

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 007 : 304 : 655; 007 : 304 : 659.3
DOI: 10.15587/2313-8416.2016.64505

АСПЕКТИ РЕДАКТОРСЬКОЇ РОБОТИ З ЖУРНАЛІСТСЬКИМИ МАТЕРІАЛАМИ ПРО ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛІТИКІВ

© Т. В. Полковенко

У статті йдеться про специфіку редакторської роботи з присвяченими діяльності політиків матеріалами (для сучасних засобів масової комунікації), осмислюється інформаційний вектор статей про політичних лідерів і публічних осіб, акцентується на характеристиках поняття «лідерство», мовиться про принципи творення образу лідера в соціокультурному середовищі, висвітлюються деякі аспекти підготовки матеріалів на суспільно-політичну тему

Ключові слова: засоби масової комунікації, політик, лідер, соціокультурний простір, журналістський матеріал, редагування

The article deals with the specifics of editorial work with journalistic materials on the activities of politicians (for modern mass media), interpreted information vector of articles on political leaders, the principles of creating the image of a leader in socio-cultural environment, and highlights some aspects of preparing materials of the socio-political theme

Keywords: mass media, politician, leader, socio-cultural environment, journalistic material, editing

1. Вступ

Сучасний соціум без лідерів існувати не може. Це так само очевидно, як неможливо уявити трилогію «Володар перснів» без головних героїв (недаремно після виходу у світ романів Дж. Р. Р. Толкіна прихильники цього масштабного епосу, перебуваючи у захваті від лідерських якостей героя, котрий врятував світ, скандували: «Фродо у президенти»). Лідери, які вміють зорієнтуватись у складній ситуації, здатні стати на захист знедолених, а також відповідати за власні дії, відомі людству з давніх часів. Примітним є таке. Якщо сучасне суспільство вже навіть літературного персонажа визнає за справжнього лідера державного рівня, то чи не означає це, що за останні 50–70 років реальні політичні діячі лише втрачають в очах світового співтовариства привабливість і довіру? Тому основною метою цієї статті є вивчення деяких аспектів політичного лідерства й дослідження особливостей підготовки та редагування тих журналістських матеріалів для сучасних засобів масової комунікації (ЗМК), в яких йдеться про діяльність сучасних політиків.

2. Огляд літератури

В галузі суспільно-політичних наук проблему лідерства в різний час вивчали Е. Хейвуд, Б. Ісаєв, Р. Мухаєв, В. Огородніков, Н. Сідоров [1–4] та ін. Аспекти інформації, що стосується політичних діячів, досліджували В. Березін, Е. Дякова, М. Кошелюк, Т. Науменко, С. Шомова [5–9] та ін. А от у системі роботи політичних оглядачів і редакторів су-

спільно-політичних рубрик у вітчизняній та зарубіжній періодиці помітна своєрідна методологічна лакуна, яка виявляється в тому, що й журналістам, і редакторам бракує науково обґрунтованих рекомендацій щодо підготовки повідомлень про політичних лідерів. Подібні рекомендації у разі застосування не тільки здатні, наприклад, посилити інформативність відповідних матеріалів, а в цілому сприятимуть створенню конструктивного вектору розвитку суспільно-політичної інформації для просування в межах цільової читацької аудиторії.

3. Матеріали та методи

Основою цієї розвідки стали статті російських та українських суспільно-політичних часописів від початку ХХ ст. і до наших днів, окремі розділи з наукової літератури, а також власні архівні матеріали автора статті, накопичені ним під час роботи в Інституті культурологічних та етнополітичних досліджень (2004–2008 рр., м. Київ, Україна). У дослідженні було використано методи аналізу, культурно-історичний, прагматичний, порівняльний та описовий методи.

4. Результати дослідження

Специфіка висвітлення діяльності політичних лідерів і публічних діячів у сучасних ЗМК полягає в тому, що все частіше трапляються спроби створення позитивного враження про певну особу «не по заслугах», коли, наприклад, журналісти у своїх статтях експлуатують формат історично сформованих уявлень про лідера, які склалися протягом тривалого

періоду розвитку цивілізації. Журналісти також добре розуміють, як розвиваються взаємини між людьми в реальному житті. Тому при аналізі сучасних ЗМК можна побачити тенденцію до подавання інформації про публічних діячів таким чином, щоб читач міг порівняти свій характер і вчинки з характером і вчинками цих осіб. Особливо це стосується журналістських матеріалів про політичних лідерів.

У свідомості кожного читача друкованого чи електронного джерела інформації є своєрідний взірць «діяльної людини», який походить від уявлення про самого себе, і журналісту тим простіше в окремих матеріалах для опису особи політиків використовувати подібну форму. Якщо політик діє, бореться, протистоїть (навіть без реальних для цього потреб) – це і є справжній лідер (герой). Якщо ж політик бодай на мить замислюється, аналізує, прораховує наслідки – це вже не схоже на справжнє лідерство. Дійсно, наприклад, у фольклорі народів світу майже не зустрічаються «герої-мислителі», у казках і легендах головному герою необхідно діяти для досягнення певної мети, і журналісти у матеріалах про політиків свідомо чи несвідомо все частіше пропонують читачам саме такий – «казковий» формат лідера. Фактично готовий рецепт лідерства звучить так: «діяльність – понад усе».

Повернемося до поняття «діяльна людина». Читач, який аналізує інформацію про певну публічну особу чи політика, закономірно буде порівнювати свій характер, свій досвід із тими фактами, що вміщені у журналістському матеріалі. Читач намагатиметься відшукати, наскільки «діяльною» порівняно з ним самим є та публічна особа чи політичний лідер. При цьому кожен читач «малює» для себе образ особи, про яку йдеться у публікації, створює власне уявлення, а це означає, що будь-які подальші порівняння відбуватимуться не в контексті структури «читач – герой публікації», а в результаті взаємодії створених уявлень. І з кожним новим журналістським матеріалом про конкретну особу ці уявлення будуть доповнюватись. При цьому, засновані на уявленнях порівняння, залишатимуться мінливими, що стає передумовою для непередбачуваних трансформацій створеного в уяві читача образу. Тут і журналіст, і читач опиняються в ситуації, коли визначити якість подальших видозмін стає неможливо, що спричиняє до виникнення внутрішнього конфлікту.

Нехай для сучасної людини життя в рамках конфліктів – явище звичне (тобто всі приймають конфлікт як обов'язкову частину повсякденного існування з усіма протиріччями, розмежуваннями у поглядах, проблемами), але повністю змиритися з конкуренцією, агресивністю та небезпеками для життя людина все ж не може. Ми визнаємо структуру суспільства такою, якою вона є, з тенденцією до постійних видозмін, але погодитися, що конфлікт є природним чинником, людина не готова. Чи не в цьому необхідно шукати причину високої популярності політичної інформації в суспільстві? Люди шукають виходу з конфліктів і сподіваються, що та чи інша політична сила (політичний діяч) нарешті запропонує чіткий план дій для подолання суперечностей.

Дослідження проблеми сучасних суспільно-політичних текстів виявило й те, що коли перед черговими виборами на сторінках якихось видань нібито вивчається громадська думка, суспільні сподівання, все це традиційно завершується низкою цифр, наприклад, рейтингами політичних діячів. Але ці цифри ніяким чином не означають, що політичний лідер навіть із найвищим рейтингом буде щось робити саме в напрямку подолання суспільних конфліктів. Більшість виборців, потрапивши під вплив нав'язаного журналістами в передвиборних матеріалах про політиків «героїчного шаблону», як і до цього моменту, буде порівнювати себе з наявними політичними діячами, зрештою віддаючи голоси за «найбільш зрозумілого», «правильного» – за «діяльну людину». Це означає, що суспільне життя знову і знову залишатиметься «простором для діяльності», а не «простором вирішених конфліктів» (як і простором тих журналістів, хто вміє створювати «казки про героїв»).

Літературному персонажу з лідерськими якостями, відомого, приміром, із сюжетів народної прози, притаманна така форма існування, яка тримається на традиційній героїці, наприклад, на людських уявленнях про те, що герой буде діяти на користь людині, громаді, суспільству. На противагу казковому лідеру образ доволі значної кількості політичних діячів сучасності тримається в суспільній свідомості завдяки вродженій або створеній спеціалістами з PR-технологій харизматичності, що далеко не завжди є правильним (а тим більше єдиним) способом утвердження на верхівці політичної влади. В інформаційному вимірі такий формат є інтернаціональним і має варіативну внутрішню психологічну структуру, що надто мало пов'язується з певною культурною традицією. Чи не тому в масштабах світу дедалі менше стає тих політичних діячів, за яких у разі голосування готова віддати свої голоси абсолютна більшість громадян? Люди просто «не пізнають себе у своїх лідерах».

В загальному сенсі лідер повинен якомога більше бути схожим на своїх прихильників та послідовників, а особливо це стосується психологічних якостей. По-перше, ця схожість здатна виявитись у прагненні позбутися суспільних конфліктів. По-друге, лідер повинен знайти зрозумілий для всіх публічний образ. По-третє, лідер має пропонувати лише адекватні (правильні) способи вирішення конфліктних ситуацій, що склалися в суспільстві. А по-четверте, про все це й мають писати журналісти!

Негативним є той факт, що частина політичних діячів (принаймні, в Україні) на перших кроках своєї діяльності саме в названий вище спосіб створюють довкола себе ореол енергійності, рішучості та готовності до дій, але у підсумку це виявляється нічим іншим як маніпулюванням громадською думкою. При цьому такий лідер не усвідомлює, що він зовсім недовго залишатиметься в уяві послідовників «взірцем» і в будь-який момент він може втратити створене у прихильників позитивне враження (наприклад, унаслідок мінливості суспільних тенденцій чи неможливості зробити щось насправді).

Інша справа, якщо лідер обґрунтовує свою поведінку ідеологічними міркуваннями. «Озброєний» пев-

ною ідеєю публічний діяч або політичний лідер матиме можливість залишатися «зрозумілим» для своїх ідейних послідовників і навіть приваблюватиме нових прихильників, якщо в них виявлятиметься ідейна схожість. У той час, коли людина робить щось заради ідеї, вона вважає цю діяльність «правильною», адже ця діяльність задовольняє її внутрішні потреби. Саме той лідер, який стане на захист певної ідеї, буде своєрідним дороговказом для послідовників. «Озброєний» ідеєю політичний діяч не просто виступає на боці однодумців, а відтворює їхні власні прагнення. Проте в ідейного керівництва є і перевага, і недолік, оскільки в суспільстві майже завжди існує протистояння не конкретних лідерів, а певних ідей (ідеологій). Тут варто подивитися в історію.

Суспільно-значущі течії та ідеї з'являлися, змінювалися і зникали разом із тим, як відбувався розвиток цивілізації. Та найбільш виразно процес протистояння ідеологій почався наприкінці XIX ст. (і триває донині). Серед інших факторів соціального неспокою боротьба ідеологій та їхніх прихильників чи не найбільше заважає людству розвиватися успішно. Закономірно, що на тлі видозмін ідей відбувається і трансформація поняття «лідер».

Ще до середини XIX століття образ героя (лідера) в європейській культурі мав кілька традиційних форм. Усталені героїчні образи постійно траплялись у жанрах народної творчості, їх можна було бачити в образотворчому мистецтві тощо. А вже наприкінці XIX – на початку XX ст. масштабні суспільні перетворення, що активно впливали і на соціум, і на політику, і на світову культуру, цілком природно відбилися і на характері тлумачення понять «герой», «лідер».

Яскравим прикладом у цьому плані виступає Росія від кінця XIX ст. Саме тоді у цій державі та на прилеглих територіях активно починають руйнуватися наявні ідейні, культурні, політичні та ідеологічні надбання. Кріпацтво вже зникло, проте залишився спосіб рабського мислення з його презирством до людської особистості. Часто траплялися деспотичні форми виховання молодого покоління. Подекуди існувало таке ставлення до жінок, при якому їх вважали нижчими істотами. Зрозуміло, що це позначалося й на тодішній моралі, й на культурному, соціальному та політичному житті в цілому. Щоб хоч якось реформувати цей руйнівний для суспільства історичний фон, необхідно було відмовитись від багатьох закладених у попередні епохи суспільно-історичних підвалин, заперечити економічний лад, заборонити наявні принципи влади, змінити політичний устрій, культуру, та мораль. Про це йшлося у таємних промовах до учнівської та студентської молоді, у нігілістичних ідеях на сторінках деяких російських часописів, у висловлюваннях Чернишевського, Герцена, Писарева.

Фактично в тогочасній Росії відбувалося знищення культури, молодь намагалася відмежуватися від міщанського середовища і вважала своїм першочерговим завданням «порятувати вітчизну», орієнтуючись переважно на яacobинські взірці в ідеологічному плані. За таких обставин і через брак духовних орієнтирів, гуманітарних освітніх принципів і адекватного виховання закономірно заперечувалася як

тогочасна політична система, так і народні традиції, релігійні погляди, загальнолюдські ідеали. Створилися передумови для заколоту, суспільство вже було готове до страйку, терор мав стати методом для зміни панівного ладу. При цьому нова епоха потребувала і власних лідерів, і власних майстрів слова (письменників, журналістів), котрі мали писати про діяльність нових героїв, про їхні перемоги [10–12].

5. Обговорення результатів дослідження

У процесі складних суспільно-історичних трансформацій поняття «герой», «лідер» закономірно наповнювалися новими значеннями, наприклад, часом наближаючись до поняття «революціонер», і, нажал, все частіше – до поняття «терорист». У наші дні традиційні образи героя, захисника людей, борця за справедливість ще ніколи не опинилися так близько до межі повної руйнації в суспільній свідомості. В цьому місці ми погоджуємось із усіма дослідниками політичних систем від минулого й до сьогодення, водночас зазначаючи, що досі не існує жодної наукової розвідки, в якій було б акцентовано саме на проблемі висвітлення діяльності сучасних «героїв», а саме політичних лідерів у засобах масової комунікації. Необхідно продовжити дане дослідження, і наступне завдання – спроба виявити, чи не пов'язаний початок нинішньої епохи антидержавності, недовіри до влади і прагнення звільнитися від структури понівеченого в культурно-історичному сенсі суспільства саме з руйнацією традиційних уявлень про героїчне?

6. Висновки

Поняття «влада» в історичному вимірі передбачає взаємини типу «підкорення та покора», та в сучасному цивілізаційному вимірі основними тут виступають відносини «лідер і послідовник». В наш час такий тип відносин аж ніяк не ладний триматися на мотивації страху, навпаки, найбільш правильною формою відносин лідера і його послідовників має бути готовність до спільного розв'язання проблемних питань. Авторитет політика тоді матиме значення, якщо він буде діяти відповідно до загальнолюдських норм і свобод, усталених гуманістичних ідеалів та відстоюватиме національні інтереси.

Сучасним журналістам і редакторам суспільно-політичних видань у світі та в Україні автор статті рекомендує у матеріалах, що готуються до публікації, більше вести мову про ідейність політиків, про їхню конкретну діяльність, акцентувати на результатах їхньої роботи, а не створювати «казки». Такі матеріали можуть прибрати деякі суттєві обмеження у розумінні політичних діячів суспільством, зокрема, сприятимуть посиленню довіри.

Література

1. Хейвуд, Э. Политология [Текст]: учебник / Э. Хейвуд; под ред. Г. Г. Водолазова, В. Ю. Вельского. – 2-ое изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 544 с.
2. Исаев, Б. А. Теория партий и партийных систем [Текст]: уч. пос. / Б. А. Исаев. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 367 с.
3. Мухаев, Р. Т. Политология [Текст]: учебник / Р. Т. Мухаев. – 3-е изд., пер. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 495 с.

4. Огородников, В. П. Политология [Текст]: уч. пос. / В. П. Огородников, Н. М. Сидоров. – СПб.: Питер, 2009. – 272 с.
5. Березин, В. М. Политическая коммуникация в современных российских СМИ [Текст] / В. М. Березин // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2003. – № 1. – С. 101–118.
6. Дьякова, Е. Г. Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу [Текст] / Е. Г. Дьякова // Полис. – 2003. – № 3. – С. 109–119.
7. Кошелюк, М. Е. Технологии политических выборов [Текст] / М. Е. Кошелюк. – СПб.: Питер, 2004. – 239 с.
8. Науменко, Т. В. Массовые коммуникации в политической структуре общества [Текст] / Т. В. Науменко // Вестник Московского университета. Сер. 12. Политические науки. – 2003. – № 3. – С. 102–129.
9. Шомова, С. А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы [Текст] / С. А. Шомова. – М.: Изд-во ИНИОН, 2004. – 246 с.
10. Исаев, Б. А. Политические отношения и политический процесс в современной России [Текст]: уч. пос. / Б. А. Исаев, Н. А. Баранов. – СПб.: Питер, 2009. – 395 с.
11. Нефедов, С. А. Демографически-структурный анализ социально-экономической истории России. Конец 15 – начало 20 века [Текст] / С. А. Нефедов. – Екатеринбург: Издательство УГГУ, 2005. – 543 с.
12. Шульга, М. А. Російський дискурс геополітики [Текст] / М. А. Шульга. – К.: Вид-во: ПАРАПАН, 2006. – 524 с.

References

1. Hejvud, Je.; Vodolazova, G. G., Vel'skogo, V. Ju. (Eds.) (2005). Politologija. Moscow: JuNITI-DANA, 544.
2. Isaev, B. A. (2008). Teorija partij i partijnyh sistem. Moscow: Aspekt Press, 367.
3. Muhaev, R. T. (2007). Politologija. Moscow: JuNITI-DANA, 495.
4. Ogorodnikov, V. P., Sidorov, N. M. (2009). Politologija. Sankr-Peterburg: Piter, 272.
5. Berezin, V. M. (2003). Politicheskaja kommunikacija v sovremennyh rossijskih SMI. Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10. Zhurnalistika, 1, 101–118.
6. D'jakova, E. G. (2003). Massovaja politicheskaja kommunikacija v teorii ustanovlenija povestki dnja: ot jeffekta k procesu. Polis, 3, 109–119.
7. Kosheljuk, M. E. (2004). Tehnologii politicheskij vyborov. Sankt-Peterburg: Piter, 239.
8. Naumenko, T. V. (2003). Massovyje kommunikacii v politicheskij strukture obshhestva. Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 12. Politicheskije nauki, 3, 102–129.
9. Shomova, S. A. (2004). Politicheskaja kommunikacija: sociokul'turnye tendencii i mehanizmy. Moscow: Izd-vo IN-ION, 246.
10. Isaev, B. A., Baranov, N. A. (2009). Politicheskije otnoshenija i politicheskij process v sovremennoj Rossii. Sankt-Peterburg: Piter, 395.
11. Nefedov, S. A. (2005). Demograficheski-strukturnyj analiz social'no-jekonomicheskij istorii Rossii. Konec 15 – nachalo 20 veka. Ekaterinburg: Izdatel'stvo UGGU, 543.
12. Shul'ga, M. A. (2006). Rosijs'kijj diskurs geopolityky. Kyiv: Vyd-vo: PARAPAN, 524.

*Рекомендовано до публікації д-р філол. наук Серажим К. С.
Дата надходження рукопису 16.02.2016*

Полковенко Тарас Вікторович, кандидат філологічних наук, доцент, кафедра реклами і зв'язків з громадськістю, Гуманітарний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, м. Київ, Україна, 04053
E-mail: t.polkovenko@gmail.com