

ного інструменту демократії може бути під загрозою. Саме це може стати фундаментом для подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Collier D, Levitsky S. Democracy „With Adjectives”. Conceptual Innovation in Comparative Research. URL [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kellogg.nd.edu/publications/workingpapers/WPS/230.pdf>
2. Арістотель. Політика / Арістотель; пер. з давньогр. та передм. О. Кислюка. – К.: Основи, 2003. – 239 с.
3. Аквінський Т. Коментарі до Арістотелевої „Політики” / Т. Аквінський; пер. з латини О. Кислюка. – К.: Основи, 2003. – 794 с.
4. Токвиль А. Демократія в Америці / А. Токвиль; пер. с франц. – М.: Изд. Група „Прогресс” – „Литера”, 1994. – 554 с.
5. Поппер К. Відкрите суспільство та його вороги / К. Поппер. Т. 1.; пер. з англ. О. Коваленка. – К.: Основи, 1994. – 444 с.
6. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія / Й. Шумпетер. – М.: Економіка, 1995. – 540 с.
7. Грачев М.Н., Мадатов А.С. Демократія: методологія дослідження, аналіз перспектив, М.: Изд-во „АЛКИГАММА”, 2004. – 128 с.
8. Хантингтон С. Третя хвиля. Демократизація в кінці ХХ століття / Пер. с англ. – М.: „Російська політична енциклопедія” (РОССПЭН), 2003. – 368 с.
9. Демократія і її критика / Пер. с англ. Под ред. М.В.Ільїна. – М.: „Російська політична енциклопедія” (РОССПЭН), 2003. – 576 с.
10. Пауел Дж.-Б. Сучасні демократичні країни. Участь у політичному житті, стабільність і насильство / Дж.-Б. Пауел ; пер. з англ. О. В. Христенко, В. К. Горбатко.–Х. : Каравела, 2004.–288с.
11. Ясперс К. Цель – свобода /Ясперс К. // Новое время. – 1990. – № 5. – С. 35.
12. Алмонд Г. Сравнительная политология сегодня: мировой обзор: Учеб. пособие / Алмонд Г, Пауэлл Дж., Стром К., Далтон Р. – М. : Аспект-Пресс, 2002. – М, 2002. – 537 с.
13. Bankowicz M. Oblicza wspolczesnego państwa / М. Bankowicz, J. Tkaczyński.– Toruń, 2003.–53 s.
14. Клайн Г. Бундестаг / Г. Клайн, В. Цее // Государственное право Германии. – Т. 1. – М.: ИПАН, 1994. С. 152..
15. Diamond L. Is the Third Wave Over? URL: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.122.4030&rep=rep1&type=pdf>
16. Шедлер А. Что представляет собой демократическая консолидация? [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://old.russ.ru/politics/meta/20001003_schedler.html
17. Freedom House. URL [Електронний ресурс] – Режим доступу: : <http://www.freedomhouse.org>
18. Лэйн. Д. Мираж демократии // Полис. Полит. исследования. – 2014. – № 6. – С. 127-148
19. Булуктаев Ю. Электоральная демократия в Республике Казахстан: Монография / Ю.О. Булуктаев, С.О. Бокаев. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2011. – 244 с.
20. Matthew J. Streb. Rethinking American electoral democracy (Controversies in electoral democracy and representation). URL. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/DEMOCRACY%20Rethinking%20American%20electoral%20democracy.pdf
21. Freedom House. Electoral Democracies URL [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://freedomhouse.org/sites/default/files/Number%20and%20Percentage%20of%20Electoral%20Democracy%2C%20FIW%201989-2015.pdf>

УДК 32.019.5

Павлов Д.М.

Национальная металлургическая академия Украины

ЕМПАТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК АТРИБУТ ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ

Досліджується емпатична комунікація як важлива складова ефективної політичної пропаганди. Емпатична комунікація осмислюється як дієвий інструмент перетворення політичної реальності у сприйнятті індивідів та як канал покращення відносин політичних суб'єктів з їх фактичними та потенційними прибічниками. Обґрунтовується, що емпатична комунікація забезпечує максимальну реалізацію та потенціал пропаганди, оскільки здатна залучати соціальних суб'єктів у процес політичної творчості на найвищому рівні самовіддачі як втілювачів власних життєвих смислів через інстанцію політичного.

Ключові слова: політична пропаганда, емпатична комунікація, ефективність, емоції, особистість, гідність, цінності.

Павлов Д.Н.

ЭМПАТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК АТРИБУТ ЭФФЕКТИВНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ

Исследуется эмпатическая коммуникация как важная составляющая эффективной политической пропаганды. Эмпатическая коммуникация осмысливается как действенный инструмент преобразования политической реальности в восприятии индивидов и как канал улучшения отношений политических субъектов с их фактическими и потенциальными сторонниками. Обосновывается, что эмпатическая коммуникация обеспечивает максимальную реализацию и потенциал пропаганды, поскольку способна вовлекать социальных субъектов в процесс политического творчества на самом высоком уровне самоотдачи как создателей собственных жизненных смыслов через инстанцию политического.

Ключевые слова: политическая пропаганда, эмпатическая коммуникация, эффективность, эмоции, личность, достоинство, ценности.

Pavlov D.

EMPATHIC COMMUNICATION AS AN ATTRIBUTE OF EFFECTIVE POLITICAL PROPAGANDA

The article is devoted to the study of an empathic communication as an important component of effective political propaganda. Empathic communication is conceptualized as an effective tool to transform the political reality in the perception of individuals and as the channel of improvement the relations between political actors and their actual and potential supporters. It is argued that empathic communication provides maximum realization of the potential of propaganda, because it has the ability to involve social actors into the political process of creativity at the highest level of dedication, as the creators of their own life meanings, by political authority.

Key words: political propaganda, empathic communication, efficiency, emotions, personality, dignity, values.

Ефективність політичної пропаганди переважно залежить від її здатності забезпечити умови такої комунікації, яка б сприяла посиленню довіри між протилежними сторонами політичного процесу – суб'єктами політики та суспільством.

Однією з головних умов такої комунікації має бути емпатія претендентів на здійснення влади до почуттів, емоцій, переживань, страждань, проблем представників широкого спектру груп суспільства, що передбачає, насамперед, ставлення до кожного як до унікальної істоти, що заслуговує на вищий ступінь поваги, піклування, свободи, довіри та прекрасне майбутнє. Максимальна ефективність комунікативних інструментів пропаганди знаходиться у прямій залежності від встановлення такої комунікації, яка би відбудовувалася за принципом посилення емпатії між агентами та об'єктами політико-пропагандистського впливу. Вищенаведене дозволяє констатувати надзвичайну актуальність дослідження емпатичної комунікації в контексті політико-пропагандистської практики.

Тема статті є принципово новою. Вона спирається на дослідження, які можна поділити на дві групи. Це роботи авторів, що

вивчали: 1) феномен емпатії (Л.Агоста, Л.Брудал, Е.Коплан, М.Девіс, В.Хоувел, Р.Л.Кац, К.Стюебер, та 2) особливості пропаганди (Е.Аронсон, Е.Пратканис, Г.Почепцов, Дж.Стенлі). У роботі Дж.Стенлі емпатії відводиться одна із помітних ролей у здійсненні пропаганди. В.Хоувел та Л.Брудал осмислюють особливості та значення емпатичної комунікації в соціальних відносинах. Проте слід відзначити, що у роботах зазначених авторів фактично не знаходить відбиття проблема емпатичної комунікації в системі розгортання політичної пропаганди.

Мета статті – проаналізувати роль емпатичної комунікації як чинника посилення ефективності пропаганди.

Існує багато визначень та інтерпретацій терміна „емпатія”. На основі аналізу наявної літератури, спробуємо дати власне визначення. Емпатія – це процес вживання в життєву ситуацію іншого на основі сприйнятті його почуттів, емоцій, страждань, думок, детермінантів існування як своїх власних з метою кращого розуміння потреб іншого. Звідси, емпатична комунікація – це здатність використовувати емпатію для налагодження позитивних комунікативних відносин з іншими.

Ефективність комунікативних технологій пропаганди багато в чому зумовлюється не

стільки їхньою безпосередньою спрямованістю на зміцнення влади, що якраз має приховуватись, скільки здатністю забезпечувати умови такої комунікації (комунікативних відносин), яка б сприяла посиленню довіри між протилежними сторонами політичного процесу – суб'єктами політики та суспільством, репрезентованим громадською думкою та дією цієї громадськості. Однією з головних умов такої комунікації має бути зацікавленість суб'єктів політики у розв'язанні важливіших суспільних проблем, які торкаються інтересів більшості. Тобто, максимальна ефективність комунікативних технологій пропаганди передбачає їхню спрямованість на встановлення такого порядку комунікації, який би сприяв забезпеченню поважного ставлення до гідності особистості.

Стратегія надає політиці масштабність, глобальність і перспективність, коли гнучкість, поступливість, моральність у прийнятті рішень роблять політику та її суб'єктів привабливими в очах громадськості. Стратегія пропаганди має забезпечувати смислові параметри існування як особистостей, так і суспільства в цілому, лише тоді вона може бути чинником соціальної інтеграції. Права людини та повага до них слугують достатньо вагомим критерієм оцінки привабливості суб'єктів політики. Із забезпеченням прав людини у повному обсязі безпосередньо пов'язане досягнення державою рівноправності у міжнародних відносинах. Як відомо, більше можливостей забезпечити права своїх громадян мають більш потужні держави, ніж ті, які залишаються недостатньо розвинутими.

Один із головних принципів емпатичної комунікації – це принцип презумпції честі, моральності, чесності та відповідальності. Саме він орієнтує на ставлення до індивіда як до гідної особистості, яка може досягти високих горизонтів саморозкриття.

Ще одним принципом емпатичної комунікації є пошук цінності в Іншому та розширення її до масштабів знака ідентифікації Іншого, свого роду іншого імені Іншого (наприклад, гідний, толерантний, самовідданий, людяний) та закріплення цього імені за Іншим шляхом його повторення. Щоб запобігти протиріч або втрати імені (що означає втрату себе, вилучення з символічної структури світу та символічну смерть особистості), суб'єкт визнання політичної влади ставиться у ситуацію необхідності виправдати очікування, які покладаються на нього у зв'язку з наданим йому ціннісним

іменем, що забезпечує йому місце в символічній картині світу. Як зазначають П.Л.Бергер та Т.Лукман, „...через саму природу соціалізації суб'єктивна ідентичність – справа досить сумнівна. Вона залежить від відносин індивіда зі значимими іншими, які можуть змінюватися або зникати... В остаточному підсумку легітимація ідентичності відбувається в тому випадку, коли вона поміщена в контекст символічного універсуму” [1, с.163].

Не менш важливим принципом емпатичної комунікації є заперечення будь-яких основ (уявлень, цінностей, ідеалів, цілей), які можуть сприяти нівелюванню гідності особистості. Для емпатичної комунікації немає вищих цілей, пріоритетних цінностей для виправдання насильства та нехтування інтересами меншин. Державне насильство або організація терактів є продовженням антиемпатичної комунікації. І державне насильство, і теракти в принципі можна виправдати через нав'язування певної системи цінностей індивідам та соціальним групам, але вони будуть визнавати насильство справедливим або миритися з ним (виражати мовчазну згоду) доти, доки їхня власна гідність не опиниться під загрозою.

Важливим принципом емпатичної комунікації також є відповідальність за сприйняття. Ознакою антиемпатичної комунікації є інформаційний шум, призначенням якого є відволікання соціального суб'єкта від власних стратегічних ініціатив, від смислоозначування свого індивідуального існування, що зрештою призводить до розчарування. Принцип відповідальності за сприйняття орієнтує на те, що за доби інформаційного суспільства, коли доступними є різнобарвні за ідейною та політичною спрямованістю інформаційні джерела (комунікативні канали), – за повідомлення, їхній зміст та наслідки (реакції на них) відповідає не адресант, а адресат.

Універсальною вимогою до комунікатора за доби інформаційного суспільства стає емпатична компетенція як здатність до розуміння почуттів та екзистенційних потреб іншого. Крім того, однією з основ застосування принципу відповідальності за сприйняття має бути творчий нігілізм, оскільки він спрямований на нехтування та повалення авторитетів в ім'я розкриття творчого потенціалу особистості. Тут слід зазначити: все, що нав'язливо вторгається у сферу нашої уваги та включається в нашу картину світу не з нашої волі, зокрема, пропаганда, є насильством, збраряддям проти

якого і має бути творчий нігілізм. Тому можна стверджувати, що активізація творчого нігілізму – це стратегічна основа буд-якої контрпропагандистської діяльності.

В умовах емпатичної комунікації рушійною силою пропаганди стає не освячення авторитетами, а нові можливості, не нав'язування ідеологічних конструкцій під виглядом історично зумовленої та культурно, географічно та економічно визначеної політичної долі, а ліквідація символічних бар'єрів та ідентифікацій шляхом посилення емоційної енергії через вивільнення смислу з-під залежності від очікування прогресу соціальних і політичних мегаінститутів (громадянського суспільства, держави, демократично-виборчої та парламентсько-представницької системи і т.ін.). Емпатична комунікація – це відкриття, нарощування та підтримка засобів (каналів) обміну інформацією, яка зачіпає індивідуальну сферу життя особистості, мобілізує її активність за рахунок актуалізації повсякденних і граничних ціннісних параметрів існування та ставить перед екзистенційним вибором як необхідною умовою реалізації життєвої стратегії.

Як зауважує П.Л.Бергер, „індивід став сприймати себе як складну й унікальну особистість, яка має величезну потребу в особистому співчутті, що навряд чи можливе в абстрактних інститутах” [2, с.130]. Тому емпатична комунікація стає необхідним чинником успішного здійснення технологій політичної пропаганди, в умовах, коли вже не можна розраховувати на дієвість апеляцій до загального блага як цілі функціонування суспільно-політичних інститутів та виправдовувати здобуття й збереження влади обіцянкою покращення діяльності цих інститутів у майбутньому, а також на фоні загального розчарування в нейтральності та незалежності державно-управлінської та судової систем.

Серед способів організації емпатичної комунікації можна назвати: 1) проведення консультацій із представниками соціальних, національних, регіональних груп щодо важливих суспільних проблем та оптимального їх розв'язання (наприклад, фокус-групи); 2) організацію „гарячих ліній”, різного роду „телефонів довіри” між політичними суб'єктами та населенням; 3) створення інтерактивних програм на телебаченні та постійних Інтернет-сайтів, орієнтованих на оперативне реагування на питання та запити людей; 4) залучення громадян до спільного обговорення проектів

політичних рішень і виявлення особливостей соціальних чи регіональних інтересів (свого роду „журі громадян” чи „громадянські майстерні”, що на початку 1970-х були ініційовані в Німеччині та США); 5) створення друкованих органів, радіостанцій, Інтернет-сайтів, орієнтованих на підтримку культурного, релігійного та національного різноманіття; 6) утворення та підтримку громадських організацій, які допомагають реалізовувати ті чи інші права людини. Успішно діюча мережа таких організацій може стати міцною організаційною основою підтримки певної політичної сили, що ініціює їх створення. Своєрідним історичним прикладом таких організацій були Ради робітничих, селянських та солдатських депутатів у перші роки радянської влади в Україні та Росії. Як відомо, ці Ради завдяки сотням тисяч депутатів стали об'єднувальною ланкою керівних органів партії з широкими масами населення. Організаційні, ідеологічні та емоційні зв'язки з масами дали можливість більшовикам докорінно перебудувати найглибші основи повсякденного життя. У контексті проблеми здійснення ефективної політичної пропаганди такого роду організації можна інтерпретувати як організаційні або інституційні технології пропаганди. Отже, можна стверджувати, що ефективність комунікативних технологій пропаганди в тому числі зумовлюється їх вдалим поєднанням з інституційними технологіями пропагандистського впливу.

Декілька прикладів успішної організації емпатичної комунікації дає президентська кампанія Б.Х.Обами (США, 2008 р.). Так, веб-сайт Б.Х.Обами, служба поштової розсилки, сайти соціальних мереж, таких як Facebook, MySpace, BlackPlanet, були інструментами організації емпатичної комунікації, що дозволили рекрутувати добровольців, зібрати гроші на проведення кампанії, влаштовувати багатотисячні зустрічі з виборцями на кожній зупинці передвиборчого туру майбутнього президента Америки [3, р.109].

Іноді здійснення емпатичної комунікації політтехнологи підміняють лише її демонстрацією. Демонстрація емпатичної комунікації також дає певний ефект в отриманні соціальної підтримки політичними силами, але цей ефект не дуже стійкий. Як приклад демонстрації емпатичної комунікації можна навести технологію укладання договорів з виборцями.

Зазначимо, що емпатична комунікація не

стільки може дати як технологія впливу для забезпечення соціальної підтримки, скільки як спосіб здобуття інформації про уявлення, цінності та бажання різних груп суспільства. Слід розуміти, що ефективна пропаганда можлива лише завдяки подоланню відчуження між суб'єктами політики та тією частиною суспільства, що надає їм підтримку. Тому на перший план виходять розуміння, вживання та інтерпретація в різних контекстах моделі світу соціальних суб'єктів як те, від чого можна відштовхуватись у пропозиції курсу політичного розвитку, який буде сприйматись як вартий підтримки та, відповідно, зумовлюючий підтримку його ініціаторів.

Як це не парадоксально, емпатична комунікація має відштовхуватись від передумови незнання Іншого, яким для пропагандистів політики виступає потенційний об'єкт пропаганди. Як стверджує Н.Луман, „комунікація, як правило, виявляє свою спонукальну основу в незнанні. Треба вміти оцінювати те, які повідомлення для інших означають інформацію, тобто доповнюють щось таке, що інші не знають чи знають не достовірно” [4, с.39]. У цьому значенні емпатична комунікація відіграє роль розвідки (збору даних про політичне сприйняття потенційних прихильників) з тим, щоб при розгортанні пропаганди не відштовхнути прихильників влади, а мобілізувати їх, спрямовуючи в конструктивне русло підтримки конкретних політичних суб'єктів. Зауважимо, що фундаментальне завдання емпатичної комунікації – максимально об'єднати, інтегрувати уявні світи індивідів, що виступають об'єктами пропаганди. Лише тоді можна мобілізувати волю потенційних прихильників підтримки влади, коли їхнє уявне стане значущим образом майбутнього та знайде підтвердження у готовності посприяти втіленню в життя цього привабливого образу майбутнього.

Завдяки емпатичній комунікації політична боротьба в жорстких формах втрачає смисл. На зміну жорсткій політичній боротьбі приходять практика переінтерпретацій та метафор, які орієнтовані на звільнення від символічного насильства. Під символічним насильством слід розуміти нав'язування знакам таких значень, які примушують особистість до певної поведінки та діяльності. Щоб подолати символічне насильство, треба вдатися до практики розотожнення шляхом присвоєння знакам таких значень, які ліквідують залежності та

звільняють особистість від нав'язаних способів дії, реагування та, відповідно, вимушеної підтримки влади.

За Ж.Дельозом та Ф.Гваттарі, знаки „не мають ніякого обов'язку бути означаючими”, єдиний їхній обов'язок – породжувати бажання [5, с.67]. Більш того, згідно з думкою французьких постструктуралістів, реальне є продуктом „пасивних синтезів бажань” [5, с.49]. „Якщо бажання продуктивне, воно може бути таким тільки в реальності, виробляючи реальність” [5, с.49]. Виходячи з таких позицій, можна стверджувати, що знаки через ініціювання та звільнення бажань створюють соціальну та політичну реальність. Справа в тому, що в чистому вигляді реальність ніколи не з'являється/сприймається. У сприйнятті реальності завжди наявна оцінка, віднесення до цінності, структурування, ієрархізація, символізація, порівняння з минулим досвідом, прогнозування (чи фантазування) майбутнього; суб'єктивні та інтерсуб'єктивні рівні осмислення. Тобто в окремих своїх проявах реальність може здаватись ворожою чи дружньою, загрозливою чи корисною, песимістичною чи оптимістичною у своїх тенденціях. Скажімо, для архаїчної людини реальність поступово погіршувалась, віддаляючись від „золотого віку”, тоді як для модерної людини з її вірою в прогрес реальність мала покращуватись.

Будь-які прояви реальності інтерпретуються залежно від знаків, які структурують, упорядковують реалізацію бажань, тобто творення соціально-політичної реальності. Приписування знаків ворога чи друга певним суспільним силам – вже пропагандистська дія. Завдяки цьому, бажання любити (лібідозна енергія) та бажання знищувати (мортидозна енергія) індивідів можуть знаходити реалізацію, вихід у наданні чи позбавленні підтримки лідера чи політичної сили. Отже, емпатична комунікація як чинник посилення ефективності пропаганди залучає до поля своєї дії знаки, що структурують сприйняття індивідами суспільно-політичної реальності та контролюють реалізацію їхніх бажань. Саме для виявлення та використання знаків бажання (різноманітних репрезентацій цінностей, цілей, ідеалів) слугує емпатична комунікація як чинник посилення ефективності пропаганди.

Політична пропаганда будується саме на бажаннях індивідів і груп, які стають слухняним інструментом владних суб'єктів. Викликаючи та концентруючи бажання своїх

об'єктів, пропаганда реалізує свої завдання. Навіть фашизм стверджувався та стверджується, як помічав В. Райх, „не за допомогою сили та політичних інтриг”, а за рахунок бажань масового індивіда – „маленької людини”, поневоленої, прагнучої до влади і водночас протестуючої” [6, с.12-14].

Соціальні ідеї та публічні образи (віртуальні репрезентації речей, явищ і діючих осіб) належать до знаків, які здатні викликати бажання індивідів, що схильні до пропагандистського підпорядкування. Ланцюжки-системи знаків включають і ідеї, і образи, і принципи їх поєднання, і сценарії їх розгортання. Проте центральним моментом їхньої дієвості, індуктором смислопороджувального потенціалу виступає або сакральність, тобто їх уявлюваний зв'язок з вищим рівнем буття; або будь-яке трансцендентне (поза межне) взагалі, тобто те, що онтологічно перевершує людину та тим самим надає значущість і визначає її індивідуальне існування.

Трансцендентними для індивіда можуть виступати і ідеали, і міфічні образи, і архетипи, і будь-які прояви ірраціонального в цілому, що змушують індивіда виходити за рамки власного „Я” у прагненні до смислу. М.Маффесолі навіть обґрунтовує поняття „іманентна трансцендентність”, яким позначає дивовижне соціальне, що викликає спільність почуття соціальної групи чи суспільства в цілому й екстатичний стан індивідів, обумовлюючи тим самим підвищене значення певних цінностей. Він зауважує, що „воно найчастіше зустрічається в революційних вибухах” [7, с.279], але може вбачатися в коханні, комерції, насильстві, території, виробничій діяльності, їжі, красі, тобто в тому, що змушує людину йти на жертви, щоб оволодіти „реальним” існуванням, здобути свою суверенність [7, с.281-282].

У цьому значенні привнесення та демонстрація дивовижного соціального в політичному дає пропаганді, що використовує це, вагомий шанс на підпорядкування зусиль та очікувань громадян певним політичним силам як свого роду жертви заради здобуття своєї суверенності, влади над своїм життям. Проте лише *те* дивовижне соціальне в політичному може мобілізувати широку підтримку, яке орієнтоване на нестачу суверенності громадян, вказуючи перспективи їх подолання чи компенсації. Саме емпатична комунікація і покликана встановити цю нестачу суверенності громадян, подолання чи компенсація яких за допомогою дивовижного соціаль-

ного найбільше мотивує їхню активність, спрямовану на сферу політичного.

Роль трансцендентного (дивовижного соціального чи потойбічного) полягає у пригніченні свідомих процесів та вивільненні бажань із сфери несвідомого. Умовами „спрацювання” трансцендентного виступають замішання, пересичення, подив і психологічний шок. Замішання може викликатись парадоксальною, антиномічною інформацією, пересичення – надмірною деталізацією, фрагментарністю, багатоплановістю, незавершеністю, браком структурованості інтерпретацій соціально-політичної реальності; подив – появою незвичного чи новою переінтерпретацією соціально-політичної реальності; психологічний шок – загрозами, що збуджують екзистенціальний страх. Оскільки кожному індивіду необхідно відчувати себе певною мірою захищеним, упевненим і достатньо мотивованим, щоб спрямовано та плідно діяти, особливо, коли свідомі процеси пригнічені та, внаслідок цього, стає неможливим раціональне сприйняття подій і ситуацій, трансцендентне стає тією опорою, віра в реальність якого надає людині особливу силу діяти. Це може бути віра в харизму (божий дар, месіанську роль) вождя, щасливу долю, вдачу, божу благодать, обрану націю, ідеали загального блага, соціальної справедливості, правової держави, суспільства рівних можливостей, справжньої демократії. Віра в трансцендентне виникає не сама по собі, а на основі емоційного сприйняття повсякденного досвіду, його переживання як обумовленого впливом трансцендентного, де наміри та бажання індивіда чи соціальної групи видаються за єдино можливий план дій, санкціонований вищою силою чи виправданий великою соціальною необхідністю. Цікаво, що і комуністи, і ліберали, і націоналісти однаково вірять, що втілення саме їхніх ідейних настанов і програмних положень вкрай необхідне суспільству. Символічна модель світу, незалежно від її ідеологічної забарвленості чи міри радикальної безапеляційності оцінок, завжди знаходить достатньо підтверджень своєї правомірності в реальному політичному житті. Але найбільшу підтримку у суспільстві набуває лише та модель, яка викликає найбільш сильні емоції, пов'язані з нереалізованими бажаннями та ураженою гідністю особистості. Емпатична комунікація якраз і покликана виявити ці емоційно навантажені та пов'язані з ураженою особистою гідністю прагнення різних

соціальних груп, щоб поєднати їх у проєкті найбільш очікуваних соціально-політичних перетворень.

Підтримка будь-якого політичного проєкту соціально-політичних перетворень залежить від емпатичної комунікації. За допомогою впровадження нової інтерпретації соціально-політичної реальності пропаганда стверджує більш привабливий статус тих, хто не мав можливості претендувати на нього в умовах старих інтерпретацій соціально-політичного світу. Пропонується свого роду варіація обіцянки: „Хто був нічим, той стане всім!”. Саме через емпатичну комунікацію, яка орієнтована на пошук причин втраченої гідності індивіда в перекрученому чи хибному, ілюзорному характері старих інтерпретацій реальності, політичні пропагандисти можуть найбільш ефективно досягти визнання тих інтерпретацій суспільно-політичного світу, що зумовлюють отримання підтримки більшості суспільства. Чим більше сумнівів у реальності старих інтерпретацій суспільно-політичного світу, тим меншу підтримку отримують ті політичні сили, які намагаються виступати в межах структур цих інтерпретацій. Якщо у індивіда є вибір між приєднанням до тієї чи іншої інтерпретації, він обирає ту, яка дає йому найбільше підстав для самоповаги. При цьому, свідомо чи несвідомо він позбавляє значущості та підтримки ті політичні сили, які намагаються виходити з інших інтерпретацій. Такі сили можуть демонізуватися, а їхні аргументи витлумачуватись як позбавлені логіки, смислу, суперечливі та такі, що спотворюють реальність.

Висновки. Емпатична комунікація забезпечує максимальну реалізацію та потенціал пропаганди, оскільки здатна залучати соціальних суб'єктів у процес політичної творчості на найвищому рівні самовіддачі як втілювачів власних життєвих смислів через інстанцію політичного. Емпатична комунікація є відкриттям, нарощуванням та підтримкою засобів обміну такою інформацією, яка зачіпає індивідуальну сферу життя особистості, мобілізує активність цієї особистості за рахунок актуалізації повсякденних і граничних ціннісних параметрів існування та ставить перед політичним вибором як необхідною умовою реалізації життєвої стратегії. Емпатична комунікація покликана виявити емоційно навантажені та пов'язані з ущемленою особистою гідністю прагнення різних соціальних груп, щоб поєднати їх у

проєкті соціально-політичних перетворень. За допомогою впровадження нової інтерпретації соціально-політичної реальності емпатична комунікація стверджує більш привабливий статус тих, хто не мав можливості претендувати на нього в умовах старих інтерпретацій соціально-політичного світу. Через емпатичну комунікацію, яка орієнтована на пошук причин втраченої гідності індивіда в перекрученому чи хибному, ілюзорному характері старих інтерпретацій реальності, політичні пропагандисти можуть найбільш ефективно досягти прийняття та засвоєння тих інтерпретацій суспільно-політичного світу, що зумовлюють отримання підтримки більшості суспільства тих політичних сил, що використовують ці інтерпретації як стратегії виправдання своїх рішень та вчинків.

Перспективи подальших досліджень теми емпатичної комунікації як атрибута політичної пропаганди передбачають осмислення різноманітних аспектів дії такого роду комунікації та оцінки наслідків її здійснення в різноманітних соціально-політичних ситуаціях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П.Бергер, Т.Лукман. – М.: „Academia-Центр”, „МЕДИУМ”, 1995. – 323 с.
2. Бергер П.Л. Приглашение в социологию: гуманистическая перспектива / П.Л.Бергер; пер. с англ. под. ред. Б.С.Батыгина. – М.: Аспект-пресс, 1996. – 168 с.
3. Prevost A.K. A Perfect Campaign: The Role of Money, Organization, and Strategy / A.K.Prevost, J.A.Thurber // The 2008 Presidential Elections: A Story in Four Acts / Ed. E.Jones, S.Vassallo. – New York: Palgrave Macmillan, 2009. – P. 99-114.
4. Луман Н. Общество как социальная система / Н.Луман; пер. с нем./ А. Антоновский. – М.: Издательство „Логос”, 2004. – 232 с.
5. Делёз Ж. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / Ж.Делёз, Ф.Гваттари; пер. с франц. и послесл. Д.Кралечкина; науч. ред. В.Кузнецов. – Екатеринбург: У-Фактория, 2007. – 672 с.
6. Райх В. Психология масс и фашизм / В.Райх. – СПб.: Университетская книга; М.: Прогресс, 1997. – 377 с.
7. Маффесоли М. Околдованность мира или божественное социальное / М.Маффесоли // Социо-Логос / Альманах Российско-французского центра социологических исследований Института социологии Российской Академии наук. – Вып.1. – М.: Прогресс, 1991. – С. 274-283.