

Ольга Шакалець,

аспірантка Інституту журналістики Київського міжнародного університету

СТЕРЕОТИП «ПОЛІТИК-ДЕМАГОГ» В ЕЛЕКТРОННИХ МЕДІА

Стаття присвячена розгляду впливу електронних ЗМІ на сприйняття читачами політика демагогом та нав'язування цього стереотипу читачам.

Ключові слова: стереотип, вплив, маніпуляція, політик-демагог, соціально-комунікаційні технології.

Демагогія на сьогодні є важливим інструментом політиків. Саме тому багато науковців із цікавістю досліджують використання прийомів демагогії в політиці, стереотип «політик-демагог», правила використання демагогії для політиків тощо. Важливим є це питання також і для працівників інформаційно-аналітичних служб сучасних бібліотек.

Мета статті полягає в доведенні того, що висвітлення ЗМІ стереотипу «політик-демагог» впливає на сприйняття читачами політика демагогом чи не демагогом та нав'язує такий стереотип читачу.

Досліджуючи висвітлення стереотипу «політик-демагог», висуваємо таку гіпотезу – ЗМІ впливає на сприйняття читачами політика демагогом чи не демагогом.

Проблемою стереотипів займалися і займаються багато відомих західних, російських та українських психологів і соціологів, таких як Л. Колберг, Е. Маккобі, К. Джеклін, А. Ерхард, І. Кленіна, М. Арутюнян, М. Баскова, Т. Гурко та багато інших. Питанню політичних стереотипів присвятили свої роботи такі вчені, як Н. Михальчук, У. Ільницька та ін.

Слово «демагогія» походить ще зі Стародавньої Греції. Там демагогом називали вождя народу. У Стародавній Греції, особливо в Афінах, так називали людей, які завдяки своєму державному розуму та ораторському таланту мали сильний вплив на народ і ставали його вождями і керівниками. У цьому сенсі демагогом називали в Афінах Перікла. Особливий вплив мали демагоги в епоху боротьби демократичної й аристократичної партій. Але з часу переродження (наприкінці V ст.) афінської демократії в охлократію демагогами часто були люди негідні, які, прикриваючись державними інтересами, здійснювали свої особисті цілі. Відтоді слово

«демагог» набуло того значення, яке за ним остаточно встановилося в новий час, тобто тепер це слово означає людину, яка лестощами здобуває прихильність народу і через владолюбство або свою корисливість спонукає народ до рішень, які є небезпечними для держави [13].

Тож демагогія, як своєрідна наука обману, виникла одночасно з людською мовою й удосконалювалася разом з людством. Демагогічні прийоми були в ужитку й теоретично осмислювалися ще в Стародавній Греції. Існували навіть такі професії, як софіст або демагог – фахівці, які мали видатні ораторські здібності і за плату могли довести на суді або мітингу будь-що. Популярними також були такі публічні розваги: один і той самий оратор виголошував одну за одною дві цілком аргументовані промови, перша з яких була на захист деяких позицій, а друга – спростовувала їх. У цьому трюку був великий сенс: одне й те саме явище, в одній і тій самій ситуації можна, нітрохи не поступаючись істиною, представити по-різному. Вибір визначається тим, яке уявлення вигідніше в певний момент піднести комусь у вигляді «правди» [5].

Отже, на сьогоднішній демагогія – це тактика ведення дискусії, спрямована на досягнення цілі (або створення такої ілюзії), шляхом використання некоректних дискусійних прийомів [8].

Демагогія – набір ораторських і полемічних прийомів та способів, які дають змогу ввести аудиторію в оману і схилити її на свій бік [6].

Ще одне визначення демагогії, запропоноване Т. Б. Гриценком, звучить так: демагогія – використання брехливих обіцянок, навмисного перекручування фактів, лестоців задля досягнення тих чи інших корисливих цілей, наприклад, для привернення мас на свій бік, для створення популярності. Демагог – особа, яка для досягнення тієї чи іншої мети вдається до демагогії [1, с. 7].

Зазвичай демагогію визначають як заснований на навмисному перекручуванні фактів, улесливих обіцянках, вплив на почуття, інстинкти, свідомість людей для досягнення, як правило, корисливих, зазвичай, політичних цілей.

У цілому демагогію можна описати як «сукупність методів, що дають змогу створити враження правоти, не будучи правим». «Класична» демагогія намагається уникати прямої брехні, користуючись софістичними прийомами для створення ілюзії логіки. «Правильний» демагог підводить слухачів або читачів до потрібного йому висновку, у цілому уникаючи прямих і чітких формулювань, щоб не бути спійманим за руку. «Справжніх» демагогів небагато – це шахраї досить високої кваліфікації, добре володіють не тільки психологією, а й логікою. Проте в наш час – час масової полеміки в Інтернеті і панування в ЗМІ нерозумних не-

гідників – демагогія, звичайно, йде поруч з прямою брехнею і найбільш низькопробними прийомами пропаганди. Будучи не в змозі вести чесну полеміку, ґрунтуючись на правилах з’ясування істини, політики найактивнішим чином використовують прийоми демагогії й маніпуляції для обдурення народу. Безумовно, в умовах їх повного панування у ЗМІ навряд чи вдасться вести відкриту і чесну полеміку на телеекрані чи сторінках великого видання. Як правило, ідеологічні зіткнення відбуваються в Інтернеті, де проходять справжні ідеологічні битви [2].

«Майстрами» демагогії виявляють себе, як правило, політики, вимушені маскувати своє справжнє обличчя й політичні цілі. Зовнішні ознаки демагогії – фальшивий пафос, гучні гасла, надмірне пишномовство; спотворення фактів, підміна аргументів, приниження потенційних противників; загравання з публікою та апеляції до низьких інстинктів аудиторії, натовпу. Внутрішні характеристики демагогії – спекуляція реальними проблемами, запитам, сподіваннями людей з метою забезпечення прихованих соціальних, політичних, групових, особистих цілей (досягнення перемоги на виборах та ін.); популістське прагнення отримати авторитет, реалізувати свої цілі за будь-яку ціну; корисливість, авантюризм, гіпертрофоване честолюбство [12].

Згідно з Ю. Л. Нестеренком, прийоми демагогії можна поділити на три види: спростування аргументації, ігнорування аргументації та дискредитація аргументації [8].

На сьогодні найбільшими демагогами можна назвати політиків. Саме вони вдало вміють спростувати будь-яку непотрібну їм інформацію, розповісти будь-що, незважаючи на те, чи є така інформація правдивою, та замовчати важливі факти.

Саме тому ми виділили чотири основні види політиків-демагогів:

- політик-демагог, що прямо бреше;
- політик-демагог, що ухиляється від відповіді (чи від теми дискусії);
- політик-демагог, що замовчує важливі факти;
- політик-демагог, що перекручує важливі факти.

Розглядаючи інтернет-статті політичного характеру, ми звернули увагу на відмінність між двома статтями, у яких подається одна й та сама інформація. Прикладом тут може слугувати стаття «Порошенко пообіцяв 80 % українцям безкоштовні шенгенські візи», розміщена на сайті Gazeta.ua. Про ту саму подію повідомляє сайт «Багнет», де назва статті звучить уже так: «Демагог Порошенко наобещал украинцам “зеленый” свет в Европу». Можна відзначити, що вже сама назва другої статті негативно налаштувала читачів до політика, про якого в ній ідеться. У першій статті зазначається, що, за словами П. Порошенка, «близько 80 %

українських громадян, які отримують візи в країни шенгенської зони, будуть отримувати їх безкоштовно вже в наступному році». Як він зазначив, до угоди про лібералізацію візового режиму між Україною та ЄС найближчим часом будуть внесені зміни в частині розширення категорії громадян, яким ЄС буде надавати безкоштовні візи, враховуючи туристів, прочан, релігійних діячів [9].

У другій статті зазначається, що «в своєму недавньому інтерв'ю журналу “Кореспондент” П. Порошенко начал розповідати басні о том, что уже в 2011 г. украинцы будут ездить в Евросоюз без виз» [4]. Як бачимо, слова «розповідати басні», уже негативно налаштовують читачів та приписують політику статус демагога.

З цього прикладу яскраво видно, що ЗМІ впливають на сприйняття читачами політика як демагога чи не як демагога.

Яскравим прикладом висвітлення політика як демагога може слугувати і стаття «ПР спростовує заяву Тимошенко щодо вигідності “газових угод-2009”» [10]. Прочитавши назву статті, ми не можемо назвати Ю. В. Тимошенко демагогом, але, побачивши назву наступної статті, де йдеться про ту ж подію, зразу можна зробити очевидний висновок. Назва статті звучить так: «В Партии регионов рассказали о циничном вранье Тимошенко» [3]. Слова «о циничном вранье» справили потрібне враження і, читаючи статтю, ми вже не можемо чесно сприймати політика, про якого говориться.

Наступним прикладом можна розглянути інтернет-статтю під назвою «Итоги “правления” Тимошенко: цель вижу – препятствий не замечаю». Дана стаття розповідає про головні цілі, які називає Ю. В. Тимошенко, на першу п'ятилітку. «Премьер-министр Украины Юлия Тимошенко определила пять приоритетов, по которым должна развиваться Украина в ближайшие пять лет: “Первый приоритет, который я считаю действительно главным, – это цель, что мы сможем изменить радикально путь развития страны, убрать олигархию, которая сегодня доминирует, раз и навсегда и построить новый путь солидарной демократической страны”» [7].

Інша стаття під назвою «Тимошенко “наколядовала” более 2,5 миллиардов долларов на газе» не так подає інформацію, як ми це бачимо в першому прикладі. Слово «наколядовала» уже має певний негативний вплив на читачів. Та перший абзац чітко вказує на те, що Ю. Тимошенко є політиком-демагогом: «Сделав миллиардные “зачапки” в оффшорных банках, Тимошенко беззастенчиво врет о том, как Украина превратится в Нью-Васюки» [11].

З таким самим настроєм і розпочинається стаття: «Единственное, что получается у Юлии Тимошенко на 100 %, – это раздавать невыполнимые обещания. Глава правительства в очередной раз представила свой вариант сказки про Нью-Васюки. Как пишет ЛИГАБизнесИнформ,

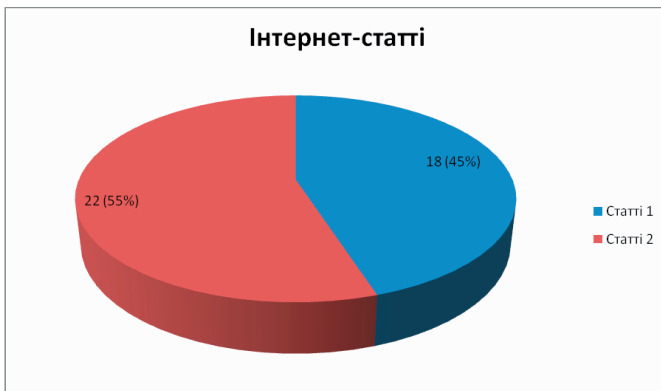
Юлія Владимировна “нарисовала” п’ять пріоритетов, по котрым должна развиваться Украина в ближайшую “п’ятилітку”. З поданих вище слів можемо зробити висновок, що такі фрази, як «раздавать невыполнимые обещания», «представила свой вариант сказки» та «нарисовала пять пріоритетов» справляють негативний вплив на читача та приписують Ю. Тимошенко статус політика-демагога.

Як бачимо, дві статті, у яких подається одна й та сама інформація, можуть вплинути на те, чи буде в політика статус демагога чи ні, чи віритимуть люди його словам, чи ні. Так відбувається певне нав’язування думки автора статті його читачеві.

Із 40 інтернет-статей, розглянутих нами на сайтах www.bagnet.org, www.mignews.com.ua та gazeta.ua, у 18 випадках ми зафіксували в статті слова чи фрази, які можуть негативно вплинути на читача та надати політику статус демагога. Такими фразами можна вважати «вызывают в прокуратуру за вранье», «они идут на обман», «пытаются убедить», «невыполнимые обещания», «рассказывать сказки», «поймали на “пенсионном вранье”», «являются ничем иным, как “очередным враньем”», «перекручивает факты» тощо.

Тобто можна зробити висновок, що у 45 % розглянутих нами інтернет-статей відбувається вплив на читача, і читач може сприймати політика як демагога (див. діаграму). Статті 1 у даній діаграмі – це статті, у яких містяться фрази чи слова, що натякають читачеві на те, що політик, про якого йдеться, – це політик-демагог. Статті 2 – це статті, у яких відсутні натяки на те, що політик, про якого йдеться у статті, – демагог.

Діаграма



Згідно з результатами дослідження, можна зробити висновок, що ЗМІ впливають на сприйняття читачами політика демагогом чи не демагогом. Такий вплив відбувається завдяки використанню у статтях певних фраз чи слів, що мають негативний характер та прямо натякають на використання прийомів демагогії політиком. Читаючи таку статтю, неможливо не звернути увагу на ці фрази чи слова, які налаштовують читача на сприйняття політика, про якого йдеться у статті, демагогом.

При вдосконаленні інформаційно-аналітичної діяльності на базі аналізу матеріалів ЗМІ в бібліотечних установах видається за доцільне враховувати прийоми, типові для сучасної подачі матеріалів, висвітлення подій – з використанням методів психологічного впливу, серед яких є і утвердження стереотипу «політика-демагога». У зв'язку з цим при підготовці аналітичних матеріалів треба створювати збалансовану джерельну базу, яка б доказово, компетентно показувала характерні особливості суспільних процесів, явищ, подій, нейтралізувала прояви демагогічного підходу до висвітлення подій.

Список використаних джерел

1. *Гриценко Т. Б.* Ораторське мистецтво (красномовство, риторика) : курс лекцій / Т. Б. Гриценко, О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – 56 с.

2. *Богатырёв А.* Классификация демагогики [Електронный ресурс] / А. Богатырёв. – Электрон. дан. – 2010. – Режим доступа: <http://zhurnal.lib.ru/k/krysolow/demagogdoc.shtml>. – Загл. с экрана.

3. В Партии Регионов рассказали о циничном вранье Тимошенко [Электронный ресурс] // Обозреватель. – Электрон. дан. – 2011. – Режим доступа: <http://www.obozrevatel.com/politics>. – Загл. с экрана.

4. Демагог Порошенко наобещал украинцам «зеленый» свет в Европу [Электронный ресурс] // Бюджет. – Электрон. дан. – 2010. – Режим доступа: <http://www.budget.org/news/scout/defence/2010-01-17/36331>. – Загл. с экрана.

5. Демагогические приемы [Электронный ресурс] : КОАПИЯ. – Электрон. дан. и прогр. – 2009. – Режим доступа: http://koapiya.do.am/publ/demagogicheskie_priemy/1-1-0-15. – Загл. с экрана.

6. Демагогия [Электронный ресурс] : Википедия : многоязычная общедоступная свободно распространяемая энциклопедия, публикуемая в Интернете. – Электрон. дан. и прогр. – 2010. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Загл. с экрана.

7. Итоги «правления» Тимошенко: цель вижу – препятствий не замечаю [Электронный ресурс] // Mignews. – Электрон. дан. – 2010. – Режим доступа: <http://www.mignews.com.ua/ru/articles/7207.html>. – Загл. с экрана.

8. *Нестеренко Ю. Л.* Демагогия [Электронный ресурс] / Ю. Л. Нестеренко. – Электрон. дан. – 2007. – Режим доступа: http://fan.lib.ru/n/nesterenko_j_l/text_0610.shtml. – Загл. с экрана.

9. Порошенко пообіцяв 80 % українцям безкоштовні шенгенські візи [Електронний ресурс] // *Gazeta.ua*. – Електрон. дані. – 2009. – Режим доступу: <http://gazeta.ua/articles/politics/318662>. – Назва з екрана.

10. ПР спростовує заяву Тимошенко щодо вигідності «газових угод-2009» [Електронний ресурс] // *Zik*. – Електрон. дані. – 2011. – Режим доступу: <http://zik.com.ua/ua/news/2011/04/29/285143>. – Назва з екрана.

11. Тимошенко «наколядовала» более \$2,5 миллиардов на газе [Электронный ресурс] // *Багнет*. – Электрон. дан. – 2010. – Режим доступа: <http://www.bagnet.org/news/scout/investigation/2010-01-15/36279>. – Загл. с экрана.

12. *Шемшученко Ю. С.* Юридична енциклопедія. Демагогія [Електронний ресурс] / Ю. С. Шемшученко. – Електрон. дані. – 2007. – Режим доступу: <http://leksika.com.ua/18870404/legal/demagogiya>. – Назва з екрана.

13. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. Демагог [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – 2009. – Режим доступа: <http://biblioteka.ru/bed/110.htm>. – Загл. с экрана.