

О. І. Романюк O. I. Romanyuk

І. П. Коваленко I. P. Kovalenko

АУДІОВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ AUDIOVISUAL MEDIA IN POLITICAL ACTIVITY

Аудіовізуальні засоби (кіно, телебачення, Інтернет) відіграють все більшу й більшу роль в політичному житті сучасного світу. Сьогодні переважну масу політичної інформації громадяни одержують саме за допомогою аудіовізуальних засобів. Перевага аудіовізуальних засобів перед друкованими матеріалами полягає в наступному.

По-перше, аудіовізуальні засоби є значно доступнішими для пересічних громадян, ніж друковані. З появою аудіовізуальних засобів доступ до ЗМІ одержало багато неписьменних та малограмотних людей. Не дивлячись на те, що в останнє століття людством були досягнуті великі успіхи у викорененні неписьменності, однак, за даними ЮНЕСКО, сьогодні близько 781 мільйона дорослих у світі не вміють правильно читати й писати. Причому серед цієї категорії 126 мільйонів становлять молоді люди віком від 15-ти до 24-х років. Окрім того, в останні роки зростає кількість людей, котрі просто лінуються читати і для яких сприйняття інформації з екрану є менш важкою працею, ніж читання газет, журналів та іншої друкованої продукції.

По-друге, аудіовізуальні засоби масової комунікації дозволяють значно оперативніше доносити інформаційні повідомлення до громадян, ніж друковані. На озвучення, монтаж та поширення аудіовізуальних інформаційних повідомлень потребується значно меншого часу, ніж на написання матеріалу для друку, його набору, власне друку та поширення.

По-третє, специфіка аудіовізуальних засобів як інструменту політичної комунікації полягає в пріоритеті візуального сприйняття інформації над вербальним. Підрахунки спеціалістів у галузі соціальних комунікацій свідчать,

що 69 % інформації на телеекрані передається без слів. Внаслідок цього аудіовізуальні засоби значно більше впливають на емоційне сприйняття громадянами інформаційного матеріалу. Одна справа написати, що якийсь політик або держава зчинили якийсь злочин, зовсім інша показати на екрані якісь фрагменти щодо нього. Безумовно, в другому випадку така інформація буде більш переконливою та легше сприйнята споживачами інформаційного продукту. Більш легке сприйняття аудіовізуального інформаційного продукту зумовлюється тим, що він сприймається не тільки, а в багатьох випадках не стільки, свідомістю, але й мимоволі відкладається в підсвідомості.

Першим з аудіовізуальних засобів, які почали використовуватися в політиці, було кіно, проте перші кінохроніки мали щодо політичних подій суто інформаційний характер. Суттєві зміни у їх висвітленні відбулися під час Першої світової війни, коли великі країни почали використовувати новітні на той час технології для пропаганди задля поширення патріотизму та націоналізму в своїх суспільствах. Поява внаслідок більшовицької революції в Росії тоталітарного режиму дала новий поштовх політизації кінохроніки. Оскільки переважна більшість населення країни була тоді неписьменною, використання кіно в таких умовах значно розширювало можливості агітаційної та пропагандистської роботи більшовицької партії. Саме тому провідник революції В. Ленін визначив кіно як «найважливіше» для більшовиків з усіх мистецтв. Подібне ставлення до кіно було й у фашистських режимів. Усвідомлюючи потенціальні можливості аудіовізуальних засобів, провідник італійських фашистів Б. Муссоліні казав: «Дозвольте мені здійснювати кінохроніку, і я зможу правити світом». У Німеччині напередодні виборів 1933-го нацистські пропагандисти виготовляли озвучені ролики, що нав'язувалися власникам кінотеатрів як вступ до основних фільмів. «Досвідченість і винахідливість цих людей, котрі першими застосували сучасні технічні засоби, надали їм величезну перевагу над суперниками» – зауважує німецький журналіст і історик Й. Фест.

Аудіовізуальні засоби використовуються в політиці й в умовах демократії, проте якщо головною метою політичних публікацій в умовах тоталітаризму є пропаганда, за демократії – політична реклама, що активізується в період проведення виборчих кампаній. Значний поштовх використанню аудіовізуальних засобів в політиці дала поява телебачення, яке почало відігравати активну роль у політичному житті сталих демократій у 1950-х роках. Значною подією, що переконливо продемонструвала можливості телебачення як інструменту впливу на політичний вибір громадян, були перші телевізійні дебати між основними кандидатами у президенти США Річардом Ніксоном та Джоном Кеннеді, які відбулися напередодні виборів 1960-го. Хоча напередодні більшість фахівців з політичної прогнозування надавали перевагу Ніксону, Кеннеді, вигравши дебати, став президентом. За результатами соціологічних опитувань, що були проведені невдовзі після виборів, теледебати так чи інакше вплинули на рішення 49 % виборців, а 3 мільйони з числа опитаних відверто заявили, що остаточно визначились саме після перегляду цих телепередач.

Роль аудіовізуальних засобів в політичному процесі ще більше посилив прихід Інтернету, завдяки чому величезна кількість людей, не тільки політиків, але й пересічних громадян, одержала можливість оприлюднювати свої політичні погляди, думки, проекти в електронній мережі. У політиці Інтернет став не тільки важливим інформаційним джерелом, але й засобом мобілізації громадян на акції масового протесту проти зловживань влади, про що засвідчили «кольорові революції», що прокотилися низькою країн Східної Європи, Азії та Африки у перше двадцятиріччя XXI ст. Антидемократичні режими сьогодні докладають багато зусиль до обмеження дії Інтернету в їх країнах, але в той же час намагаються через Інтернет впливати на міжнародне співтовариство. Відповіддю на це з боку демократій стали обмеження на використання Інтернету автократичними силами для руйнування демократичних цінностей, підтримку деструктивних рухів та дестабілізації демократичних країн.