

3 пивом проти популізму

Люди не люблять, коли їх повчають. Гарна політика полягає в тому, щоб слухати, а не нав'язувати певну позицію.

Популісти рідко перемагають аргументами. Переважно вони виграють від того, що їхні опоненти роблять помилки. Ті, хто бореться проти популістів, в результаті роблять їх сильнішими – не змістом сказаного, а настроєм, який це створює. Вирішальним чинником стає не сила переконання, а психологічний ефект внутрішнього опору, який в психології називається реактивністю.

Психолог Джек Брем описав цей ефект як внутрішню непокору. Вона виникає, коли людям здається, що їх повчають, або коли їм нав'язують певну позицію, навіть якщо вони її від початку поділяли. Непокора – не раціональний контраргумент, а емоційний захисний рефлекс.

Цей рефлекс особливо яскраво проявляється, коли люди відчують загрозу своїй свободі. Саме на цьому ґрунті ростуть популістські рухи. Вони представляють себе не лише як політичну альтернативу, а й як захисників від повчань. Що сильніше відчуття, ніби тебе осуджують або обмежують, то гостріше відторгнення. Зміст втрачає значення. На передній план виходить потреба обстоювати себе.

Так буває не лише в політиці, а й у споживанні. Наприклад, у США праві закликали до бойкоту Bud Light через те, що цей бренд співпрацював з трансжінкою Ділан Малвейні. Коли Bud Light дистанціювався від неї, настрої змінилися. Відвернулися вже прогресивні, а консерватори стали демонстративно купувати бляшанки. Це був їхній виступ проти критики і за певний світогляд.

Схожа ситуація була з виробником харчових продуктів Goya. Після того як його генеральний директор похвалив Дональда Трампа, почався бойкот. Тоді консерватори теж закликали людей купувати цю продукцію. І теж ішлося не про боби чи спеції, які пропонує компанія, а про ідентичність і причетність.

*Популістів краще чути
саме завдяки тим, хто з
ними гучно сперечається*

В Німеччині ж сильне обурення викликали дебати навколо так званого Закону про опалення. Не через цілі закону, а через пов'язану з ним комунікацію. Багато хто почувався не частиною змін, а об'єктом маніпуляцій держави. Цей закон буквально став символом десуб'єктивізації. Отже, в продуктах, особах або законах можуть шифруватися більш масштабні протистояння. Те, що лежить у кошику для покупок – це послання. Насправді люди купують відчуття того, що їм ніхто не указ.

Загалом моралізаторська критика, зокрема в соцмережах, часто не має бажаного ефекту. Вона породжує не консенсус, а контриск. Споживання політизується, і не через сам продукт, а через пов'язаний з ним сигнал.

Те, що видно в споживанні, працює і в політиці. Популістів краще чути саме завдяки тим, хто з ними гучно сперечається. Довіра до них зростає завдяки тим, хто їх висміює. Політичний вплив їм забезпечує не стільки зміст, скільки відчуття, що тебе не беруть до уваги.

Ця внутрішня непоко́ра виникає там, де люди відчують, що про них говорять, але не з ними. Таку картину можна бачити в багатьох країнах. Популістські рухи набирають силу там, де певна частина суспільства відчувається ігнорованою або знеціненою. Цифрові платформи посилюють цю тенденцію, бо сприяють поляризації, а не діалогу.

Так було в Бразилії: Болсонару свого часу зміг обратися не всупереч, а завдяки безпардонній поведінці. Його витівки сприйняли за ознаку справжності та здатності чинити опір зверхній еліті. Неприйняття з боку істеблішменту стало легітимацією.

Так і народжується концепція причетності. Це не м'яка контрмодель поляризації, а стратегічна відповідь. Люди змінюють думку через ставлення до себе значно частіше, ніж під впливом фактів. Ті, хто відчуває, що їх бачать, залишаються відкритими. Ті, хто відчувається маргіналізованим, закриваються.

*Вирішальний чинник –
не те, що фактично
правильно, а те, що*

Комунікативіст Ян Ніклас Кокс описує в своїй книжці «Домінування» (Vog-Herrschaft), як політична комунікація нині відбувається вже не через аргументи, а через

створює зв'язок

резонанс. Гартмут Роза також підкреслює, що прихильність забезпечує не зміст, а відчуття причетності. Вирішальний чинник – не те, що фактично правильно, а те, що створює зв'язок. Якщо ви хочете визнання, ви маєте дати людям можливість відчувати себе причетними. Велике значення має тон, тобто рівень стосунків, те, хто саме відчуває, що до нього звертаються.

Імпульс непокори відіграє певну роль і в діловому спілкуванні. Спроби переконати співрозмовника сухими вказівками часто мають протилежний результат. Успішна комунікація ґрунтується на залученості та відчутті причетності. В бізнесі це означає перетворення зацікавлених осіб на безпосередніх учасників. В політиці це частина демократичної культури. В обох сферах причетність творить довіру. А довіра – основа змін.

Те, що причетність творить довіру, очевидно з двох прикладів.

Патрік Далеманн, коли був держсекретарем Передньої Померанії, свідомо прагнув прямого діалогу з людьми, які довго почувалися покинутими. Замість гучних заяв він зосередився на особистих розмовах. Відчуття близькості та присутності переросло в довіру до нього.

На виборах в Польщі 2023 року Дональд Туск зробив ставку на «Марш мільйонів сердець». Сенсом цієї маніфестації був не конфлікт, а зближення. Вона відгукнулася людям, які відчували, що уряд і ліберальні еліти їх ігнорують. Саме емоційна відкритість посприяла електоральному успіху Туска.

Є три принципи, які допомагають уникнути непокори й налагодити зв'язок.

По-перше, слухати важливіше, ніж говорити. Гарний комунікатор – передусім гарний слухач. В політичній площині це означає починати з уваги, а не з гасел. Саме прагнення зрозуміти людей творить довіру.

По-друге, близькість важливіша за гучність. Сильні бренди переконують через доступність і впізнаваність. Але політична комунікація найбільш ефективна там, де вона просто є. Близькість твориться через зустрічі.

По-третє, вирішальне значення має тон. Моралізаторство викликає

асоціацію з напучуванням. Той, до кого так звертаються, відсторонюється. Рефлекторне відторгнення – поширений захисний механізм. А гарна комунікація вирізняється тим, що відчиняє (а не зачиняє) двері.

Ефективна політична комунікація означає особливий підхід і до говоріння, і до слухання. Великі кампанії часто менш ефективні, ніж щоденні зустрічі. Наприклад, візит у спортклуб може супроводжуватися понад 100 постами в соцмережах, які не запрошують до діалогу. Близькість виникає на місці. Комунікація вимагає відносин, а не просто присутності.

Власне, реакція непокори не є маргінальним явищем. Вона виникає не тільки тоді, коли йдеться про крайнощі, але й тоді, коли людина не впевнена в собі або має непопулярну думку. На тих, хто ставив критичні питання під час пандемії або не погоджувався з іншими в питанні міграції, часом поспішали навісити ярлика. Деякі терміни, як-от «старі білі чоловіки», також можуть миттю викликати непокору, якщо люди відчують, що вони принижують їхню гідність. У таких випадках розвивається відчуження. А от до тих, хто спілкується диференційовано, залишаючи місце для різних поглядів, виникає довіра.

*Внутрішнє
неприйняття виникає
там, де люди
відчують, що для їхніх
поглядів більше немає
місця*

Комунікація створює відчуття причетності тоді, коли вможливає самоідентифікацію. Люди мають впізнавати себе в висловлюваннях. Якщо комунікація диктує, що можна і не можна говорити, то виникає не довіра, а опір. Внутрішнє неприйняття виникає там, де люди відчують, що для їхніх поглядів більше немає місця.

Бажання не погодитися часто виникає там, де твоя думка не має значення. Антоніо Грамші писав, що згуртованість твориться не через примус, а через відчуття, що тебе беруть з собою. Мішель Фуко доводив, що важливо не тільки те, що сказали, але й те, кого почули. Коли чийсь голос глушать, виникає незгода – не через непокору, а через потребу брати участь у розмові.

Під час деяких дискусій, наприклад, про гендерну рівність або кліматичну політику, може скластися враження, що сумнів неприйнятний. Якщо ви не знаєте відповідних термінів, скоро відчуєте себе чужим. Однак саме в таких ситуаціях і важливо, чи забезпечує комунікація довіру. Необхідна така мова, яка не виключає, а запрошує.

Це не означає обійматися з популістами. Це означає розуміти їхні прийоми, щоб цілеспрямовано протидіяти їм. Відкрито, але без загравання. Чітко, але без моралізаторства. Вирішальним фактором демократії є не ток-шоу, а відносини. Ті, кого чують, залишаються. Ті, хто почувається відкинутим, шукають альтернативи. Наслідком комунікації може бути і те, і те. Питання в тому, що ми обираємо.

Переклад з німецької Дар'ї Прусенко



Пауль Ріббек

Пауль Ріббек (Paul Ribbeck) десять років працює в сфері політичної комунікації, відповідає за онлайн-комунікацію представництва СДПН в Берліні та вивчає ділову комунікацію в Вищій технічній школі Берліна.

Він є стипендіатом FES та бере участь у програмі СДПН Трептов-Кьопенік.

