

УДК 323

О.І. ШВИРКОВ

ГЛОБАЛЬНІ ІДЕОЛОГІЇ ТА ПОЛІТИЧНИЙ ПІАР

Швирков Олександр Іванович – кандидат філософських наук, старший викладач кафедри філософії Сумського державного університету

На сьогодні в світі залишилося декілька основних ідеологій, які підтримуються найпотужнішими та найбагатшими суб'єктами світової політики й економіки. Усі інші так чи інакше мають користуватися саме цими ідеологіями. В наслідок цього будь-яка успішна піар-кампанія має ґрунтуватися на одній з базових ідеологій, в іншому випадку вона матиме незначні шанси на успіх.

Ключові слова: ідеологія, політичний піар, ціна ідеології, виборчі технології.

На сегодня в мире осталось лишь несколько основных идеологий, поддерживаемых самыми мощными и богатыми субъектами мировой политики и экономики. Все остальные так или иначе должны пользоваться именно этими идеологиями. Вследствие этого любая успешная пиар-кампания должна основываться на одной из базовых идеологий, в противном случае она будет иметь лишь незначительные шансы на успех.

Ключевые слова: идеология, политический пиар, цена идеологии,

There are only a few basic ideologies in the world today, supported by the most powerful and richest actors in world politics and economics. All others must use the ideologies of these particular subjects. Another idea for the political public relations: any successful PR campaign must be based on one of the basic ideologies, otherwise it is doomed to failure.

Key words: ideology, political PR, the price of an ideology

© О.І. Швирков, 2012

Після довготривалої боротьби за існування, на сьогодні в світі залишилося декілька основних ідеологій. Ці ідеології підтримується, – а почасти й насаджуються – дуже потужними силами. Часто вони стають так би мовити напівфабрикатами для формування національних ідеологій.

В цій статті я розгляну один досьогодні мало досліджений компонент будь-якої ідеології, який, тим не менш, є дуже важливим. Також буде наведено декілька практичних наслідків з того розуміння ідеології, яке буде таким чином представлено.

Під ідеологією зазвичай розуміють комплекс ідей і теорій, об'єднаних спільним началом (ідеєю, принципом, а якщо йдеться про політичну ідеологію, то завжди інтересом – класовим або яким-небудь іншим). У політології найчастіше йдеться про державну ідеологію.

Розглядаючи так би мовити ідеальний компонент ідеології, часто випускають з уваги інший, не менш важливий її компонент – матеріальний. Під таким я розумію всі ті матеріальні твори, які власне і представляють ідеологію, роблять її такою, що сприймається чуттєво, а значить і такою, яка може впливати на маси людей. Матеріальна компонента ідеології, таким чином, суть масив творів, покликаніх прищепити, нав'язати й постійно підтримувати в інтересах деякого зацікавленого суб'єкта певне бачення дійсності.

Маю зауважити, що мова йде саме про масив творів. Так, в основі ідеології може лежати й одна ідея, але власне ідеологія (у тому сенсі, в якому це поняття вживається тут) – це сотні і тисячі творів (книг, фільмів, картин, вистав, дійств тощо).

Таким чином, постулюю. Будь-яка ідеологія – це завжди сукупність двох компонентів: власне ідей та їх матеріальних втілень. Про першу компоненту написано чимало, про другу – практично

нічого. Ця стаття – спроба заповнити існуючу порожнечу.

Що входить у собівартість ідеології (або, точніше, її матеріальної компоненти)? Оплата праці величезної армії філософів, істориків, письменників, драматургів, сценаристів, режисерів та інших діячів науки, мистецтва й культури, основне завдання яких – створення ідеологічних творів. А також витрати на друкування книг, випуск кінематографічної та іншої продукції (згадаймо «Мосфільм» радянських і сучасних російських часів і Голлівуд – минулий і теперішній) [1]. Не остання стаття витрат – утримання й технічне забезпечення співробітників спецслужб, відповідальних за підтримку «ідеологічного порядку» і т.д., і т.п.

Створення твору, який можна використовувати як базовий для «розкрутки» тієї чи іншої ідеології, важко оцінити у грошовому еквіваленті. Тут потрібно говорити про відповідне культурне середовище, щасливий збіг обставин тощо. Тому будемо вважати, що воно просто вже є.

Зазначені витрати аж ніяк не разові. Недостатньо, наприклад, просто створити певну кількість фільмів, а потім раз за разом транслювати їх у кінотеатрі чи по телебаченню (хоч така ротація – безумовно, необхідний елемент будь-якої ідеології). Необхідно весь час знімати нові, з дещо зміненими сюжетами, героями, з більш просунутими спефектами (класичним прикладом цього є американське кіно).

Світ змінюється, старі сюжети обридають, тому ідеологія повинна відповідним чином перебудовуватися (ідеологія, повторюю, як сукупність творів). Тим не менш, дух її повинен зберігатися, повинна зберігатися ідеологічна спадкоємність.

Якщо постійно не відновлювати ідеологічний вплив, суб'єкт ідеології дуже скоро втратить своє

значення. Адже ідеологія – це той «поводок», за допомогою якого правляча група «веде» народ. А «поводок» не повинен обриватися...

Усі зазначені витрати багаторазово збільшуються в тому випадку, якщо з'являється конкуруюча ідеологія. Досить згадати часи «холодної війни». Але й перемога однієї з ідеологій (точніше, її суб'єкта) над суперниками аж ніяк не позбавляє необхідності весь час її підтримувати.

До речі, про таку перемогу або ситуацію, коли одна з ідеологій раптом втрачає підтримку (перестає весь час відновлюватися масив ідеологічних творів), а інша таку підтримку зберігає. Якщо так відбувається, то, як правило, той простір, який раніше займали одні твори, автоматично заповнюється – тими, що складають іншу ідеологію. Природа не терпить ідеологічної порожнечі.

Може, правда, скластись така ситуація, коли на одному й тому ж просторі одночасно існують декілька ідеологій. Утворюється, так би мовити, їх суперпозиція. Трапляється це, коли ні в однієї з них немає достатньо сил, щоб остаточно витіснити суперника. Тоді на полицях стоятимуть різні книги.

Ті держави, які не можуть собі дозволити власну ідеологію, змушені користуватися чужими. Однак у цьому випадку чужа ідеологія значною мірою буде працювати на свого справжнього господаря. Причому незалежно від бажання того, хто нею користується. Початкове джерело ідеології дуже важливе, особливо якщо воно усім відоме.

Можливо, прийшов час почати розробку теорії ідеологічних полів. Думаю, тут можна буде використовувати вже існуючий і цілком розвинений математичний апарат. Те визначення ідеології, яке використовується в даній статті (засноване на постулюванні фактичної еквівалентності ідеології та масиву цілком матеріальних об'єктів, тобто об'єктів, що піддаються обчисленню), може істотно полегшити таку роботу.

У різні моменти часу, в різні періоди ролі різних компонент ідеології – ідеального та матеріального – неоднакові. Те, який з них превалує, безпосередньо залежить від того, чи знаходиться дана ідеологія «на підйомі» або ж вона вступила у фазу стагнації.

Коли ідеологія на підйомі, кількість і різноманітність матеріальних творів порівняно невелика, кількість же нових ідей, сформульованих у рамках цієї ідеології – значна. З часом ідейний базис ідеології костеніє, проте ж зростає кількість і різноманітність матеріальних творів. Питання «що сказати?» замінюється питанням «як сказати?» (Саме тому я вважаю, що сьогодні методологічно більш вигідно розглядати ідеологію саме під кутом її матеріальної складової. Можливо через якийсь час, коли ідеологічний застій буде подолано, можна буде повернутися до традиційного розуміння ідеології.)

Усі сучасні ідеології – це ідеології застарілі, які практично припинили свій розвиток. Я зовсім не стверджую, ніби згадані ідеології померли, тим більше не стверджую, що померла ідеологія як така. Мабуть, це в принципі неможливо (як щодо

ідеології взагалі, так і щодо конкретних ідеологій). Йдеться про те, що вони припинили розвиватися, ефективно пристосовуватися до обставин. Можемо спостерігати їх просте самовідтворення, редуплікацію, якщо завгодно, без виробництва будь-якого додаткового змісту (див. про це, наприклад, статтю автора [4], де з точки зору теорії науково-дослідних програм І. Лакатоса показується, що теорія демократії знаходиться зараз саме в такому стані).

Отже, традиційні ідеології (точніше, їх ідеальні компоненти), очевидним чином зазнаючи стагнації, тобто, не розвиваючись, продовжують породжувати величезну масу найрізноманітніших матеріальних творів, які заповнюють собою весь інформаційний світовий простір. І сьогодні ми бачимо матеріальне втілення тих ідей, які людство породило протягом останніх кількох тисячоліть (причому багаторазове втілення). Узагалі, як здається, за останні п'ятдесят років світ став більш, ніж коли-небудь раніше, матеріалістичним, а б навіть сказав, матеріальним. Людство стало воістину «матеріальною цивілізацією» [2].

Справедливо це й щодо релігійних доктрин і концепцій, що служать теоретичною базою для різних соціальних рухів.

Перебуваючи на таких позиціях (тобто, розглядаючи ідеологію передусім як сукупність матеріальних творів), зауважу наступне.

На теперішній час у світі, по-перше, існує лише кілька основних ідеологій, по-друге, їхні основні генератори, постачальники та експортери знаходяться в дуже незначній кількості місць на Землі. Серед таких місць слід вказати насамперед США, Західну Європу, Китай, можливо Росію. «Площі покриття» даних ідеологій істотно відрізняються, їх вплив також.

Після розпаду СРСР американська ідеологія швидко заповнила простір, що звільнився. Причому, повторюю, заповнила в цілком фізичному сенсі. Маркс, Енгельс і Ленін «вирушили» в архівні сховища, а на магазинних та бібліотечних полицях з'явилися Чейз і Хаггард. Подібне відбулося й у медіапросторі. Багато в чому такий стан речей зберігається до цих пір.

Проте певний час тому деякі колишні республіки СРСР почали створювати свої власні ідеології (передусім Російська Федерація). Легко простежити два основні джерела формування ідеології Росії: це західна ліберальна демократія і традиційна російська ідеологія, яка ґрунтується на ідеї про обраність, велику місію Росії. Наявність першого компонента робить її ідеологію значною мірою несамостійною, несамодостатньою. Проте існування дуже потужного другого компонента все-таки дозволяє вважати її саме російською ідеологією. Вважаю, немає необхідності зайвий раз повторювати, що вона носить цілком еkleктичний характер (ще одне свідчення про занепад традиційних ідеологій). Так само слід зауважити, що сучасна російська ідеологія служить чудовим прикладом суперпозиції ідеологій.

Про існування російської ідеології свідчить величезний масив найрізноманітнішої культурної продукції. Це книги, журнали, теле- та кіно про-

дукція. До речі, на прикладі медіапродукції дуже чітко простежуються обидва згадані джерела сучасної російської ідеології. Цікаво зазначити, що лінії, які породжують ці джерела, існують практично незалежно одна від одної.

Тепер щодо України. У нас була спроба вибудувати свою ідеологію, замішану, правда, на тій самій ліберальній демократії (а також традиційному українському націоналізмі). Проте спроба така очевидним чином провалилася. Причому провалилася, перш за все, через абсолютно банальний брак ресурсів. Попросту кажучи, не вистачило грошей, щоб найняти достатню кількість письменників, щоб вони написали достатню кількість книг і щоб ці книги опублікувати. Те ж саме з кіно, телебаченням тощо. Причому не вистачило не тому, що, як може хтось подумати, наші олігархи «не розщедрилися», а тому, що у них стільки грошей у принципі немає. Тому що ТАКІ гроші сьогодні є лише у тих, хто їх друкує, або добуває з землі, або викачує з половини світу.

Наслідки очевидні: полиці наших книжкових магазинів заставлені книгами російських і західних авторів, телефірм зайнятий такими ж серіалами та шоу.

Чи змінилась ситуація з державною ідеологією в Україні після приходу до влади В. Януковича і Партії регіонів? Незважаючи на деякі рухи в цій сфері, мабуть, слід визнати, що докорінно нічого не змінилось. Тому що абсолютно не змінилась ситуація з ресурсами: як не було у нас грошей на власну ідеологію, так і немає (і не буде – звідки ж їм узятися?).

Внаслідок цього Україна буде залишатися ареною конкурентної боротьби (або ж більш-менш мирного співіснування) кількох ідеологій іноземного походження. Це – не питання політичної волі. Це – об'єктивний факт, що не залежить від розуміння чи бажань тієї групи, яка в даний час перебуває при владі.

Коротше кажучи, «поводок» на шиї українського народу в руках кого завгодно, тільки не нашої «еліти», хоча їй і може здаватися протилежне.

Особливий інтерес представляє питання про зв'язок ідеології та політичного піару.

Від того, наскільки політичні гравці сьогодні можуть користуватися глобальними – назовемо їх так – ідеологіями, безпосередньо залежить їхній успіх на виборах і, в разі такого, в подальшому, при утриманні та здійсненні влади. Особливо це важливо для країн, які не можуть дозволити собі власну ідеологію, таких, наприклад, як Україна. Слід зауважити, що до останніх президентських виборів правлячим політичним силам це вдавалося (і Ющенко, і Тимошенко цілком успішно симулювали свою прихильність демократичним цінностям). Інша справа, що в економічній та соціальній сферах у них був катастрофічний провал (тому й програли вибори). Сьогодні політичні партії, умовно кажучи, «опозиційного» сектора дотримуються тієї самої демократичної лінії (принаймні, на перший погляд), використовуючи демократичну риторичку та ін.

Цього не можна сказати про Партію регіонів,

що знаходиться нині при владі. Цілком очевидно, що в плані ідеології вона має величезні проблеми (йдеться не про державну ідеологію, а суто вузько-партійну, з якою йдуть на вибори). З одного боку, вироблення принципово нової та оригінальної ідеології є на сьогодні об'єктивно неможливим (через уже згаданий ідеологічний застій), з іншого – вона явним чином (на що цілком справедливо вказують і спостерігачі, і її політичні опоненти) нехтує у своїй діяльності загальноприйнятими демократичними нормами. Спроби якось включитися в ідеологію, яку умовно можна назвати ідеологією «руського мира» або «євразійства», епіцентром розповсюдження якої є Росія, судячи з усього, приречені на провал. Обумовлено це як специфічністю даної ідеології (скоріш за все, вона ефективна тільки в межах власне Росії), так і існуванням значної їй опозиції в Україні. Так само не слід забувати, що у фінансовому відношенні сьогодні Росія – не конкурент ані США, ані Західній Європі. Спроби ж використовувати сурогат радянської ідеології на сьогодні явно безуспішні.

Як відомо, легітимність будь-якої влади забезпечується насамперед ідеологією. Відсутність такої у Партії регіонів (а значить, і можливості вибудувати адекватну PR-кампанію), особливо за відсутності економічних успіхів, очевидним чином гарантує їй великі проблеми на парламентських виборах 2012 року. виправити ситуацію навряд чи вдасться. Перш за все тому, що за Партією регіонів уже давно і міцно закріпився імідж партії, що робить ставку на недемократичні методи політичної боротьби. Причому не тільки завдяки чорному піару, що продукується її політичними опонентами, але й завдяки її власній, справді часто недемократичній манері вирішувати політичні питання. Саме тому сьогодні Партія регіонів весь час здійснює маніпуляції з виборчим законодавством, переслідує опозицію тощо. Проте вважаю, що навіть ці заходи не гарантують їй успіху на виборах, оскільки ресурсів для повномасштабних репресій (в тій або іншій формі) вона не має.

Навпаки, опозиція в повній мірі використовує переваги глобальної демократичної ідеології. Мабуть, серед значних опозиційних партій немає жодної (крім ВО «Свобода» та КПУ), яка б не використовувала в чистому вигляді відповідну риторичку. Полегшує завдання цих партій те, що на сьогодні в Україні створено своєрідне демократичне інформаційне поле (субстрат якого – різноманітні ЗМІ, особливо інтернет-ЗМІ, наприклад «Українська правда»), вбудовування в яке і подальше використання для зацікавлених сил не становить серйозних труднощів. По суті, українська опозиція сьогодні має практично безкоштовний, давно «розкручений» інструмент, що дозволяє їй, з одного боку, займатися самопіаром, а з іншого – виступати з дуже дієвою критикою влади (уособлюваної президентом В. Януковичем та Партією регіонів). Саме тому, що українська опозиція користується добре «розкрученою» і весь час фінансово підтримуваною США й Західною Європою ідеологією, витрати її мінімальні. Тому, незважаючи на те, що її (опозиції) власні фінансові можливості не йдуть ні в яке порівняння

з фінансовими можливостями Партії регіонів, і те, що на сьогодні вона по суті роздроблена, вона цілком успішно може конкурувати з ПР.

Те, що було сказано вище, стосувалося переважно державних ідеологій. Але ситуація аналогічна й з ідеологіями, породженими іншими суб'єктами. Сьогодні такими найчастіше виступають транснаціональні корпорації, такі, наприклад, як McDonalds, Microsoft, Apple, Pepsi, Coca-cola. В ефективності своїх PR-компаній вони можуть змагатися (і змагаються) навіть з державами.

Ідеологія, породжувана цими суб'єктами, найчастіше матеріалізується у вигляді відео або аудіотворів (ролики, кліпи, мелодії) і, як правило, носить рекламний характер. Однак і тут є традиційний «концептуальний» компонент, причому досить значний (книги, журнали). Не останнє, а то й перше місце тут займають ідеологічні (ідеологічні в широкому сенсі) інтернет-сайти [3].

Ідеології корпорацій можуть «вкладатися» в інші, більш глобальні, ідеології. Наприклад, ідеологія Макдональдса – в ідеологію ліберальної демократії.

Не останню – а то й першорядну – роль в опи-

саних процесах відіграє глобалізація. Дійсно, після того, як кордони стали відкриті для товарів і капіталів, у світі дуже швидко залишилася досить невелика кількість мегакорпорацій, що повністю контролюють ринок і забезпечують його товарами. Використовуючи економічну термінологію, ідеологія сьогодні – це товар, який виробляється на олігополістичному ринку. Як займатися виробництвом високотехнологічних товарів сьогодні можуть собі дозволити тільки найбагатші суб'єкти (не кажучи вже про розробку самих технологій), так само й підтримувати власну ідеологію – нехай навіть і стару або еkleктичну – можуть лише ті, хто може собі це дозволити, тобто ті ж таки найбагатші суб'єкти.

Щоправда, з усіх цих правил є один виняток – держави, кордони яких закриті (наприклад, Північна Корея і Білорусь). Однак і їх здатність контролювати свій ідеологічний простір перебуває у прямій залежності від здатності протистояти тиску глобалізації, а точніше – її багатих суб'єктів. Як показують події останнього року, деякі з них майже досягли певної критичної межі (маю на увазі, перш за все Білорусь).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бехнаб С. Притязания культуры. Равенство и разнообразие в глобальную эпоху / Пер. с англ.; под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2003. – 350 с.
2. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV–XVIII ст. / Ф. Бродель. – Т. 3 : Час світу. – К. : Вид-во «Основи», 1998. – 631 с.
3. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / Ф. Фукуяма. — М. : ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. — 730, [6] с.
4. Швирков О.І. Кінець демократії, або Демократія як науково-дослідницька програма // Політичний менеджмент. – 2010. – №4. – С. 35-41.