

УДК 32.01/327.3

## ПОПУЛІЗМ ЯК ПРОДУКТ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тарас Радь

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000, Україна,  
e-mail: taras.rad@hotmail.com*

Розглянуто феномен популізму як продукт політичної комунікації. Зроблено спробу дослідити деструктивні комунікативні практики в політиці як результат свідомого та несвідомого відхилення від конструктивної політики. Проаналізовано різновиди парадоксальної комунікації, що дає глибше розуміння причин негативного побутового ставлення до популізму. Подано етичний вимір маніпуляції свідомістю мас як намагання знайти критерій для ідентифікації популізму.

*Ключові слова:* популізм, демагогія, політична комунікація, маніпуляція, парapolітика, етика.

Через посередництво засобів масової комунікації всі ми так чи інакше перебуваємо у певному інформаційному полі. У силу власних пріоритетів маємо змогу модерувати його структуру та конфігурацію, але незмінною складовою є політична риторика. Найчастіше це погляди, судження, ідеї, які поділяємо/не поділяємо, і дуже рідко – наші власні позиції. Тому постає запитання: наскільки вони можуть бути об'єктивними, якщо загалом доцільно говорити про якусь загальнообов'язковість, та в який спосіб можна уникнути різночитання в процесі політичної комунікації?

Це та обставина, яка є причиною маніпулятивності і спекулятивності комунікативних практик у політиці, оскільки результат їхнього обговорення завжди зумовлений контекстом суб'єктивної інтерпретації. Ніхто, за винятком, можливо, експертів у сфері інформації, не має права стверджувати про існування послідовної ймовірності або порядку символів у мові. Тому будь-який продукт мовлення в політиці завжди формуватиметься за принципом генератора випадкових чисел.

У контексті аналізу явища популізму сформульоване вище риторичне запитання фактично полягає в пошуку критерію ідентифікації цього явища. Ідеться про можливість диференціювати популістський і непопулістський “продукти”. Тому розглянемо ситуацію, за якої популізм постійно зазнає етичної оцінки, тоді як морально-етичний підхід не здатний відмежовувати його від інших суспільно-політичних явищ. У цьому разі популізм як форму реалізації масової політики треба трактувати значно ширше, ніж ідею просвітництва народних мас. А демагогія – просто негативна форма вияву цього процесу в інтересах окремого суб'єкта.

Поняття “комунікація” розглядаємо в широкому значенні слова – як сукупність різноманітних – вербальних, невербальних, контекстуальних, тональних тощо – повідомлень, які

виникають у процесі інтеракції. Дотримуємося твердження Пауля Вацлавіка про те, що “ніхто не може не спілкуватися” [3], яке є аксіомою прагматичної комунікації між людьми.

На перший погляд, складність побутового розуміння популізму втрачає свою актуальність у рамках наукового аналізу. Фактично, потрібно з’ясувати передісторію становлення феномену та визначити його категоріально-понятійний апарат. Безумовно, це першопричина, що розмежує його суть за позитивними та негативними ознаками. Натомість досі складним є встановлення критерію для ідентифікації популізму. Можемо визначити популізм як відповідний суспільно-політичний рух, політичну “ідеологію”, стратегію влади, тип поведінки та дій тощо або виокремити його з-поміж інших суспільно-політичних явищ, але не маємо підстав однозначно кваліфікувати будь-який зразок комунікації як популістський. Аналогічно щодо демагогії, та все ж через її наперед закладену маніпулятивність і спекулятивність її можна окреслити за допомогою законів формальної логіки та здорового глузду.

Найоптимальніший спосіб відстежити це питання – промоніторити використання поняття “популізм” у засобах масової інформації: його досить часто довільно продукують політики. Інтуїтивно, за допомогою порівняння, інтерпретації або контекстуального аналізу можемо розмежувати обґрунтовані наміри та безпідставні обіцянки.

Ще одна проблема – з’ясувати вплив мови на поведінку людей і те, чи здатна мова бути однозначною спонукою до політичної дії. У цьому разі розглядаємо мову як договірну систему звукових та графічних знаків, що становить матрицю конструювання картини світу людини. Таке розуміння цілком виправдане щодо державної мови або мови науки, проте викликає застереження стосовно суспільно-політичної комунікації, коли суть сказаного залежатиме від способу декодування слів у процесі мовлення. Отже, будь-яке розуміння та оцінні судження промови, виступу, проспекту, програми тощо залежать, фактично, від способу їх інтерпретації. З іншого боку, існує суто політика як сфера діяльності людей, що позбавлена будь-яких загальнообов’язкових канонів комунікації. Щоб довести супротивне, усі люди мали б думати однаково. Та в кращому разі ймовірна відповідна культура спілкування. Парадоксальність політичної комунікації от у чому: якщо цього культурного рівня немає, можемо сформулювати її морально-етичну оцінку, проте вона не здатна бути передумовою інтеракції.

Популізм, як жодне інше явище, – продукт політичної комунікації. Відколи він трансформувався в інструмент та політичну технологію, мова, усна й писемна, є невід’ємним супутником боротьби за владу. Та обставина, що представницька виборна демократія сьогодні – домінантна форма державного правління, фактично легітимізувала плюралізм комунікативних практик у політиці. Отже, правдивим тепер є те, що відповідає принципів більшості. Правдиве як щось договірне й загальнообов’язкове, проте аж ніяк не однозначне.

Як наслідок, весь апарат політичної аргументації популізму є фактом “інфляції слів” (лат. *inflatio* – роздування). Цей економічний термін як жоден інший здатний влучно передати зміст знецінення мовної одиниці. Слова втрачають свою цінність, первинне значення та однозначність. Безвідповідальне роздування семантичного поля знизило питому вагу слова, залишивши йому тільки знакову функцію в процесі комунікативного акту. Як наслідок, формується суто негативне побутове розуміння популізму, яке ототожнює популізм із демагогією. З цим неодноразово стикаємося в українській політичній практиці, що значно пожваблюється у передвиборчий період. Безпідставних звинувачень та обіцянок тоді на-

стільки багато, що влада як інститут зазнає суттєвої девальвації. Що більше голосливих тверджень, то важче зрозуміти, що ж насправді відбувається, хто яку позицію захищає, хто каже правду, а хто ні. “Інфляція слів” – результат неоднозначного застосування мови, що унеможливує встановлення меж популізму як критерію його ідентифікації.

У дослідженні комунікативного змісту популізму доцільно також вдатися до філософських наук, які у XX ст. запропонували чимало альтернативних підходів. Напрацювання в рамках аналітичної філософії, логічного позитивізму, екзистенційно-феноменологічних підходів, структуралізму дали змогу сформувати підгалузь філософії мови. Доцільно згадати комунікативну філософію (К. Ясперс, Ю. Габермас), логіко-семантичну програму аналізу мови (Л. Вітгенштайн), лінгвофілософські (К. Кастанеда), антропологічні (К. Леві-Строс), постструктуралістські (Р. Барт) та постмодерні (Ж. Дельоз) підходи.

З погляду методології важливе прикладне значення мають ідеї мовної гри, комунікативної дії і так званого “новоязу”. Спробуємо їх означити. Термін “мовна гра” запровадив у теорію мови та лінгвофілософію австро-англійський філософ Людвіг Вітгенштайн. Мислитель визначає його як “процес і результат свідомої лінгвокреативної діяльності індивіда, спрямованої на нестереотипне варіювання форми та змісту мовних одиниць на ігровому реєстрі комунікації з метою впливу на емоційну та/або інтелектуальну сферу адресата” [13]. На її основі Юрген Габермас формулює теорію комунікативної дії. Комунікативна дія відбувається в живій та нормативно забезпеченій мовній грі. Під поняттям “комунікативна дія” розуміють здебільшого “акт породження висловлення, хоча багато авторів визнають активність процесу розуміння” [14]. Продукт політичної доцільності – так званий “новояз” [1]. *Це специфічна форма мови та словникового запасу, що через власну лімітованість намагається структурувати думки своїх носіїв згідно з шаблоном, обмежуючи свободу думки. До сфери наукового зацікавлення “новояз” увійшов завдяки антиутопії “1984” Джорджа Оруела [11], який подав “новояз” як прототип штучної мови закритих суспільств.*

Керуючись лінгвістично-комунікативним підходом, популізм можна розглянути як політичні зразки вербальних (усне мовлення, текст) та невербальних комунікативних практик. Серед найпоширеніших – політичні промови, виступи, спічі, коментарі, політична реклама, буклети, проспекти, політична програма, платформа, відеоролики. Проте їх потрібно диференціювати за формою та змістом. Залежно від типу зв’язку адресанта й адресата вони бувають діалогічними та монологічними. “Діалог, – пише С. Поцелуєв, – це текст, який створюють два партнери комунікації, один із яких задає конкретну програму розвитку тексту, його інтенцію, а інший повинен брати активну участь у розвитку цієї програми, не маючи змоги вийти за її межі. Натомість монолог – текст, що його хоча й ініціює, явно чи неявно, партнер комунікації, але який розвивається за програмою його творця, проте без (активної) участі партнера. Таким чином, з позиції здорового глузду, якщо мова не є монологом, вона має бути діалогом. Та сама логіка повинна спрацювати у зворотному процесі” [9].

Зміст комунікативних практик часто не відповідає своїй вербальній формі, відповідно, потребує контекстуального аналізу. Тому доцільно використовувати напрацювання філософської та політичної думки – герменевтику й контент-аналіз. Герменевтичний метод – сукупність прийомів тлумачення текстів, у його основі – введення текстової інформації в ширший контекст знань з інтерпретацією. Контент-аналіз (від. англ. content – зміст) – метод кількісно-якісного аналізу змісту тексту задля виявлення й вимірювання різноманітних фактів або тенденцій, що в ньому трапляються; метод науково-психологічного дослідження текстів та інших носіїв інформації.

З погляду такого аспекту популізм і демагогію потрібно розглядати як форми мобілізаційних та маніпулятивних комунікативних практик у політиці, що їх реалізують за допомогою діалогічно-монологічної політичної риторики. Серед решти близьких до них форм виокремимо парapolітику [6, 15], квазіполітику [8], парадіалог [9] і double bind [10]. Спільною сутнісною ознакою цих понять є негативний зміст; їх здебільшого утворено додаванням префікса із заперечним змістом до конструктивного політичного явища. У словнику іншомовних слів грецьке “пара” і латинське “квазі” (ніби, майже, немовби) тлумачать як префікси, що означають суміжність, переміщення, відступ, відхилення, зміну і які використовують у складних словах для означення чогось “несправжнього”, “позірного”, “фальшивого”.

Для означення відхилення від конструктивної політики в політичній науці застосовують поняття “парapolітика”. Його поява на пострадянському просторі пов’язана зі спробою описати недоліки трансформаційних процесів у новоутворених політичних системах. Уперше його вжив російський учений Леонід Іонін, який у своїй публікації зазначив, що “характерна риса російської діяльності сьогодні – гранична інтенсивність політичної діяльності плюс відсутність практичних результатів” [6, с. 6]. Основним об’єктом критики є владна верхівка, державний чиновницький апарат або узагальнено бюрократія. Попри курс на лібералізацію та демократизацію, бюрократія надалі номенклатурна. “Ефект парapolітики, – пише Іонін, – застій на всіх рівнях суспільства, який супроводжується активною діяльністю у її верхівці... Висновок полягає в тому, що реальне життя в нашій країні дедалі більше поглинає політика. Факти, події і ситуації важливі лише настільки, наскільки вони виконують політичні функції. Успіх політика – не успіх країни, а його особистий успіх у парapolітичній сфері” [6, с. 7].

В українській політичній науці поняття парapolітики використовують не так давно. Володимир Холод, запозичивши з російських джерел, значною мірою доповнює та розгортає його. Керуючись тією самою логікою, він протиставляє парapolітику позитивній політиці. “Політика і парapolітика – два антиподи, що їх описують та аналізують у різних означеннях і критеріях” [15, с. 23].

Префікс “пара” (гр. *para* – біля, при, на протывагу) означає або розташування поряд, або відхилення від чого-небудь, порушення, деформацію змісту, зафіксованого в корені слова. За допомогою префікса в складі слова “парapolітика” відображено розуміння антипода політики в її усталеному, традиційному розумінні. Близькими за значенням до “парapolітики” є “політиканство”, “брудні технології”, “політична демагогія” тощо. Проте за обсягом семантики термін “парapolітика” є пріоритетним у цьому ряді, оскільки акумулює сумарний зміст негативної політики. На думку Холода, він виявляється в різноманітних соціальних недоліках, у невідновлювальних затратах матеріальних ресурсів, різного масштабу руйнуванні соціальної структури і навіть суспільного устрою. “За критерієм функціональності парapolітика належить до соціально неефективного, руйнівного та неперспективного типу соціально регульованої діяльності (активності), є дисфункціональною в аспекті соціального споглядання. За ціннісним критерієм вона – антипод публічної етики і моралі об’єднання... За критерієм політичної участі – “інтенсивний” спосіб відчуження індивідів від раціонально усвідомленої співпраці в соціально регульованих взаємодіях на всіх політичних рівнях. За ідеологічним критерієм, парapolітика становить політизацію соціальних утопій, ірраціональної соціальної філософії. За соціальним критерієм – технологію досягнення штучної рівності або консервації нерівності... Відповідно до загальногуманістичного критерію, парapolітика є ідеологізованою технологією пригноблення людини як найвищої цінності” [15, с. 25].

Прикладом парадоксальної комунікації є “парадіалог”. Це “мовна ситуація, коли політика запитує про одне (або він сам імітує ймовірне запитання), а він відповідає про цілком інше” [9]. Він живе в ситуації постійної підміни речей. Етимологія слова “діалог” передбачає розмову, для якої характерна взаємність і змагальність, а також розподіл. Саме тому комунікацію, у якій конкурентність і взаємність позбавлені чітких смислових розмежувань, є пародією щодо себе, цілком правомірно можна називати парадіалогом. Префікс “пара” означає не просто суміжність, а й відхід від істини, переміщення, відступ, зміну. Отже, парадіалог – своєрідний перевернутий догори ногами діалог, його дискурсивна пародія і симуляція. На думку С. Поцелуєва, парадіалог є такою комунікацією “свідомостей”, коли вони систематично доводять один одного до об’єктів, позбавлених будь-якого сенсу. Події сприймаємо як ефект, притаманний мові, суть якого позбавлений сенсу. Це завжди подвійний сенс, який унеможливує тлумачення з погляду здорового глузду. “Він завжди нейтральний, адже не перебуває ні в діалозі, ні в монолозі. Такий сенс є в парадіалозі як потоці “чистого становлення”, “дискурсу”, який для пересічної буденної свідомості майже не відрізняється від маячні” [9, с. 34].

Для науки “парадіалог” – нове поняття, що перебуває на етапі свого становлення. Однак з парадіалогом стикаємося повсякденно. З погляду стороннього спостерігача, ми часто є свідками беззмислової, як на здоровий глузд, розмови, і самі не помічаємо, коли безпосередньо беремо в ній участь. Але якщо в побуті це результат непорозуміння та емоційного напруження, то в політиці – здебільшого стратегія політичної комунікації політика.

Парадіалог – не ідеологічний субститут діалогічної за своєю суттю ідеї, а абсурдне шоу ідеологічних спекулянтів. С. Поцелуєв стверджує, що мова учасників парадіалогу є виявом вербалізації автокомунікативного потоку їхньої свідомості. Замість взаємодії “поглядів”, “концепцій”, “ідеологій” у ньому відбувається елементарне поєднання в просторі і часі двох потоків мислення та мови. У розмові експерти борються за комунікативну владу в контексті предметної суперечки, тому зовні вона справді може бути тихою. Проте в діалозі комунікативна боротьба виходить на передній план, підпорядковуючи собі предметну логіку суперечки. Боротьба домінує, перетворюючи діалог на різновид комунікативно-владного “мистецтва заради мистецтва”, а предметну логіку дискусійних тем – на сукупність нісенітниць. Поцелуєв зазначає, що в парадіалозі часто порушено порядковість реплік із теми. Його учасники говорять одночасно, за будь-яких обставин, перебуваючи на своїй хвилі. Тому сторонній спостерігач декодує парадіалог не лише лінійно, наче в книжковому дискурсі, а й просторово, аналогічно до візуального сприйняття. “Сторонній спостерігач здатний, у кращому разі, змістовно інтерпретувати лише окремі фрагменти парадіалогу або зробити узагальнення, що один із учасників видається більш тріумфальним, аніж інший. Однак комунікативну тріумфальність розуміють тут у квазіестетичному сенсі. Стороння людина не в силі долучитися до такого “діалогу” (оскільки немає нитки суджень, якої можна було б дотримуватися), ані однозначно перебувати осторонь будь-якого з опонентів. Діалог долучає сторонню людину в ролі співрозмовника, а парадіалог прирікає її на роль елемента публіки” [9, с. 36].

Публіка – тип політичної маси, який формується під дією засобів пропаганди, маніпуляції та індоктринації. Появу публіки обґрунтовує Серж Московічі, який, відштовхуючись від класичних праць дослідження масового суспільства (Г. Тард, Г. Лебон, Х. Ортега-і-Гасет), дійшов висновку, що у XX ст. натовп під впливом засобів масової інформації та комунікації трансформується. Натовп співвідноситься з публікою, як суспільне тіло із суспільним духом. Французький учений слушно підкреслює, що Тард і Лебон життя маси та натовпу пов’язують із психічними чинниками і все пояснюють з їх допомогою.

Загальним різновидом парадоксальної комунікації є *double bind*. У перекладі з англійської мови це поняття означає “плутанину понять”, “подвійне висловлювання”, “пастку спілкування” або “подвійну пастку”. Використовуємо варіант “подвійна пастка”, оскільки він найкраще відображає суперечливість комунікації. Первинно це поняття з’явилося в теорії комунікації в 1950-х в рамках психології та психіатрії. Згодом *double bind* адаптували до широкого кола суспільно-політичних взаємодій. На відміну від логічно абсурдного висловлювання, яке є граматично правильним, але містить суперечливі елементи по суті, “подвійні пастки” – приклад абсурдно-суперечливої комунікативної ситуації, коли адресатові одночасно надсилають взаємозаперечні повідомлення. Абсурдне співвідношення взаємозаперечних повідомлень щодо одного й того самого предмета необхідно принципово відрізнити від парадоксального повідомлення. На думку С. Поцелуєва, сутнісна різниця між суперечливою та парадоксальною комунікацією полягає в тому, що в першому разі вибирають якусь одну альтернативу й водночас відкидають іншу. Тому в ситуації суперечливих передумов дій вибір логічно ймовірний. Натомість парадоксальність передумов унеможливує сам вибір як умову виконання цієї дії, оскільки жодної альтернативи логічно й фактично не допущено.

“Можна стверджувати, що парадоксальне стимулювання до дії – типова формула влади, тоді як сам парадоксальний вибір – невід’ємна ознака будь-якої подвійної пастки як владно-комунікативних відносин” [10]. Згідно з принципом примусового вибору, суб’єкт зобов’язаний обирати необхідність. “Людина, що потрапила в ситуацію *double bind*, – вважає С. Поцелуєв, – ризикує, що її покарають за правильну оцінку ситуації, щоби більше, звинуватять у підступності та божевільності, якщо вона наважиться стверджувати, що між фактичною оцінкою ситуації і тим, як їй це пропонують сприймати, є суттєва різниця. Це один із важливих елементів подвійної пастки – заборона на усвідомлення (артикуляцію) закладеної в ній суперечності. Отже, на такого типу запитання нереально відповісти коректно через їхню парадоксальність, однак мовчання в такій ситуації значно гірше, ніж будь-яка вербальна відповідь” [10]. Ключову роль у політичних подвійних пастках відіграють стереотипи, що є важливим елементом матеріалізації інституційного порядку будь-якої комунікації. Відповідно, *double bind* заохочує ірраціоналізм у політиці та свавілля як спосіб поведінки, що не має жодного зв’язку з будь-якими формами нормативності, оскільки вони самі собі суперечать.

Дослідники теорії *double bind* розглядають подвійні пастки як звичний елемент парадоксальної комунікації, у якій явно або імпліцитно наявний владний аспект. С. Поцелуєв пропонує їх типологізувати на основі суттєвих відмінностей, що пов’язані, на його думку, з різною специфікою інституалізації на різних рівнях політичної комунікації. Він виокремлює мікро-, мезо- і макрополітичні ситуації *double bind*. Приклад сімейної комунікації є класичною моделлю подвійної пастки, а відносини дитини із своєю сім’єю – типовий (шаблонний) зразок інституційної взаємодії. На цій основі запропоновано різновид *double bind* типу А і Б, які узагальнено можна описати як, з одного боку, розходження між словом і ділом, а з іншого – розходження між словами. Структура цих взаємодій ускладнюватиметься із зростанням рівня політичної комунікації.

Серед способів протистояння *double bind* С. Поцелуєв виокремлює два типи реакцій – раціональні та авантюрні. Раціональність пропонує розглядати дещо умовно, враховуючи загальну ірраціональність простору подвійних пасток. Хоча “в цих ситуаціях нереально поводитися логічно та послідовно, проте можна намагатися мислити і діяти раціонально,

тобто усвідомлювати абсурдність і парадоксальність наявної ситуації й виходити за її межі в практичному та теоретичному усвідомленні” [10]. До найпоширеніших форм раціональної реакції належать поведінковий автоматизм, який полягає в безпелеційному виконанні наказів, тактика лавірування як спосіб вибіркового стилю поведінки та стратегічне позиціонування, за якого політичний суб’єкт не просто добре розуміє суть ситуації, а й має необхідні ресурси для її зміни. Авантюристські реакції на політику подвійних пасток містять вагомий руйнівний потенціал для сформованих обставин. Серед його основних форм – ультрапарадоксальна акція, що є прикладом неадекватної (примітивної) дії політичного актора, символічний авантюризм, під час якого для жертви double bind є об’єктом спеціального осмислення (міфологізації) та політика катастроф як форма тотального й демонстративного порушення правопорядку, принциповий авантюризм і “освячений егоїзм” у політиці.

Розглянуті зразки політичної комунікації здебільшого деструктивні. Оскільки не маємо змоги дати об’єктивну оцінку цих процесів, спробуємо оцінити їх із допомогою етичної теорії. К. Балестрем розуміє її як “нормативну теорію моралі на противагу дескриптивним моральним теоріям. Дескриптивні теорії намагаються пояснити, чому відповідні соціальні групи мають означені моральні уявлення; нормативні теорії за допомогою загальних принципів прагнуть обґрунтувати уявлення про те, як потрібно поводитися в конкретній ситуації” [2]. Отже, питання “як я маю чинити?” є базовим для етики. Такий варіант політичної етики – своєрідна спроба пошуку “золотої середини” між ідеалістичною та реалістичною відповідями на запитання. Це дві великі конфронтаційні традиції в історії політичної думки, які здебільшого подають як протиставлення поглядів І. Канта й Н. Макіавелі на політику.

Проте “прагматичні” науковці намагаються подолати цю категоричність. “Основний закид моралізму полягає в недостатньому реалізмі і, що основне, у відсутності можливості застосувати його на практиці” [2]. К. Балестрем наводить цитату з Монтеск’є: “Немає потреби безпосередньо бути політиком, щоб переконатися в тому, як кардинально її звичай суперечать моралі та розуму. Ці слова могли б переконати кожного, проте нікого не могли б змінити...” Недоліком реалізму є його відвертий цинізм, малопереконлива спроба подати безпристрасне дотримання партикулярних інтересів за вищу мораль. Там, де виникають об’єктивні суперечності інтересів, раніше чи пізніше виникає боротьба за владу, в якій перемагає аж ніяк не чиста совість. Щодо форм політичної комунікації, то їхній владний статус зумовлений роллю мовних практик, які є незамінним інструментом зв’язку правлячого класу (еліти, бюрократії) із суспільством. Демагогія і популізм, зокрема, – невід’ємна складова образу політики як брудної справи (“the problem of dirty hands”). Цей підхід перебуває в рамках давно сформованої традиції в історії політичної думки, однак сучасна політична наука свідомо уникає такого розуміння через його тривіальність. Той, хто хоче керувати, має відповідати, а тому, хто бере на себе відповідальність, необхідні власні політичні переконання. Парадоксальність ситуації полягає в риторичному запитанні: чому той, хто відповідає за суспільний добробут, має відчувати дефіцит моралі? Чому ті, кому делеговано реалізовувати державну політику, повинні бути менш чесними, ніж інші громадяни? Політика, можливо, є брудною справою, проте не більше, ніж інші види діяльності. А політики, зазвичай, не аморальніші, ніж суспільство.

Відповідь на ці запитання закладено у способі розв’язання моральної дилеми: чи має право політик, виконуючи свій суспільний обов’язок, в ім’я високої мети ігнорувати принципи моралі? Її кінцевим підсумком завжди буде правда, неправда [4, 5, 7] або напів-правда [12], а шляхи їх досягнення в кожного політика різнитимуться. Теорія пропонує

чимало способів розв'язання чистого типу, проте на практиці всі вони – тільки варіант відповіді на дилему, а не її зняття. Дж. Лок відкидає обман як засіб політики, що загрожує суспільному порядку та поверненню до природного стану; І. Кант переносить моральну дилему в площину особистого вибору, закликаючи уникати ситуацій, коли обман був би морально виправданим; утилітаризм Дж. Міля морально виправдовує обман за умови, що його справді допускають в ім'я блага; для Н. Макіавелі обман – засіб досягнення мети; М. Вебер утримується від будь-яких моральних обмежень професії політика.

За спостереженням Станіслава Запасника, “остаточне розмежування економіки та політики від моралі відбулося після Французької революції, унаслідок поширення ідей індивідуалізму. Він призвів до формування нових політичних принципів, відносно відмежованих від ідеології, політичних доктрин та їхніх програм” [5]. Відтепер акцент зроблено на особистості політика. У світі, де від політика вимагають насамперед здатності викликати до себе довіру, проблема підтримки набуває особливого значення. Проте очікування виборців у парламентських демократіях є недостатньою умовою відмови політика від обману. По-перше, соціальна реальність у розвинутих країнах настільки складна, що зрозуміти її буває дуже непросто. Тому політик має змогу маніпулювати виборцем, замовчуючи вагомі обставини, які спонукали б його до ухвалення тих чи тих рішень. По-друге, тепер політикам доступні засоби соціальної інженерії і засоби пропаганди, з допомогою яких завойовують довіру в суспільстві.

Кар'єра політика не залежить сьогодні від обов'язкового виконання програми його передвиборчої боротьби за владу. А залежить, на думку С. Запасника, від способу застосування техніки інформації, дискусії та переконання, від його здатності викликати довіру у виборців. “У демократичному суспільстві, – вважає науковець, – де воля громадянина реалізується за посередництва плебісциту, як правило, програють ті політики, щодо яких існують підозри, що вони приховують інформацію про реальний стан справ, мають альтернативні програми та пропозиції, а також особисті наміри й труднощі їх реалізації” [5]. С. Запасник переконаний, що “ніколи не повертаються у владу ті політики, про яких стало відомо, що вони використовували техніку навіювання”. Та чи означає це, що політики, які перебувають при владі, здобули та реалізують її чесно? Не знайдемо жодного політика в історії, який казав би, що маніпулюватиме свідомістю мас, потуратиме їхнім потребам, провадитиме політику соціальної нерівності, захищатиме корпоративні інтереси, толеруватиме корупцію, байдуже ставитиметься до проблем безробіття, інфляції, навколишнього середовища тощо. Проте дотримуючись цієї логіки, темна сторона політика стане предметом публічності лише тоді, коли його позбавлять влади і етичний вибір буде неактуальним для сфери політичних рішень, а тільки дилемою його власного сумління.

У статті зроблено спробу розглянути парадоксальність комунікативних практик у політиці як результат свідомого та несвідомого відхилення від конструктивної політики. Враховуючи специфіку такої інтеракції, використали комунікацію не для спілкування, а спілкувалися на тему комунікації.

В основі аналізу проблеми – розуміння мови як невід'ємного інструмента боротьби за владу та її реалізації, що формує негативний зміст популізму. У цьому контексті мову і владу треба розуміти в широкому значенні. Від первісних форм спілкування мова завжди була виявом владно-ієрархічних відносин, та лише в ситуації сучасної демократії зуміла розкрити весь свій владний потенціал. Принцип рівності, народовладдя, соціальної справедливості, більшості, делегування, плюралізму диверсифікував ті пріоритети, які раніше панували



у сфері політики. На зміну відкритій та прямій боротьбі за політичну владу прийшли конкуренція думок, ідей і поглядів. Змінився статус мови, комунікативні практики тепер – основний інструмент політичної аргументації. Водночас ця обставина не ознаменувала зняття поділу на панівних та підданих, а лише інституалізувала його в площині лінгвістичної ініціативи адресанта (правлячого класу) щодо адресата (суспільства). Через умовно-символічні характеристики мовних практик і політики, і громадяни тепер є заручниками власних інтерпретацій, створивши умови для маніпуляцій і спекуляцій. Інакше кажучи, політична реальність незмінна, але інші правила гри. Відсутність чіткого критерію для ідентифікації однозначності суджень зумовила чимало зразків парадоксальної та абсурдної політичної комунікації. Парapolітика, парадіалог, демагогія, антитехнології, індоктринація, double bind є невід’ємною складовою політичної реальності, а ірраціональна та емоційна сутність єдиного джерела влади (народу) не в силі дати їм оцінку з позиції здорового глузду. Саме з цим пов’язане чуже політичній науці, проте небезпідставне побутове трактування політики як “брудної” справи, а популізму – як форми маніпулювання свідомістю мас.

Унаслідок “інфляції слів” пошук варіантів критерію змістився в морально-етичну площину. Однак спроби різноманітних етичних доктрин подати моральні аргументи як пруденціальні істини, які має враховувати у своїй діяльності політик, також зазнали невдачі. Намагання етиків сформувані своєрідні моральні табу на обман для політики, видається, віддалені від реальності. Проаналізувавши ідеалістичні та реалістичні концепції, доходимо висновків тих дослідників, які вважають, що у сфері політики можливий лише прагматизм, позбавлений спроб морально оцінити маніпулятивну сутність політичної реальності. Політик має сам визначати принципи своєї діяльності, зберігаючи за собою право на помилку. А втручання етики повинно обмежуватися постійним нагадуванням йому про те, що ціною його політики є довіра суспільства та гідність особистості.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базылев В., Сорокин Ю. О нашем новоязе // Независимая газета. 1998 (25 сентебря).
2. Баллестрем К. Власть и мораль (основная проблема политической этики) // Философия науки, 1991. №8. С. 83–94.
3. Вацлавик П., Бивин Д., Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий та парадоксов взаимодействия. М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО Пресс (Серия “Психология. XX век”), 2000.
4. Гусейнов Г. Ложь как состояние сознания // Вопросы философии, 1989. №11. С. 64–74.
5. Запасник С. Ложь в политике // Философские науки, 1991. №8. С. 94–107.
6. Ионин Л. Парapolітика как искусство создания видимости // Новое время, 1993 (июнь). № 27. С. 6–7.
7. Корнієнко В. Неправда як конструктивний параметр соціально-політичного ідеалу // Людина і політика, 2000. №4. С. 54–51.
8. Макаренко В. Феномен “квазіполітики” и проблема политических объектов // Вестник Московського университета. (Сер. 12: Политические науки). 1998. №2, 3. С. 31–43, 20–33.
9. Поцелуев С. Политический парадіалог // Полис, 2007. № 1. С. 33–61.
10. Поцелуев С. Double bind, или двойные ловушки политической коммуникации // Полис, 2008. №1. С. 8–32.
11. Оруэлл Д. 1984: роман. Скотный двор: сказка-аллегория. М.: АСТ Москва, 2009.

12. Свинцов В. Полуправда // Вопросы философии, 1990. №6. С. 53–61.
13. Сніховська І. Механізми, засоби та прийоми мовної гри в сучасній англійській мові: автореф. дис. на здобуття ступ. канд. філол. наук: 10.02.04 / Запоріжжя, 2005.
14. Хабермас Ю. Комунікативна дія та дискурс // Першоджерела комунікативної філософії. К.: Либідь, 1996. С. 84–91.
15. Холод Владимир. “Ответственная” значимость термина “парapolитика // Персонал, 2005. № 4. С. 20–25.

*Стаття надійшла до редколегії 12.06.2012*

*Прийнята до друку 26.06.2012*

## POPULISM AS A PRODUCT OF POLITICAL COMMUNICATION

**Taras Rad**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Universytetska str., 1, Lviv, 79000,  
e-mail: taras.rad@hotmail.com*

In article reviews phenomenon of populism as a product of political communication. An attempt to consider the destructive practice of communication in politics as the result of conscious and unconscious rejection of constructive policies. Analyzed variations paradoxical communication, which gives a deeper understanding of the causes of negative understanding of populism. Looking indicators to identify the phenomenon of populism ethical dimension of mass manipulation of consciousness.

*Key words* populism, demagogu, political communication, manipulation, parapolitica, ethics

## ПОПУЛИЗМ КАК ПРОДУКТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Тарас Радь**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Университетская, 1, г. Львов, 79000, Украина,  
e-mail: taras.rad@hotmail.com*

Рассмотрено феномен популизма как продукт политической коммуникации. Предпринята попытка рассмотреть деструктивные коммуникативные практики в политике как результат сознательного и бессознательного отклонения от конструктивной политики. Проанализированы разновидности парадоксальной коммуникации, которая дает более глубокое понимание причин бытового отрицательного понимания популизма. Дано этическое измерение манипуляции сознанием масс, как попытки поиска критерия для идентификации популизма.

*Ключевые слова:* популизм, демагогия, политическая коммуникация, манипуляция, парapolитика, этика.