наступне використання їхнього ресурсу у президентських кампаніях).

Зрощення влади та бізнесу, можливість фактично миттєвої і неконтрольованої конвертації політичного впливу в економічні преференції; надзвичайна мінливість політичної кон'юнктури внаслідок розмитості соціально-групової структури українського суспільства, відсутності у ньому сталих груп інтересів, асоційованих із певними комплексами ідеологічних переконань (на тлі кризи класичних політичних ідеологій і втрати ними свого мобілізаційного потенціалу) — все це веде до загальної примітивізації політичної (насамперед, передвиборної) боротьби, переважання короткотермінових стратегій політичного успіху («тут-і-тепер»-ефект, коли головне — перемога на найближчих виборах, а далі — хоч потоп), поширення безвідповідального популізму (втім, це далеко не тільки українська проблема), апелювання не лише до найбільш за давнини, дражливих та контroversійних питань національного «порядку денного» (мова, церква, зовнішньополітичний вибір), а й до найархаїчніших архетипних уявлень суспільної свідомості. Справді, коли пріоритетом є швидкий успіх без огляду на стратегічні перспективи, набагато доцільніше апелювати не до розуму виборців, а до сфери несвідомого — почуттів, пристрастей, архетипів, навіть інстинктів.

Відтак, найбільш знаковим у цьому контексті стало саме широке і безконтрольне використання примітивних та небезпечних (хоч і по-своєму дієвих) комунікативних та, зокрема, PR-технологій (жонглювання сенсами, навмисна примітивізація, заниження рівня передвиборного політичного дискурсу, агресивна політична міфологія тощо).

Першою та визначальною (і, водночас, також нерозривно пов'язаною із радянським минулим) маніпулятивною реальністю є закритість влади — зокрема, комунікативна. На думку дослідників, форми політичного дискурсу в Україні зазнають істотного впливу традиційного політичного типу, що його можна охарактеризувати як вольовий *rag exellence*, традиційно сакралізований. Дискурс сучасних політиків та владних структур залишається значною мірою закритим, сакральним. Це дискурс сакральної спільноти, моделлю якої ще досі слугує «політбюро». Попри проголошену гласність і видимість всепроникної політичної балаканини, реально впливовий дискурс залишається «внутрішньою» справою політиків². У мовному спілкуванні українських політиків переважає монологізм, коли один не чує іншого, практика залаштункового домовляння, а не діалогічного обговорення, закритість, коли суспільство не має можливості зрозуміти дії і прагнення політичних суб'єктів. Політичний дискурс все ще відбувається як містично-сакральне дійство. Це вносить стійкий ірраціональний елемент у політику. І це стає дуже небезпечним, коли особистісні стосунки, дружба чи ворожнеча стають найвищим аргументом у політиці, а інтимні порухи душі часто вирішують долю держави та її громадян. Сказане стосується і електоральної комунікації (як частини політичної), де монологічна саморепрезентація суб'єктів виборів досі превалює над діалоговим форматом.

Натомість, існування спільноти та інституцій (і серед них головної — держави) значною мірою залежить від того, як буде розвиватися політична комунікація. Відкрите суспільство характеризується тим, що в політиці набуває значущості мова «Іншого».

Практична політика не може обмежуватися лише втіленням монологічно виробленого, навіть «ідеального» політичного проєкту. Жодне політико-стратегічне (не кажучи вже про тактичні), рішення не може бути розроблене назавжди і наперед. Вироблення найкращого типу політики залежить від «так» чи «ні» інших учасників політичної дії. Політика не обмежується цілеспрямованою дією. Сам ідеальний тип політики набуває легітимації через комунікацію і не може здійснюватися як регулятивний ідеал поза полі-

тичним дискурсом. Водночас дискурсивна форма політики, своєю чергою, визначає відповідний політичний зміст.

Відкритий дискурс передбачає можливість приєднатися до нього, вступити у політичний діалог. Відкрите суспільство фундаментально відрізняється від традиційного тим, що останнє є комунікативно обмеженим. За умов тоталітаризму громадянське суспільство не має жодної автономії щодо держави. Там немає громадян, які дискурсивно маніфестують (тобто мають вільну можливість висловлювати думки) свою волю, є лише підданці.

У відкритому суспільстві дискурс стає пріоритетним та головним елементом політики. Щодо розумної прозорості аргументації, то тут важливо не захопитися просвітницьким оптимізмом. Різні народи обирають різні шляхи. Слова поета «Нам своє робить» завжди присутні в політиці. Вони мають онтологічний сенс, вказуючи на локальність культурних світів. Значення поглядів, віри, гадки в політичному дискурсі не менше, ніж посилення на універсальний розум. Але все-таки інституції, які забезпечують політичний дискурс, не можуть бути позараціональними, тому що їхній сенс та соціальне завдання полягає якраз у раціоналізації волі до влади.

Відродження повноцінного культурного та публічного життя, становлення громадянського суспільства — ось що визначає політичне життя країн, які прагнуть позбутися тоталітарної спадщини. Політичне майбутнє набуде реальних окреслень не в разі опертя на міфологеми, «німий ґрунт», а від того, наскільки у просторі соціальних та культурних трансформацій зможе конституюватися «культурно-резонуюча публічність» (за Габермасом). Поступ залежить від того, наскільки політична влада стане владою дискурсу.

Політика в сучасному суспільстві не може здійснюватись за традиційними формулами, які часто-густо слугують за класичні зразки. Політика не зводиться до прояву того, що замислюється, готується та розраховується наодинці. Політика перестала бути прерогативою пророків. Вона не є реалізацією монологічно витвореного політичного ідеалу чи то раціональними, чи то екстрава-

гантними засобами. Політика головним чином існує ззовні, в світі, у політичному дискурсі, бо це спосіб її буття.

Проте, як спосіб дії реальних суб'єктів, локалізованих у просторі та часі, вона не може звільнитися від нашарувань минулого, що закріпилися у схемах та стереотипах сприйняття та опису світу і електорату, і діючих політиків. Спокусливо формулювати вимоги до сучасного політичного дискурсу, зважаючи на світовий досвід розвинених демократій. Однак слід бути готовим і до того, що він матиме багато анахронічних ознак, лише зовні відрізняючись від політичного дискурсу тоталітарних суспільств³.

Зокрема, аналізуючи програми кандидатів до представницьких органів, неважко зауважити переважання архаїчних та/або агресивних мовних конструктів у політичній риториці претендентів. Так, чи не головною характеристикою соціальної структури визнається поділ на взаємно антагоністичні «владну еліту» і «народ» — поділ, що набув уже патологічних форм. Твердження про неспроможність чинної влади як обґрунтування необхідності її усунення — ось головна тема передвиборних заяв чергових кандидатів у політичну еліту. На їхню думку, відвертий цинізм законодавців, які ігнорують інтереси «народу» на користь власним приватним і суто егоїстичним прагненням, що об'єднав їх у кастоподібну спільність, не можна далі терпіти. Суспільство внаслідок цього фактично розколоте, поляризоване, втратило цілісність, а весь тягар такого стану несе мовчазна більшість. Вона, крім того, позбавлена засобів контролю за діями еліти, її фактично усунуто від участі в політичному житті.

Колишніх депутатів та інших представників влади звинувачують за допомогою досить широкого спектру вербальних символів з неприховано негативним ціннісним забарвленням («мафія при владі», «номенклатура», «корумпована каста», «партія влади», «теоретики безробіття», «винні у пограбуванні України», «безвідповідальні балакуни», «демагоги», «продажні політикани», «попередники», «кнопкодави»). До цього ж ряду належать і непрямі інвективи щодо привілею «недоторканності» навіть у разі прямого порушення закону з акцентуванням рівності усіх перед законом. Це є недвозначним натяком на панівну еліту та її сателітів як

таких, що не підкоряються закону й живуть за правилами, досить відмінними від правил для більшості населення.

Якщо, до того ж, врахувати перманентні заклики обрати до нового парламенту людей «шановних», «відданих Україні» і «компетентних» (колишні парламентарі — алузія, яка легко прочитується, — таких цнот, зрозуміло, позбавлені), то частка висловлювань стосовно поляризації і навіть протилежності інтересів, рис характеру та життєвих уподобань політичної еліти, з одного боку, і «маси», з другого, буде ще більшою, а спектр звинувачень досить стало визначитися у межах шкали, яка градується від «некомпетентності» через «корумпованість» до «ігнорування» або навіть «зради» інтересів України.

Ті, хто перебуває при владі, крім того, оголошуються у програмах відповідальними за раптову неміч держави, яка загрожує перетворитися на постійну. З'ясувалося, що основний соціальний інститут суспільства не в змозі підтримувати, не кажучи вже про підвищення, економічний та соціальний статуси традиційно залежних від нього професійних категорій: учителів, лікарів, військовослужбовців, наукових працівників (обіцянки забезпечити пристойний рівень доходів). Як стверджується, держава залишила без опіки категорію непрацевдатних і соціально слабких членів суспільства — інвалідів, пенсіонерів, ветеранів війни та праці, ліквідаторів наслідків аварії на Чорнобильській АЕС і потерпілих від неї, багатодітні сім'ї, матерів з дітьми і молодь.

Відчуження влади на користь вузького кола осіб трактується як структура, що породжує ще деякі розшарування соціального цілого. Окремі програми наполегливо звертають увагу на поляризацію багатства і злиденності у вигляді прошарку тих, хто надто швидко накопичує багатство і розширює собі доступ до обмежених ресурсів та благ, а також прошарку тих, що швидко зубожіють, які фактично є заручниками близької до банкрутства держави. Тут-таки зазвичай протиставляються чесні, хоч і бідні, виробники продукції та корисливі спекулянти, гендлярі, банкіри, «бариги», які несправедливо збагачуються, а також люди, які мають і не мають можливості досягти економічного і життєвого успіху на запропонованих населенню України умовах приватизації.

Отже, передвиборні програми значної частини суб'єктів виборів здебільшого нав'язують суспільству безкомпромісні протиставлення, повсякчас акцентуючи увагу на тому, що розділяє, а не об'єднує: «владна еліта» — «потерпілий народ», «багаті» — «зубожілі», «законослухняні» — «ті, кому закон не писаний», «патріоти» — «зрадники/запроданці» тощо. Транслюється, відповідно, досить конкретна модель сприйняття, розуміння та пояснення наявної ситуації. Запевнити виборців у реальності ситуації і неминучості її наслідків — означає легітимізувати і виправдати власні політичні домагання. Демонструється не стільки вербальна рішучість виправити становище завдяки більш компетентному керівництву, скільки вербальний радикалізм, який надихається згадками про непримиренну боротьбу з «ворогами» та «зрадниками», характерну для перших етапів будівництва соціалізму. Радикалізм виявляється й у запевненнях бути «вірним народним слугою», тобто у дещо оновленому згідно наявних реалій романтичному стереотипові, до якого чутливі досить численні категорії населення.

Активне, в діапазоні від саркастичного до лайливого, використання наліпок і жаргону ідентифікує тих, хто перебуває при владі, як групу заколотників, визискувачів та злочинців («злочинна влада/режим», «кривава банда» або просто «злодії» чи «бандити») із одночасною дискредитацією їх і пониженням статусу. Тут ми, безумовно, маємо справу із засобами політичної боротьби, які використовуються на сцені політичного театру в усіх куточках світу⁴.

Приміром, головними риторичними прийомами політичного дискурсу американського суспільства залишаються повтор, контраст і протиставлення, метафоризація, створення позитивної оціночної перспективи для висвітлення власної діяльності, натомість негативної — для діяльності супротивників. А характерною рисою індивідуального стилю президентів і, відповідно, складником президентського дискурсу є егоцентричність. Однак при цьому тут усе ж таки домінує дотримання принципу політичної коректності. Певна річ, щодо України таке наразі навряд чи можна стверджувати.

Мабуть, окрім колишнього Радянського Союзу, більше ніде в світі не існувала у такій всеохопній формі й конфронтаційна світоглядна парадигма, відповідно до якої будь-який творчий процес розглядався як боротьба. Не лише як боротьба проти всюдисущих зовнішніх та внутрішніх ворогів, а й боротьба «за»: за виконання та перевиконання планів, за мир і дружбу між народами, за врожай і т. ін. Принцип боротьби на всіх фронтах сформував своєрідну «окопну психологію», яка для більшості людей (у т. ч. і політиків) робить цінності боротьби значущішими за цінності творення⁵. Тому навіть мова нібито «незалежних», відсторонених учасників політичного спілкування (таких як різноманітні експерти, аналітики, оглядачі тощо) буває наскрізь просякнута ірраціональністю та суб'єктивізмом.

Можна також виокремити соціопатичну культуру спілкування між людьми, коли учасники безпосередньої й масової комунікації не зацікавлені у встановленні зворотного зв'язку. Цей стиль спілкування сформувався за часів тріумфу «демократичного централізму», що означав, по суті, дві нерівнозначні лінії комунікації: згори донизу — накази, знизу нагору — звіти. Нині чи не найяскравішим прикладом «залишкової» незацікавленості суб'єктів спілкування у зворотному зв'язку є стійке небажання влади всерйоз сприймати результати вивчення громадської думки. Не знаючи громадської думки загалом, політики орієнтуються лише на ті форми її вияву, до яких залучені найбільш політично активні громадяни (мітинги, демонстрації, пікети, петиції тощо), які, як правило, створюють «шумовий ефект», неадекватний їхньому фактичному впливові на широкі верстви населення⁶.

Назагал, усі наведені приклади і міркування засвідчують одне — виразну перевагу агресивно-монологічного маніпулятивного дискурсу у комунікативній практиці української влади та суспільства.

Ще промовистішим за суто мовленнєвий є міфологічний аспект електоральної комунікації в сучасній Україні. Традиційно, політична міфологія (та міфологізація політики) відіграють одну з провідних ролей у передвиборній боротьбі між партіями та окремими кандидатами, впливаючи на ефективність формування і

впровадження їхніх стратегій. Політичні міфи є основою ірраціонального компоненту виборчих кампаній, являючи собою складні форми колективної психіки, що є наслідком впливу певної ідеології або псевдоідеології на політичний світогляд груп людей.

До прикладу, незамінним атрибутом політичної боротьби є героїчний міф. Героїчні міфи є одними з найархаїчніших, оскільки вони виникли на найбільш ранніх етапах формування людської психіки та міфологічної картини світу. «Герой» — це дійова особа, носій погляду на дійсність, на самого себе та на інших персонажів політичного міфу. При створенні міфу його творці вдаються до використання спеціального художнього прийому — актуалізації героїки — зміст якого полягає у гіперболізації досягнень «героя», певних рис його образу, їх підлаштуванні під наявні в суспільстві архетипи і установки, релігійні та культурні традиції і догми. У політичній міфології до цього також додається та ідеологія, на основі якої (чи для підтримки якої) створюється міф. Проте, чимало сучасних суспільств є деідеологізованими, або ідеологія в них відіграє слабку роль, через що політичні міфи, задля збереження своєї ефективності, мають функціонувати автономно, орієнтуючись не на ідеологічні засади, а на глибинніші культурно-психологічні чинники⁷.

Однак, за чудово витвореним рекламним іміджем виборцеві важко буває розрізнити справжні ділові і моральні якості кандидатів, визначити їхні політичні позиції. Такого роду рекламно-маніпулятивна діяльність перетворює вибір громадян замість вільного свідомого рішення на формальний акт, заздалегідь запрограмований фахівцями з формування масової свідомості.

Які ж міфи найчастіше використовують політтехнологи як в іміджевих розробках, так і в технологіях організації виборчих кампаній?

По-перше, це міф про «рятівника-месію». Кандидат, навколо якого створюється цей міф, сприймається як людина, що, за умови приходу її до влади, зможе вивести країну з кризи або складного становища. Цей міф ґрунтується на архетипі «героя». Як приклад у передвиборній ситуації в Україні можна навести міфологізацію постаті В. Юшенка як кандидата у президенти

(«наш месія Ющенко» — щоправда, це одразу почало обігруватися в іронічному ключі його суперниками).

По-друге, це міф про «змову», досить міцно зафіксований у масовій свідомості. Експлуатація цього міфу в період передвиборних перегонів здійснюється досить часто та у різних формах, що можуть мати не завжди соціально позитивну спрямованість. Грунтується цей міф на архетиповій конструкції відносин «свої — чужі», «друг — ворог».

По-третє, це міф про «випробування долі», наочно закріплений у народних прислів'ях: «За одного битого двох небитих дають», «Пройшов крізь вогонь, воду та мідні труби» тощо. Як правило, завдяки випробуванню людина набуває властивостей загартованості, глибоких людських якостей, значного особистісного досвіду. Саме на цьому акцентується увага при агітації за певного кандидата — його попередній досвід та досягнення мають стати запорукою успіхів у майбутній політичній діяльності.

По-четверте, це міф про «доброзичливе співтовариство» — експлуатує переконання, що завжди є певне добре співтовариство, «інші люди такі ж добрі, як я сам», «нам хтось допоможе». Тобто формування образу доброго героя, заохочення віри у значущість взаємовиручки та взаємодопомоги. Ця категорія міфів має дуже давню історію (казки слов'ян, скандинавів та інших народів про добрих героїв). Використовується переконання в тому, що надана допомога повертається ще більшою мірою від інших. Загалом, перелік сталих міфів у соціокультурному середовищі дуже великий. Казки, прислів'я, биліни фіксують ці глибинні цінності, а під їхнім впливом із раннього дитинства формуються соціальні риси характеру людини, що стають її життєвими моральними імперативами, визначають і спрямовують соціальні дії, формують установки та диспозиції в ситуаціях вибору⁸.

Цікаво, що українською владою періодично запускається також міф про... «партію влади». Звісно, остання є не міфічним, а цілком реальним — хоч і ніяк не формалізованим — політичним явищем. Однак, у медіа-простір вкидається її міфологізований образ, адресований, насамперед, найбільш конформістській та патерналістській частині електорату, схильній завжди підтриму-

вати будь-яку владу. Найбільш системно «міфоїмідж» «партії влади» використовувався виборчими блоками партій «За єдину Україну!» та «Наша Україна» на парламентських виборах 2002 і 2006 років відповідно.

Особливо потужним міфологічний чинник був у президентських виборчих кампаніях. Це мало дві основні причини. Сильна влада однієї особи, обраної загальнонаціональним голосуванням, вважалася чинником зміцнення та консолідації державності, одночасно будучи даниною радянській авторитарній традиції. Саме такий функціонал «гаранта конституції» і «арбітра нації» було закріплено в Основному Законі 1996 року. Однак, впливовість президентської посади та всенародний спосіб обрання одразу перетворили її на об'єкт запеклої боротьби. Вибори глави держави щоразу перетворювалися на справжню політичну війну, де «переможець отримував усе». А «на війні як на війні» — тут метою є перемога за будь-яку ціну, з використанням будь-яких методів і технологій. До того ж, рецидиви тоталітарної свідомості надавали главі держави певного ореолу сакральності (навіть не просто «гаранта» чи «арбітра», а справжнього «батька нації»), що додатково стимулювало застосування ірраціональних міфологем та архаїчних образів у президентських виборчих кампаніях.

Безумовно, на окрему увагу тут заслуговує вже згадувана вище електоральна міфологія В. Ющенко. Йдеться про вдале використання фахівцями з політичних технологій знань із психології та проектування їх на міфологеми і стереотипи, наявні в суспільній свідомості у формі архетипів та фонових знань. Так, «помаранчевий» (жовтогарячий, оранжевий) колір уперше з'явився в українському політичному дискурсі у липні 2003 року. Саме тоді на вершині найвищої української гори Говерли (явне апелювання до ультраархаїчної «небесної» сакральності, як і широке висвітлення захоплення Віктора Андрійовича альпінізмом — *Авт.*) було презентовано нову символіку політичного блоку «Наша Україна» — за аналогією зі сходом сонця, яке в міфологічній свідомості багатьох народів вважається божественним символом⁹.

Такий набір PR-меседжів не є випадковим — небесна сакральність тісно пов'язана із солярною (адже денне світило віддавна

вважалось центральним персонажем, господарем «верхнього», небесного, світу) та з сакральністю чоловіка як центральної постаті патріархального світоустрою. (В цьому ж контексті також усіяко підкреслювалися «сімейність» Ющенко та «патріархальність» його родини й стилю життя загалом.)

Апеляцій до «сонячної», «світлоносної» місії героя-вождя у нашій колективній пам'яті безліч — від билинного Володимира Красне Сонечко до «Ленин великий нам путь озарил». Солярні асоціації викликали й популярні помаранчеві наліпки-«смайлики» (нагадування про диск світила) та стрічки з вузликами, що символізували сонячний цикл. Невипадковим був і вибір яскравої кольорової тональності виборчої кампанії Ющенко — на тлі «крижаних» біло-блакитних відтінків головного суперника жовтогарячий колір «народного кандидата» видавався підкреслено теплим та привабливим (особливо взимку), торкаючись хронологічно найдавніших емоційно-чуттєвих комплексів психіки. «Червоний, жовтий, оранжевий кольори — улюблені кольори диких, тих, що лишилися на ступені дитячо наївного світоспоглядання»¹⁰.

Врівноважувати цей «небесно-сонячно-чоловічий» апофеоз мала якась жіноча постать. І найдієвішим соратником Ющенко тоді виступає Ю. Тимошенко. Попри свою ділову та політичну хватку, якій могли би позаздрити багато чоловіків, саме «леді Ю» повинна була втілювати жіноче начало в революційному тандемі. Власне, ще від самого початку «помаранчевого» руху поєднання в його рамках емоційно-чуттєвого «материнського» й виважено-раціонального «батьківського» персонажів (так би мовити, «інь» та «ян» революції), очевидно, покликано було забезпечувати гармонійніше сприйняття нової влади суспільством. Оскільки уявлення про принципову єдність — аж до цілковитого «злиття» — чоловічого (небесного, сонячного, вогняного) і жіночого (земного, місячного, «водно-хтонічного») начал справді належить до найархаїчніших рис людського світосприйняття. Небо (сонце) й земля (місяць) віддавна вважалися космічними «нареченими», що отримують святість та могутність винятково завдяки своєму сакральному «шлюбіві». А, як відомо, людина, від чого б вона не

була вільною, завжди залишається у полоні своїх архетипічних інтуїцій, що виникли в той момент, коли вона вперше усвідомила своє місце у Космосі. Ось чому дует Ющенко—Тимошенко настільки органічно виглядав 2004-го на чолі повстання, а їхні наступні конфлікти сприймалися частиною суспільства надто болісно. Взагалі, публічні взаємини Ющенка та Тимошенко відтворювали цілу гаму добре відомих міфологічних сюжетів¹¹.

Іміджевим антагоністом усіх цих «інкарнацій» міфологічної ірраціональності найчастіше виступав експлуатований багатьма українськими політиками «раціоналістичний» образ «міцного господарника-технократа» (з президентського ряду це Л. Кучма та В. Янукович). Втім, насправді такий типаж також є цілком архаїчним та анахронічним, будучи прив'язаним до радянської системи цінностей.

Саме згідно з ідеєю «рятівного реваншу професіоналів-технократів», в основу президентської кампанії-2010 було покладено дещо осучаснений, але також глибоко архаїчний міф «протистояння хаосу і порядку/стабільності». В ролі першого виступав узагальнений образ так званої «безпомічної, розколотої та неефективної влади» (президент Ющенко та прем'єр Тимошенко — *Авт.*), а другого — образи нібито дієвої і потужної опозиційної команди «професіоналів»¹². Цей же міфологічний контекст було почасти задіяно і на наступних президентських виборах-2014, під час яких уособленням «хаосу та непередбачуваності» у пропаганді кількох кандидатів слугувала знов-таки постать «леді Ю».

На парламентських виборах-2012 опозиція протиставила вже дещо заяложеній «стабілізаційно-технократичній» риториці «партії влади», з-поміж іншого, пропагандистський міф про «несправедливість ув'язнення Ю. Тимошенко та Ю. Луценка і необхідність їх визволення». Політичні міфи такого плану також мають давнє походження, пов'язане з архаїчними елементами людської свідомості. Міфологічні аналогії простежуються тут принаймні від часів Стародавньої Греції («Геракл, який звільнює Прометей») до доби Французької революції (міфологізований «штурм Бастилії») і далі¹³. При цьому, всупереч усім спробам позиціонування Тимошенко як «єдиного чоловіка в українській політиці», її

команда щоразу не знаходила нічого кращого, ніж намагатися «розчулити» виборців образом «жертви режиму» та навіть зіграти на природному чоловічому інстинктові захисту самиці («слабкої статі»).

Говорячи про маніпулятивну архаїзацію української політики і, зокрема, виборчого процесу, можна навести ще багато показових прецедентів — від «лубочної» виборчої символіки («вили Ляшка», «удар/кулак Кличка» та ін.) до справді «хорорних» практик майже містичного вождизму. Поширеність подібних явищ є закономірним наслідком недостатності української демократії, браку політичної культури та громадянської свідомості. Впродовж ось уже кількох десятиліть незалежності влада та політичний клас України не лише, значною мірою, самоусунулися від популяризації демократичних суспільних відносин і комунікації, але й власним прикладом зміцнили наявні архаїчно-волюнтаристські схильності масової свідомості.

Здійснюючи перетворення в країні, влада виявилася неспроможною припинити глибокий конфлікт у суспільстві, розколотому за базовими цінностями, сформулювати виразну життєву мету, зрозумілу і привабливу суспільну модель, яка б надавала сили у подоланні труднощів трансформаційного періоду. Суспільство втратило орієнтацію і опинилося не лише у глибокій соціально-економічній, а й моральній, духовній кризі. Таке становище лише сприяє безальтернативності маніпулятивної комунікації у політичній сфері.

При цьому характерною (та, на перший погляд, парадоксальною) особливістю сьогодення є те, що для ретрансляції найархаїчніших стереотипних уявлень дедалі масштабніше та успішніше використовуються найсучасніші соціальні технології та засоби масової комунікації. Навіть політична реклама стає більш професійною саме завдяки експлуатації її міфологічних складників. На наших очах відбувається справжня «футуроархаїзація» політичного процесу — конструювання майбутнього як минулого. Але без наповнення старих і випробуваних форм комунікації новим змістом, відповідним реаліям часу, такий шлях є тупиковим. Приміром, вважається, що в політиці на зміну традиційним міфам рано чи

пізно мають прийти міфи, спрямовані на розвиток політичної свідомості, коли «міф втрачає свій характер колективного вірування і стає методологічною основою теорії розвитку суспільства»¹⁴.

Зрештою, навіть найбільша архаїзація та дераціоналізація політичної і, зокрема, виборчої комунікації не є апіорі негативним явищем. Використання елементів архаїки та звернення до емоційно-чуттєвого начала у багатьох випадках можуть слугувати потребам оптимізації політичної атмосфери, зменшення рівня невизначеності політичних процесів, адаптації суспільства до певних умов існування та його мобілізації на досягнення позитивних цілей розвитку. Однак, системне зловживання ірраціональними образами і мотиваціями, цілковита підміна ними раціонального демократичного обговорення та реального погляду на проблеми прирікають суспільство на безперервний політичний фарс або й трагедію. Межа між «терапевтично безпечною» дозою архаїчного в політиці та становищем, коли воно перетворюється на отруйну субстанцію, надто тонка і, до того ж, є різною для різних суспільств та ситуацій — тож і перейти її можна занадто легко.

Загострення політичної ситуації, пов'язане з останніми політичними скандалами в країні, є ще одним свідченням того, що попри відносні успіхи у здійсненні ринкових реформ, відсутність адекватної комунікації (зокрема, електоральної) стосовно суспільно значущих тематик є суттєвим гальмом для перетворень.

Здійснений огляд комунікативних аспектів виборчого процесу в Україні є панорамним, а не вичерпним. Тема електоральної комунікації чекає на ґрунтовніші дослідження — вже бодай тому, що «ретро-транзит» у сфері політичної комунікації нині є проблемою не лише нових, а й цілком зрілих демократій.

1. *Онопко О. В.* Політична міфологія парламентської виборчої кампанії 2012 р. в Україні: специфіка героїки та цивілізаційний чинник // Вісник Дніпропетровського університету. 2013. Т. 20. Вип. 23 (3). С. 140–144; *Політологія* посткомунізму: Політичний аналіз посткомуністичних суспільств / В. Полохало (керівник авт. колективу). Київ: Політична думка. 1995. 368 с.; *Пробийгорова Н.* Вибори як механізм реалізації політичного міфу в пострадянських країнах // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. Київ: 2009. Вип. 18. С. 195–202; *Пробийгорова Н.* Міф як

засіб політичного маніпулювання в процесі проведення виборів // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Політологія, Соціологія, Філософія. 2010. Вип. 14. С. 41–44; *Рудніченко Н. М.* Дискурс електронних засобів масової комунікації в інформаційному суспільстві: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15. 20 с.; *Шайгородський Ю.* Політичні міфи виборчих кампаній // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. 2010. Вип. 6. С. 147–155; *Шайгородський Ю. Ж.* Політика: взаємодія реальності і міфу : монографія. Київ: Знання України. 2009. 400с. **2.** *Політологія* посткомунізму: Політичний аналіз посткомуністичних суспільств / В. Полохало (керівник авт. колективу). С. 74–75. **3.** Там само. С. 76–78. **4.** Там само. С. 218–220. **5.** Там само. С. 236. **6.** Там само. С. 237. **7.** *Онопко О. В.* Цит. праця. С. 140–141. **8.** *Пробійголова Н.* Міф як засіб політичного маніпулювання в процесі проведення виборів. С. 43. **9.** *Рудніченко Н. М.* Цит. праця. С. 11–12. **10.** *Веселовский А. Н.* Историческая поэтика. Москва: Высшая школа. С. 61. **11.** *Думанский Д.* Кризис жанра. Украинской элите пока удастся подменять стратегические решения имитацией вечных сюжетов человеческой мифологии // Киевский телеграф. 2005. № 48 (290). С. 13. **12.** *Онопко О. В.* Цит. праця. С. 142. **13.** Там само. С. 143. **14.** *Петруччани А.* Вымысел и поучение // Утопия и утопическое мышление: антология зарубежной литературы: пер. с разн. яз. Москва: Прогресс. С. 98–113.

***Kolyukh Valeriy.* Electoral communication in Ukraine: between future and past**

The electoral process in Ukraine is characterized by a combination of contradictory trends. On the one hand, this is democratic legislation, political alternative and competition (in contradistinction to a number of Post-Soviet states), on the other hand there is extremely large impact on the will of the citizens through political technologies. Communication of subjects of elections with society is often restricted on the use of manipulative techniques built on the most archaic features of the human psyche. There is a systemic substitution of democratic dialogue by playing with feelings, emotions and even the electorate's instincts. It helps the assertion of political populism and irresponsibility and makes perspectives of formation of stable and effective democracy in Ukraine illusive.

An important indicator of political modernization progress in countries of democratic transition is the evolution of the electoral process. Free competition in power, political alternative, compliance with moral and legal norms are the key principles of democracy. All of these fit together within the institution of elections.

The level of implementation of the basic principles of modern democracy and, in particular, democratic political culture and rational political communication can be inferred by the nature of the elections. Elections are a real test for democracy. Not only their current «assessments» but also the prospects for the development of

other democratic «knowledge and skills» depend upon how successfully «receiving countries» pass the test.

Democratic (competitive) elections are one of the key tools of politics as competition for power. The struggle for votes requires communication of the participants of election campaigns with both the society and among themselves. Therefore, electoral communication particularly (political communication due to the elections) often most clearly illustrates the specific trends in the political life of one or another society. From this point of view, electoral communication within the process of the national (parliamentary and presidential) election campaigns in Ukraine gives a lot of empiricism for observation and generalization.

Despite the fact that the political communication practices, their speech and manipulative and propagandistic components have repeatedly been the subject of research attention of our scientists, a comprehensive analysis of the electoral discourse of political transformation of Ukraine remains vital scientific mission today. Identification of problematic aspects of electoral communication impact in a democratic transit in Ukrainian society is the aim of this study.

Implementing reforms in the country, the government has been unable to stop the deep conflict in a society split over according to core values, articulate a significant purpose in life, clear and appealing social model that would provide persistence in overcoming the difficulties of the transformation period. Society has lost orientation and came not only to deep socio and economic but also moral, spiritual crisis. This situation just contributes to the inevitability of manipulative communication in the political sphere.

Keywords: Ukraine, democracy, elections, political communication, political mythology, discourse.

УДК 327:351.86

І. О. КОСТИРЯ

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Проаналізовані основні риси процесу євроінтеграції та її вплив на формування культурної політики України. Доведено, що ефективна культурна політика має базуватися на глобальних моделях з урахуванням локального куль-

© КОСТИРЯ Інна Олександрівна — доктор політичних наук, доцент, завідувач кафедри міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв