



УДК 130.2:808.5:808.53

MODERN RHETORIC AND POLITICS

СУЧАСНА РИТОРИКА І ПОЛІТИКА

Perelomova O.S. / Переломова О.С.

d. philol. n., prof. / д. філол. н., проф.

ORCID: 0000-0002-4038-9028

Sumy national agrarian University

Сумський національний аграрний університет,

вул. Г. Кондратьєва 160, 40000

Анотація. У статті йдеться про особливості сучасного стану риторики в Україні, акцентується увага на її значенні в сучасному інформаційному глобалізованому світі. Приділено увагу сучасній політичній риторичі, ідеології і практиці переконання сучасних медіа. Риторика важлива для політиків як мистецтво переконання, яке використовує вербальні і невербальні засоби. Політики потребують риторики, щоб сформувати свій імідж, залучити виборців, захищати свої інтереси та впливати на громадську думку. У статті проаналізовано деякі відомі приклади промов політичних лідерів. Метою статті є розширення звичного уявлення про риторичу, що допоможе учасникам комунікації в повсякденному спілкуванні і досягненні комунікативної мети.

Ключові слова: риторика, політика, влада, політичний лідер, ідеологія, глобалізований світ, промовець, комунікація.

Вступ

Політика й риторика тісно пов'язані між собою. Політична риторика є дієвим засобом впливу на суспільство, що не викликає жодних сумнівів. Тому в основі діяльності будь-якої політичної організації лежить політична риторика

У різних історичних умовах завданням риторики було вирішення конкретних політичних питань у різних суспільних формаціях.

Спілкування політика з аудиторією має свої особливості, які підпорядковуються загальним законам риторики. Головна мета політика-оратора – це переконати слухачів у достовірності й правдивості своїх слів і дій.

Основний текст

Промовець передусім має чітко визначити мету і значення свого виступу для себе як політика і для аудиторії, яка його слухатиме.

Важливе значення для оратора має слухачка аудиторія, уявлення про тих, хто буде його слухати, а також визначений час і місце виступу. Тут не можна залишити поза увагою якісь моменти, якщо промовець хоче досягти успіху.

Момент підготовки до виступу також важливий. Виступ має бути ґрунтовно опрацьований, а будь-який успішний експромт – це результат ретельної довготривалої інтелектуальної праці оратора над собою.

Сучасна політична риторика визначається домінуючими в суспільстві політичними силами з чіткими акцентами своїх інтересів і певних соціальних груп, на які ці сили спираються.

Свого часу на філософському конгресі в Стамбулі Юрген Хабермас розмірковував над проблемою «когнітивного дисонансу між універсальним закликком до національної місії і партикулярною природою фактично існуючих інтересів» [4].



Значна нерівномірність у розподілі ресурсів, яка продовжує поглиблюватись, є ознакою сьогодення. Це призводить до наростання загального протистояння, яке проявляється в масових протестних акціях. Соціологи стверджують, що ці процеси є об'єктивною закономірністю і що зростання нерівності є наслідком технологічного прогресу і зростання ефективності виробництва. Але не всі науковці погоджуються з цим.

«Приклад скандинавських країн показує, що можна розподіляти менш нерівномірно і водночас дотримуватись конкурентності й ефективності економіки» [5].

На тлі тисяч мільярдерів і мільйонів мільйонерів, налічуваних у світі, тривожно виглядає життєва ситуація багатьох сотень бідняків, кількість яких на планеті збільшується в рази швидше, ніж кількість багатих. Про це було оголошено в рамках чергового економічного форуму в Давосі.

Тому зрозумілою є політична риторика апологетів панівної сили в демократичних країнах, владні сили яких лише прикриваються демократичними гаслами, при цьому всіляко обмежуючи свободу слова і волевиявлення своїх громадян, «підправляючи», а то й прямо фальсифікуючи результати виборів.

За політичною риторикою антидемократичних, тоталітарних або диктаторських політичних режимів прихована зовсім інша суть.

Риторика деяких політичних гравців стає особливо наглядною під час передвиборчих кампаній.

Прикладом можуть бути основні положення передвиборних обіцянок Ніколя Саркозі (березень, 2012): жорстко скоротити кількість іммігрантів, які в'їжджають у країну; посилити вимоги до тих, хто отримує посвідку на проживання. А в підсумку, з одного боку, емігранти – це добре, а з іншого – погано. А погано тому, що більшість виборців так вважають. Противник Саркозі – лідер Соціалістичної партії Франсуа Олланд обіцяв зменшити зарплати чиновників і урядового апарату на 30%. Переміг Ф. Олланд, мабуть, французам приємніше було б жити, якби чиновники були бідніші.

Багато чого обіцяв українцям у своїй передвиборній кампанії В.Ф. Янукович: підвищення пенсій вище прожиткового мінімуму і розмір пенсії, відповідний трудовому внеску; фінансування медицини до 10% ВВП; бізнесменам – зниження податків; ліквідація пільг для депутатів і високопоставлених чиновників.

Були заявлені вельми приємні новації, тільки в житті виявилось не так: новий пенсійний закон зробив людей біднішими, пенсійний вік збільшили; ціни на ліки монопольно зросли, пільги для можновладців збільшили. А лозунг «Україна для людей» виявився з тим контекстом, який вкладав у нього Янукович і його оточення. Люди – це вони, а всі інші – це електорат, або просто населення.

Особливого значення з позиції політичної риторики набуває інформаційна і комунікативна сфера, представників якої дійсно можна розглядати як четверту владу. Медіа-магнати в сучасному суспільстві володіють або контролюють засоби масової інформації та Інтернет, наймаючи для цієї роботи цілу армію репортерів, журналістів, аналітиків і коментаторів.

У цій частині і діюча влада, і опозиційні політики не соромляться в засобах



і висловлюваннях, усіляко прагнучи показати підступність і провокації супротивної сторони, хоча далі звичної критики не йдуть, називаючи ті ж самі медіа, якими послуговуються, провладними, продажними і брехливими. Поза всяким сумнівом, політики розуміють фундаментальне значення засобів масової інформації в сучасному світі.

Папа Пій XII ще в 1950 році зауважив: «Не буде перебільшенням сказати, що майбутнє сучасного суспільства і стабільність його внутрішнього життя залежать значною мірою від збереження рівноваги між міццю технічних засобів комунікації і здатністю людини до індивідуальної реакції» [2].

Але де критерії розрізнення корисної інформації від явної і прихованої дезінформації?

Сучасні медіа використовують значну кількість експертів, консультантів та аналітиків, озброєних надзвичайно великою кількістю інформації.

Ті, котрі організовують інформаційний простір, використовують увесь арсенал риторичних засобів. Виступи політиків у різноманітних програмах і ток-шоу звичайно пов'язані з різними комунікативними ситуаціями.

Нинішнє суспільство – суспільство інформаційне, а характерною ознакою переходу від капіталізму до інформаційного суспільства є загальна медіалізація. З відчутним плюралізмом засобів масової інформації, зі зростанням рекламної індустрії, зверненої до великої аудиторії, засоби масової інформації зажили своїм власним життям, формуючи основу для нової владної структури, і стали все більше набувати характеристики парадигми інформаційного суспільства та його правлячого класу – нетократії.

Політики стали продуцентами, виборці — консументами, а медіа визначили собі роль кураторів на політичній арені і, таким чином, здійснюють тотальний контроль над політичними процесами в інформаційному суспільстві, у повній відповідності з принципами нетократії. Сталося так, що будь-який політик тепер не більше ніж учасник постановки, сценарій якої написано в коридорах медіа-імперій, а недовіра і зневага до політиків є основною ідеєю цього атракціону, що добре проглядається і в політичних телешоу на українських телеканалах.

Сучасна політична риторика спрямована на спотворення смислів політиками в засобах масової інформації. Особливо це характерно для країн з відносною свободою слова в умовах слабкої демократії, де політики змушені хоч зрідка давати пояснення з приводу мотивів своїх дій. У цій ситуації очевидно, що чим більше влади, тим більше відвертої брехні, тим більше на словах проговорюється вірність принципам і чистота помислів. Глядачі та слухачі сприймають зміст слів таких політиків на рівні підсвідомості. Наприклад, коли політик стверджує на бігбордах і проголошує з екранів телевізорів, що найвищими цінностями в Україні є «соборність» і «свобода», а в цей час за підтримки владних органів відбуваються арешти людей і розхитується цілісність держави, то в свідомості обивателя формується уявлення про фальсифікацію сенсу слова, відбувається девальвація звичних цінностей.

У цьому сенсі треба віддати належне медіа, господарі яких і штатні ведучі телевізійних програм успішно впливають на уми і серця значної частини глядацької аудиторії, формуючи необхідні образи і відповідні смисли.



Нинішня цензура все більше орієнтована не на блокування якогось повідомлення або змісту, а на просування таких повідомлень і смислів політичних діячів і аналітиків, які позбавляють споживача можливості оцінити те, що відбувається в економічно-банківській та інфраструктурній сферах суспільного життя.

А. Бард і Ян Зодерквіст підкреслюють, що ті, хто займає владні позиції всередині медіа-імперій, не призначаються народом, на відміну від політиків, які повсякчас підкреслюють, що відстоюють інтереси народу. Медіа-керівники обираються з відповідного середовища, ретельно відбираються в дружніх групах і отримують завдання обслуговувати закриті ложі і гільдії магнатів медіа і нетократії. Серцевиною справжньої кризи демократії є нетократичне уявлення про таємну, невидиму владу [1].

Отже, аналіз політичної риторики, соціально-економічних і політичних процесів, які відбуваються в сучасному глобальному інформаційному світі, показує досить глибоку і розповсюджену невідповідність слова політиків і реального контексту їх промов, спричинену прагненням владних структур зберегти свій статус. Сучасна політична риторика виразно характеризується, з одного боку, прагненням її провідників приховати цілий ряд об'єктивних чинників і суб'єктів влади, які реально впливають на розвиток і функціонування державних і наддержавних утворень, а з іншого боку, переконати громадян у прагненні влади відстоювати в суспільстві принципи справедливості, свободи і демократії. Але суперечливий зв'язок політичної риторики та політичної діяльності проявляється в результатах соціальної дії, яка викликає в сучасному світі все більше протестів, демонстрацій, актів спротиву, а то й прямого насильства стосовно представників влади.

Тотальною проблемою сучасного політикуму стала корупція. Френсіс Фукуяма зазначає: «Нині більшість країн світу визнають легітимність демократії і принаймні створюють видимість проведення виборів на конкурентній основі. Що реально відрізняє одну політичну систему від іншої? Міра, наскільки правлячі еліти прагнуть скористатися владою на службу загальним інтересам суспільства чи просто збагачують себе, своїх друзів і членів своїх сімей» [3]. Як і переважна більшість професійних політологів, Ф. Фукуяма зазначає, що дотеперішні заходи з прозорості та підзвітності в боротьбі з корупцією не дають результату, бо джерело корупції глибоко політичне.

Складається враження, що політики служать якійсь вищій надлюдській і антилюдській силі, якомусь таємному кабінету. А тому поширюється непомітність: до владних структур брат тягне брата, батько – сина, чоловік дружину і навпаки і т. п. Існуюча ситуація практично не стимулює і формування ораторської вправності від політиків. Їх промови у своїй більшості стають безбарвними, беззмістовними, сірими, позбавленими логосу, етосу і пафосу. Це має пояснення: у своїй більшості політики не мають класичної освіти, їх не вчили мистецтву красномовства і вони до цього не прагнули, бо в політику прийшли випадково або за протекцією.

Висновки.

Політики нової генерації повинні усвідомити, що боротьба за новий світ –



це боротьба всередині себе, це боротьба зі своїми усталеними стереотипами, упередженнями і звичкою поверхнево судити про речі. Бо по суті новий світ може з'явитися в іншому багатовимірному просторі-часі. І жити в новому світі буде цікавіше, хоча й складніше. Які там будуть переважати цінності, яка мораль – сьогодні однозначної відповіді немає. Але те, що в цьому світі буде панувати риторика життєствердження, а не владних амбіцій, що в цьому світі слова і смисли будуть однозначно збігатися – це точно. Цей світ буде людяним, він можливий, якщо в можливість його повірять багато людей.

Література:

1. Бард А., Зодерквист Ян. Нетократия. – СПб., 2004. – С.76.
2. Маклюэн Г.М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. – М., 2003. – С.26.
3. Фукуяма Ф. Патронаж по-американськи. Що таке корупція і як з нею боротися // <https://www.epravda.com.ua/columns/2016/06/9/595365/>
4. Хабермас Ю. Спор о прошлом и будущем международного права. Переход от национального к постнациональному контексту / Ю. Хабермас // Вопросы философии. – 2004. – №2. – С. 12-18.
5. Kołodko G. Nierównomierny podział dochodów zagraża cywilizacji // Buletyn PTE nr 4 (71) / 2015. – S.21.

References:

1. Bard A., Zoderkvist Yan. Netokratiya. – SPb., 2004. – S.76.
2. Maklyuen G.M. Ponimaniye media. Vneshniye rasshireniya cheloveka. – M., 2003. – S.26.
3. Fukuyama F. Patronazh po-amerikans'ki. Shcho take koruptsiya i yak z neyu borotisyu // <https://www.epravda.com.ua/columns/2016/06/9/595365/>
4. Khabermas Y. Spor o proshlom i budushchem mezhhdunarodnogo prava. Perekhod ot natsional'nogo k postnatsional'nomu kontekstu / YU. Khabermas // Voprosy filosofii. – 2004. – №2. – S. 12-18.
5. Kołodko G. Nierównomierny podział dochodów zagraża cywilizacji // Buletyn PTE nr 4 (71) / 2015. – S.21.

Abstract. The article deals with the peculiarities of the current state of rhetoric in Ukraine, focusing attention on its importance in the modern informational globalized world. Attention is paid to modern political rhetoric, ideology and practice of persuasion in modern media. Rhetoric is important for politicians as an art of persuasion that uses verbal and non-verbal means. Politicians need rhetoric to shape their personal image, attract voters, protect their interests, and influence public opinion. The article analyzes some well-known examples of speeches by political leaders. The purpose of the article is to expand the usual understanding of rhetoric, which will help the participants of communication in everyday communication and achieving the communicative goal.

Key words: rhetoric, politics, power, political leader, ideology, globalized world, speaker, communication.

Стаття надіслана 23.03.2023

© Переломова О.С.